



**UNIVERSIDAD DE SONORA**  
**Unidad Regional Centro**  
**División de Ciencias Económico Administrativas**  
**Departamento de Contabilidad**  
**LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA**

**Nombre de la Asignatura:** Plan de negocios

<b>Clave:</b>	<b>Créditos:</b> 6	<b>Horas totales:</b> 64	<b>Horas Teoría:</b> 2	<b>Horas Práctica:</b> 2	<b>Horas Semana:</b> 4
---------------	-----------------------	-----------------------------	---------------------------	-----------------------------	---------------------------

**Modalidad:** Presencial **Eje de formación:** Especializante

**Elaborado por:** C.P. Martín Guillermo Durán Acosta.

**Antecedente:** SA **Consecuente:** SC

**Carácter:** Optativa **Departamento de Servicio:** Contabilidad

**Propósito:**

Esta asignatura aporta al Licenciado en Mercadotecnia, la habilidad de aplicar los conocimientos modernos de la gestión de negocios a las fases del proceso administrativo para la optimización de recursos y el manejo de los cambios organizacionales.

Asimismo le permitirá diseñar e innovar estrategias de mercadotecnia en la organización mediante las decisiones de la mezcla de mercadotecnia basadas en el análisis de información de los entornos interno y externo, que aseguren el éxito en la comercialización de los productos y/o servicios.

También dará continuidad a proyectos empresariales y favorecerá la creación de organizaciones que contribuyan a la transformación económica y social, identificando las oportunidades de negocios en un contexto global y el desarrollo de proyectos sustentables aplicando herramientas administrativas y métodos de investigación de vanguardia, con un enfoque estratégico, multicultural y humanista.

Esta asignatura es de carácter optativa, se ofrece a partir del séptimo semestre y pertenece al eje especializante.

## I. Contextualización

**Introducción:**

El Licenciado en Mercadotecnia debe tener conocimientos sobre emprendimiento, se plantea para cada unidad lo siguiente: La asignatura fomenta en el estudiante la habilidad de retomar o diseñar un proyecto o negocio con altos índices de viabilidad que contribuya al desarrollo económico y social de su entorno global.

El contenido de la asignatura consta de tres unidades, que comprenden desde las generalidades de los negocios, así como la elaboración del plan de negocio para gestionar y evaluar las fuentes de financiamiento.

En la primera unidad se aborda los conceptos, definiciones y evolución de los negocios. Así mismo se analizan los factores de éxito y riesgo en los negocios.- También se estudian los factores dominantes del perfil del emprendedor y el empresario.

La segunda unidad aborda, en esta unidad se estudiara la descripción del negocio y el desarrollo estudios que conforman el plan de negocios (mercado, técnico, administrativo y económico financiero).

La tercera unidad contempla la identificación y elección de las fuentes de financiamiento y apoyos, también se

familiariza con los diferentes modelos de incubación de empresa en México. Se fomenta el registro y protección de la propiedad industrial, presentando y validando el plan de negocios. La asignatura ofrece al estudiante la oportunidad de crear, desarrollar y/o complementar un proyecto o negocio que pueda llevar a cabo de manera real y al mismo tiempo le permita visualizar proyectos viables para acreditar su residencia profesional ó buscar la incubación de su empresa.

La cuarta unidad considera el impacto social que se tiene en la derrama socioeconómica del proyecto y su verdadera contribución ética y responsable al entorno.

La quinta unidad contempla aplicar los principales indicadores de evaluación económica financiera para evaluar la rentabilidad esperada del proyecto

**Perfil del(los) instructor(es):**

Poseer Licenciatura en Mercadotecnia o Licenciaturas afines en áreas relacionadas al campo específico de la materia.  
Preferentemente con grado académico de maestría o especialidad afín al campo de estudio de la materia  
Con experiencia y desarrollo profesional comprobada cuando menos de dos años en áreas afines al campo de la materia.  
Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel superior.

## Competencias a lograr

### Competencias genéricas a desarrollar:

- **Capacidad comunicativa.**
  - Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.
  - Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.
  - Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas
- **Compromiso ético.**
  - Actúa de manera propositiva frente a fenómenos de la sociedad y se mantiene informado.
  - Toma decisiones a fin de contribuir a la equidad, bienestar y desarrollo democrático de la sociedad.
- **Habilidades interpersonales.**
  - Afronta y analiza conjuntamente con grupos de interés y pertinencia, situaciones complejas, prácticas y problemas profesionales.
  - Cultiva relaciones interpersonales que contribuyen a su desarrollo humano y el de quienes lo rodean.
  - Hace frente a crisis o conflictos entre personas.

### Competencias específicas:

- **Capacidad para la generación de un plan de negocios**
  - Demostrar capacidad de emprendimiento.
  - Evaluar ideas de negocios
  - Valorar oportunidades de mercado
- **Habilidad para desarrollar planes estratégicos de mercadotecnia a partir de los recursos de la empresa y a las condiciones del entorno.**
  - Formular planes a corto, mediano y largo plazo
  - Analizar críticamente la situación interna y externa de una empresa.
  - Creatividad.
- **Habilidad para establecer una comunicación directa con los clientes actuales y potenciales con el fin de efectuar ventas y cultivar relaciones a corto y largo plazo**
  - Argumentar negociaciones.
  - Valorar inteligencia emocional.

### Objetivo General:

Desarrollar un plan de negocios, utilizando las técnicas apropiadas para su evaluación, aprobación y sustentación ante comités competentes y organismos competentes.

### Objetivos Específicos:

Aplica los conocimientos, herramientas y habilidades con valores y ética profesional respecto a:

- Identificación del negocio y el análisis cuantitativo y cualitativo del mercado
- Estudio técnico y de impacto ambiental
- Diseño organizacional, el marco legal y fiscal
- Estudio económico financiero
- Evaluación económica
- Impacto social
- Resumen ejecutivo

### Unidades Didácticas:

1. **Unidad Didáctica I.** Investigación y análisis de las generalidades de una empresa, factores de riesgo, éxito y los modelos actuales
2. **Unidad Didáctica II.** Creación de una estructura organizacional de un proyecto a desarrollar, definiendo objetivos y estrategias para el logro de los mismos Integrar y coordinar equipos interdisciplinarios
3. **Unidad Didáctica III.** : Identificar las fuentes de financiamiento y apoyo y determinar la viabilidad de desarrollar el plan de negocios a través de la incubación
4. **Unidad Didáctica IV.** Impacto social que se tiene en la derrama socioeconómica del proyecto y su verdadera contribución ética y responsable al entorno
5. **Unidad Didáctica V.** Principales indicadores de evaluación económica financiera para evaluar la rentabilidad esperada del proyecto

## II. Didáctica del programa

### I.- *Generalidades de la empresa*

Investigar y analizar las generalidades de la empresa.

- I.1.- Identificar el concepto de negocio
- I.2.- La evolución de los negocios en el país y en el mundo
- I.3.- Los factores de éxito de una empresa competitiva
- I.4 Los factores de riesgo y herramientas de prevención
- I.5 Modelos actuales del Plan de Negocios

## I.6 La utilidad del plan de negocios en instancias que lo requieren

### **II.- Elaboración Y Desarrollo del plan de negocios.**

Generar un equipo de trabajo de alto rendimiento. Crear la estructura organizacional del proyecto a desarrollar. Desarrollar la habilidad de definir objetivos y estrategias para el logro de resultados. Integrar y coordinar equipos interdisciplinarios

II.1.- Descripción de la empresa(Producto y servicio, misión, visión, análisis FODA y objetivos)

II.2.- Mercadotecnia e imagen.

II.3 Investigación de Mercados

II.4 Análisis de Mercado(Mercado potencial, mercado meta)

II.5 Competencia

II.6 Producto o Servicio(Characterísticas tangibles e intangibles)

II.7 Aspectos Innovadores del producto

II.8 Servicio.

II.9 Estrategias de Introducción al mercado.

II.10 Publicidad y Promoción

II.11 Comercialización ( canales de distribución y punto de venta)

II.12 Resumen de estrategias de mercadotecnia.

II.13 Proyecciones de ventas

II.14 Imagen de la Empresa

II.15 Producción/operación de la empresa.

II.16 Localización de la Empresa

II.17 Materia Prima y Proveedores

II.18 Proceso de Fabricación y/o presentación del servicio

II.19 Maquinaria y/o Herramientas de trabajo

II.20 Control de Calidad

II.21 Infraestructura Tecnológica

II.22 Identificación de los costos de Producción/operación.

II.23 Punto de Equilibrio

II.24.- Administración de recursos humanos.

II.25 Definición de Funciones y Responsabilidades

II.26- Contabilidad y finanzas.

II.27 Balance Inicial (inversión Inicial y fuentes de financiamiento inicial

II.28 Estados Financieros

II.29 Flujos de efectivo por

II.30 indicadores Financieros

II.31 Aspectos legales.

II.32 Resumen Ejecutivo.

### **III.- Evaluación y Gestión del Plan de Negocios.**

Identificar las fuentes de financiamiento y apoyo.

Determinar la viabilidad de desarrollar el plan de negocios a través de la incubación.

III.1.- Fuentes de financiamiento y otros apoyos

III.2.- Modelos de incubación de empresas en México

III.3 Presentación del documento

III.4 Validación del Plan de Negocios

#### **IV.- Impacto social**

Determinar la derrama socioeconómica del proyecto y su verdadera contribución ética y responsable al entorno.

IV.1. Determinación de los efectos sociales del proyecto

IV.2. Empleos directos e indirectos generados

IV.3. Contribución social del proyecto

#### **V.- Impacto social**

Aplicar los principales indicadores de evaluación económica financiera para evaluar la rentabilidad esperada del proyecto

V.1. Cálculo del Valor presente neto (VPN) con y sin financiamiento

V.2. Cálculo del Tasa Interna de Rendimiento (TIR) con y sin financiamiento

V.3. .Análisis de Sensibilidad

### **Criterios de desempeño**

1. El **Reporte de lectura** deberá realizarse en Word, ya sea impreso o enviado vía electrónica. Con portada, el desarrollo y conclusiones. Habrá que cuidar tanto la redacción como el contenido.
2. El Reporte de **Práctica** (intermedias o final), deberán contener la portada, información relativa al caso o práctica, desarrollo y una breve conclusión a manera de informe final debidamente redactado. Deberán presentarse impresos o vía electrónica, debidamente encarpados o engargolados según sea el caso. Deberán contener portada, introducción y desarrollo del tema con sus conclusiones.
3. Los **exámenes parciales** se responderán en una hora, en opción múltiple Tipo CENEVAL ya sea escritos o por computadora
4. Los **exámenes rápidos** se deberán resolver de la siguiente manera: el profesor entregará al inicio de la clase el examen y el alumno tendrá un máximo de 15 minutos para resolverlo y regresarlo al maestro. se harán con un máximo de 5 preguntas y se les anticipará a los alumnos el tema a evaluar.
5. La participación en los **debates** se deberá realizar de la siguiente forma: El profesor entregará el tema a debatir, ya sea por escrito o electrónicamente. En clase, los alumnos harán equipos y expondrán sus ideas, pudiendo participar los demás integrantes de la clase. Al final (tiempo sugerido de 30 minutos), el portavoz del equipo mostrará sus conclusiones.
6. Los **estudios de casos** se realizarán de la siguiente forma: El profesor elaborará y entregará, por escrito o vía electrónica, un caso de análisis para los alumnos, los cuales lo resolverán y cada uno expondrá sus ideas.

### **Experiencias de Enseñanza**

1. Selección de lecturas sobre el tema.
2. Exposición sobre cada uno de los temas.
3. Presentación de temas para debate.
4. Organización de equipos.

### **Experiencias de aprendizaje.**

1. Análisis de lecturas asignadas mediante la entrega de cuadros sinópticos, mapas conceptuales, resúmenes o ensayos.
2. Exposición audiovisual en clase por equipo.
3. Participación en debates.
4. Presentación de examen parcial

### **Recursos didácticos y tecnológicos (material de apoyo):**

1. Laptop del participante y del instructor
2. Cañón
3. Pintarrón
4. Conexión a internet
5. Estructura curricular del programa educativo

Bibliografía	Básica / Complementaria
González, D. (2007). <i>Plan de negocios para emprendedores al éxito</i> . México: McGraw Hill.	Básica
Hisrich, M. y Peters, M. (2005). <i>Entrepreneurship. Emprendedores</i> . España: Mc Graw Hill	Básica
Huerta, J. y Rodríguez, G.(2006). <i>Desarrollo de Habilidades Directivas</i> . México: Pearson	Básica
Robbins,S. y Coulter,M. (2005). <i>Administración</i> . México: Pearson Educación.	Básica
Whetten, D. y Cameron, K. (2005). <i>Desarrollo de Habilidades Directivas</i> . México: Pearson	Básica
Alcaráz, R. <i>El emprendedor de éxito</i> . México: Mc.Graw Hill	Básica
Secretaria de Economía (2017). Obtenido desde <a href="http://www.contactopyme.gob.mx">www.contactopyme,gob.mx</a>	Complementaria
BID. Desarrollo de la Empresarialidad. (2017) Obtenido desde <a href="http://www.iadb.org/mif/subtopic.cfm?">http://www.iadb.org/mif/subtopic.cfm?</a>	Complementaria
Instituto Mexicano de la propiedad industrial. (2017). Obtenido desde <a href="http://www.impi.gob.mx">www.impi.gob.mx</a>	Complementaria

### III. Evaluación Formativa de las Competencias

#	Tipo (C,H,A)	Evidencias a evaluar	Criterios de evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación	Ponderación %
6	C	Reporte de lectura	Redactar documento evidenciando dominio, extensión, forma y entrega oportuna.	Técnica: Observación Instrumento: Lista de cotejo	10
6	C,H	Dominio de competencias en Exámenes rápidos	Responder asertivamente a los reactivos.	Técnica: examen escrito Instrumento: Examen de opción múltiple	10
3	C,H,A	Dominio de competencias en Exámenes parciales	Responder asertivamente a los reactivos.	Técnica: examen escrito Instrumento: Examen de opción múltiple	40
6	C,H,A	Prácticas intermedias y casos	Participación activa, comunicación asertiva y entrega oportuna de productos.	Lista de cotejo ponderada en cuanto a la cantidad y calidad de la práctica	10
6	C,A	Dominio de saberes durante su Participación en debate	Participación activa y asertiva	Técnica: Preguntas y respuestas Instrumento: examen oral con preguntas directas sobre el tema	10
1	C,H,A	Práctica final	Contenidos de calidad, siguiendo guías; y documento oportuna y cubriendo formas de estructura, ortografía y redacción.	Técnica: Observación Instrumento: Lista de cotejo ponderada en cuanto a la cantidad y calidad de la práctica	20
				<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**C: Conocimientos H: Habilidades A: Actitudes**