

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA.

NOMBRE: CREACIÓN DE EMPRESAS I		CLAVE:1333
LICENCIATURA: ADMINISTRACION	SEMESTRE: 3°	
AREA: PROGRAMA EMPRENDEDORES UNAM	HORAS POR CLASE: 2	
REQUISITO:	HORAS POR SEMANA: 4	
TIPO DE ASIGNATURA:	OBLIGATORIA (X)	OPTATIVA ()

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO:

Al finalizar el curso, el alumno habrá creado una empresa para vivir experiencias reales de una organización productiva de bienes o servicios en un contexto académico.

TEMAS : SUGERIDAS:	HORAS
I. CREATIVIDAD 8	
II. INTRODUCCIÓN AL CURSO 4	
III. ESTUDIO DE MERCADO 8	
IV. ESTUDIO TÉCNICO 8	
V. ESTUDIO ADMINISTRATIVO 8	
VI. ESTUDIO FINANCIERO 6	
VII. INICIO DE OPERACIONES Y VENTAS 8	
VIII. CIERRE DE LA EMPRESA 8	
IX. INTEGRACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO 10	

PROGRAMA DESGLOSADO – TEMAS Y SUBTEMAS

I. CREATIVIDAD

1. La Creatividad y su proceso.
 - A. Concepto de creatividad.
 - B. Inhibidores de la creatividad.
 - a) Herencia.
 - b) Condicionamientos.
 - c) Hábitos negativos del pensamiento.
 - d) Paradigmas.
2. El desarrollo de nuevos productos o servicios.
 - A. Concepto de nuevos productos.
 - a) Productos inexistentes
 - b) Mejora de productos
 - c) Innovación en el proceso y materiales
 - d) Valores agregados
 - B. Fuentes de información para localizar nuevos mercados
 - a) Exploración de necesidades en la sociedad
 - b) Análisis de productos en centros comerciales
 - c) Oportunidades de negocio en BANCOMEXT
 - d) Análisis de información en internet
 - e) Habilidades y preferencias del equipo
3. Técnicas de creatividad para el desarrollo de nuevos mercados
 - A. Lluvia de ideas.
 - B. Generación de absurdos.
 - C. Asociación de ideas.
 - D. Cambios arbitrarios.
 - E. Extensión de la lógica
4. Factibilidad de las ideas para nuevos negocios
 - A. Aspectos positivos, negativos e interesantes
 - B. Consideración de variables
 - C. Medición de consecuencias
 - D. Estudio de alternativas o posibilidades
 - E. Jerarquización de prioridades
 - F. Análisis de puntos de vista

II. INTRODUCCIÓN AL CURSO

1. Programa emprendedores.
2. El emprendedor.
 - A. Características
 - B. Espíritu Emprendedor
3. La empresa.
 - A. Definición
 - B. Ambiente
 - C. Clasificación
4. Producto y servicio.
 - A. Concepto
 - B. Características
5. Propuesta del producto o servicio.

6. Misión y filosofía de la empresa.

III. ESTUDIO DE MERCADO

1. Producto o servicio inicial.
2. Definición de mercado
3. Segmentación del mercado.
4. Definición del mercado meta.
5. Perfil del consumidor.
6. Investigación de mercado.
 - A. Concepto e importancia
 - B. Proceso de investigación de mercado
 - a) Determinación de las necesidades de información
 - b) Definición del problema y objetivos de la investigación
 - c) Establecimiento del instrumento de investigación
 - d) Cálculo de la muestra
 - e) Recopilación, graficación e interpretación de datos
 - f) Elaboración y presentación del informe de resultados
7. Competencia y su análisis.
8. Determinación del producto final.
9. Mezcla de mercadotecnia.
 - A. Producto
 - a) Marca
 - b) Envase
 - c) Etiqueta
 - d) Empaque
 - e) Embalaje
 - B. Precio
 - C. Promoción
 - D. Plaza
 - E. Servicio
10. Imagen corporativa.
 - A. Nombre
 - B. Logotipo
 - C. Lema
 - D. Colores
 - E. Mascota
11. Comercialización del producto o servicio.

IV. ESTUDIO TÉCNICO

1. Definición del bien o servicio final.
2. Diseño del producto
 - A. Envase
 - B. Empaque
 - C. Embalaje
 - D. Etiqueta
3. Localización de la planta.
4. Sistema de producción.
 - A. Proceso productivo
 - a) Insumos y sus fuentes
 - b) Procesos productivos
 - c) Inventarios

- B. Control de calidad
- 3. Diseño del sistema de servicio.
 - A. Puntualidad
 - B. Comodidad
 - C. Seguridad
 - D. Exclusividad
 - E. Prestigio
- 5. Capacidad de la planta.
- 6. Instalaciones
 - A. Maquinaria y equipo.
 - B. Distribución.
 - C. Alternativas Tecnológicas
- 7. Diseño del sistema de costeo.
 - A. Materia prima.
 - B. Mano de obra.
 - C. Gastos indirectos.
 - D. Costo unitario del producto.
 - E. Costo total de producción.

V. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- 1. Planeación Estratégica
 - A. Elementos
 - a) Fortalezas
 - b) Oportunidades
 - c) Debilidades
 - d) Amenazas
- 2. Objetivos
 - A. Estratégicos y generales
 - B. Tácticos y departamentales
 - C. Específicos
 - D. Metas
- 3. Organización
 - A. Departamentalización
 - B. Jerarquía
 - C. Tramo de control
 - D. Delegación y tipos de autoridad
- 4. Estructura y funciones.
 - A. Organigrama
 - B. Descripción de puestos
 - C. Políticas y reglas
- 5. Requisitos legales.
 - A. Selección del tipo de sociedad mercantil.
 - B. Obligaciones oficiales
 - a) Federales
 - b) Estatales
 - c) Locales
 - d) Patentes y marcas
 - C. Obligaciones con el programa emprendedor

VI. ESTUDIO FINANCIERO

1. Determinación del precio de venta
 - A. Elementos
 - a. Costos
 - b. Competencia
 - c. Demanda
 - d. Capacidad productiva
 - e. Introducción
 - B. Estrategia de precio
2. Presupuestos
 - A. Ventas
 - B. Costos y gastos
 - a. Costos fijos
 - b. Costos variables
 - C. Estados financieros proforma
 - a. Estado de resultados
 - b. Estado de situación financiera
 - c. Flujo de efectivo
3. Punto de equilibrio
 - A. En cantidad
 - B. En efectivo
4. Inversión inicial
 - A. Capital de inversión
 - B. Fuentes de financiamiento
 - a. Internas
 - b. Externas
5. Contabilidad
 - A. Catalogo de cuentas
 - B. Guía
 - C. Registro de operaciones
6. Formulación de estados financieros

VII. INICIO DE OPERACIONES Y VENTAS

1. Juntas de Trabajo
 - A. Dirección de reuniones
 - B. Control de reuniones
 - C. Participación y consenso
 - D. Evaluación de reuniones
 - E. Preparación de minutas
2. Planes de Acción
 - A. Variables de acción
 - B. Indices de eficiencia, eficacia y progresión
 - C. Tablero de control
3. Capacitación y desarrollo de los vendedores
4. Prueba de calidad del producto
5. Ventas
 - A. Promociones
 - B. Preparación del punto de venta
6. Reportes
 - A. Elementos de un reporte
 - B. Presentación de un reporte
 - C. Carta de negocios

VIII. CIERRE DE LA EMPRESA

1. - Disolución y liquidación de la empresa
 - A. Causas
 - B. Aspectos legales
 - C. Aspectos contables
 - a. Balance inicial de liquidación
 - b. Estado de realización
 - c. Balance final de liquidación
2. - Resultados de la liquidación
 - A. Liquidación a socios
 - B. Liquidación a integrantes de la empresa
3. - Entrega de reportes financieros
 - A. Asamblea de cierre
 - B. Finiquito a integrantes y socios
4. - Evaluación final

IX. INTEGRACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

1. Equipos de trabajo
 - A. Definición
 - B. Características
2. El trabajo en equipo
 - A. Ventajas y desventajas
 - B. Grupos efectivos de trabajo
 - C. Desarrollo de trabajo en equipo
3. Ciclo de vida de los equipos
4. Liderazgo en un equipo de trabajo
 - A. Estilos de liderazgo
 - B. Poder
 - C. Desarrollo de equipos líderes
5. Conflicto entre grupos
 - A. Administración del conflicto

BIBLIOGRAFÍA BASICA:

1. LARIS Casillas Fco. Acerca de la planificación de la pequeña y mediana empresa, (2° ed.), México: LIMUSA, 1990, 137 pp.
2. MILLER Laurence M. El nuevo espíritu empresarial, (2° ed.), México: Edamex, 167 pp, 1990.
3. RODRÍGUEZ Valencia, Joaquín. Cómo administrar pequeñas y medianas empresas, (2° ed.) México: Ecasa, 1989, 350 pp.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

4. CASTAÑEDA Luis, Cómo destruir una empresa en doce meses o antes, México: Panorama, 143 pp.
5. CASTAÑEDA Luis, Inspiración del liderazgo excelente, (1° ed.), México: Poder, US, 1995.
6. Código de ética del licenciado en administración, México: CONLA, 1984, 16 pp.
7. CHIAVENATO Idalberto Administración de recursos humanos, (2° ed.), México; Mc Graw Hill, 1994, 578 pp.
8. DEROSI Flavia, El empresario mexicano, (1° ed.), México : INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES UNAM, 1997, 516 pp.
9. DOMIT, Ser , hacer y tener, (1

TÉCNICAS DE ENSEÑANZA SUGERIDAS:

Exposición oral	()	
Exposición audiovisual	()	
Ejercicios dentro de clase	(x)	
Seminarios	()	
Lecturas obligatorias	()	
Trabajos de investigación	(x)	
Prácticas de taller o laboratorio	()	
Prácticas de campo	(x)	
Otras	(x)	Resolución de casos prácticos

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

Exámenes parciales	()	
Exámenes finales	(x)	Examen B
Trabajos y tareas fuera del aula	(x)	Resolución de casos prácticos
Participación en clase	(x)	Exposiciones en clase
Asistencia a prácticas	(x)	Resúmenes
Otras	()	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO DEL DOCENTE

ESTUDIOS REQUERIDOS:

Tener Licenciatura en Administración, Mercadotecnia o Contaduría Pública.

Dominio del idioma Inglés

Manejo de Sistemas enfocados a la Administración

EXPERIENCIA PROFESIONAL DESEABLE:

Tener experiencia en la Administración de Empresas especialmente Micro y pequeña empresa.

OTROS REQUERIMIENTOS:

Tener preferentemente 3 años de experiencia docente en el área.

Acreditar dos cursos de didáctica de 30 horas impartidos por la Facultad de Contaduría y Administración