

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: ADMINISTRACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

PLAN : 98	CLAVE : 1730
LICENCIATURA : ADMINISTRACIÓN.	CRÉDITOS : 8
AREA:ADMINISTRACIÓN.	SEMESTRE : 7o
REQUISITOS : ADMINISTRACIÓN V	HORAS POR CLASE : 2
TIPO DE ASIGNATURA : OBLIGATORIA (X)	HORAS POR SEMANA: 4
	OPTATIVA ()

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO:
 AL FINALIZAR EL CURSO EL ALUMNO EVALUARÁ EL PAPEL QUE JUEGA LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN EL AMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL.

TEMAS :	HORAS SUGERIDAS
I.- ANTECEDENTES, CLASIFICACION E IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EN MEXICO Y EN EL MUNDO.	6
II.- EL AMBIENTE DE LAS EMPRESAS : MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EN MEXICO.	4
III.- LA EMPRESA FAMILIAR.	4
IV.- CONSIDERACIONES PARA LA CREACION DE EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS.	8
V.- CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS PARA LA APLICACIÓN DE LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA.	8
VI.- CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE ORGANIZACION Y SISTEMAS.	6
VII.- CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS EN LA FUNCION DE FINANZAS.	6
VIII.- CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE PERSONAL.	4
IX.- CARACTERISTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE ABASTECIMIENTOS.	6
X.- CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE PRODUCCION OPERACIÓN.	6
XI.- CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE MERCADOTECNIA.	6
XII.- EXPECTATIVAS DE LAS EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS DE MÉXICO.	4
	TOTAL 68

TEMATICA

I. ANTECEDENTES, CLASIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EN MÉXICO Y EN EL MUNDO.

1. Antecedentes
 - a) En el mundo
 - b) En México
2. Criterios de clasificación de las empresas micro, pequeña y mediana
 - a) ¿Quién las clasifica?
 - b) ¿Para qué las clasifica?
3. Clasificación por sectores
 - a) Sector agropecuario
 - b) Sector industrial
 - c) Sector comercial
 - d) Sector servicios
 - e) Otros criterios de clasificación
4. Importancia de las empresas: micro, pequeña y mediana en los sectores: agropecuario, industrial, comercial y de servicios.
5. Estadísticas nacionales e internacionales acerca de las empresas: micro, pequeña y mediana.
 - a) Análisis de la evaluación con el número de establecimientos, participación en el P.I.B. (Producto Interno Bruto)
6. Estrategias gubernamentales de atención apoyos y estímulos a la micro, pequeña y mediana empresa.
 - a) PND (Plan Nacional de Desarrollo)
 - b) PROMICRO (Programa de Apoyo Integral a la Micro Industria)
 - c) PROMYP (Programa para la Micro y Pequeña Empresa)
 - d) Otros

TEMÁTICA

II. EL AMBIENTE DE LAS EMPRESAS: MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EN MÉXICO.

1. Macro ambiente económico político, social, tecnológico y ecológico
2. Micro ambiente, competencia proveedores y clientes

TEMATICA

III. LA EMPRESA FAMILIAR.

1. Concepto
2. Características de la empresa familiar
 - a) Papel de la relación familiar en la empresa
 - b) Papel del dueño, propietario, gerente, director
 - c) Estructura familiar vs Estructura administrativa
 - d) Estilo de dirección; el paternalismo y nepotismo
 - e) Administración de sus recursos financieros, técnicos, humanos y materiales
 - f) Ventajas y desventajas ante la estructura familiar y administrativa
 - g) Estrategias administrativas para su crecimiento y desarrollo.

TEMÁTICA

IV. CONSIDERACIONES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS

1. Oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas para iniciar una empresa
2. Perfil del emprendedor y perfil del empresario
3. Disyuntiva entre creación y adquisición de una empresa.
 - a) Apoyos profesionales
 - b) Estudios (su análisis) de viabilidad de proyectos
 - c) Franquicias
4. Opciones y requisitos para la constitución de la micro, pequeña y mediana empresa
5. Organismos de promoción, apoyo, fomento y gestión de la empresa micro, pequeña y mediana

TEMÁTICA

V.- CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS PARA LA APLICACIÓN DE LA PLANEACIÓN ESTRATEGICA

1. Usuarios del plan de negocios para la Micro y Pequeña Empresa.
 - a) Plan de negocios y el inversionista
 - b) Plan de negocios y las instituciones de credito y fomento a Mypes.
 - c) Plan de negocios y el personal de la Micro y Pequeña Empresa
 - d) Plan de negocios para clientes y proveedores
2. Como se integra el plan de negocios
 - a) Portada
 - b) Contenido
 - c) Resumen Ejecutivo
 - d) Declaración de misión y visión
 - e) Panorama General de la compañía
 - f) Plan de mercadotecnia
 - g) Plan de Finanzas
 - h) Plan de operaciones
 - i) Anexos
3. Presentación del plan de negocios
 - a) Guía y Consejos prácticos para la elaboración de un Plan de Negocios.
 - b) Software de apoyo para la elaboración del plan de negocios
 - c) Sitios en internet
 - d) Presentación oral del plan de negocios

TEMÁTICA

VI. CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS

1. Análisis de la estructura organizacional de la micro, pequeña y mediana en los diferentes sectores
 - a) Aplicación de los principios de organización
 - b) La departamentalización de las empresas micro, pequeña y mediana
 - a) Empirismo.
 - c) La centralización y descentralización de autoridad y la evolución de las empresas pequeñas y medianas.
 - d) Limitaciones en el desarrollo de la estructura organizacional.
 - e) Sistema de información
 - a) Sistemas administrativos
 - b) Sistemas automatizados

TEMÁTICA

VII. CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS EN LA FUNCIÓN DE FINANZAS

1. La función de finanzas y su importancia en la empresa micro, pequeña y mediana
2. La función financiera base de la planeación y control
3. La estructura financiera en este de empresas
4. Regímenes fiscales
5. Fuentes de financiamiento:
 - a) Costo de financiamiento.
 - b) Las uniones de crédito, mutualidades, cooperativas y otras formas de asociación empresarial
 - c) Restricciones
6. La asignación de recursos financieros y la administración de activos y pasivos
7. Los retos actuales en el financiamiento.

TEMÁTICA

VIII. CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE PERSONAL

1. La función de personal y su importancia en la empresa micro, pequeña y mediana
 - a) Características del perfil del trabajador mexicano en la empresa micro, pequeña y mediana
2. Importancia del elemento humano en las empresas pequeñas y medianas
3. Funciones y operación de personal o análisis de puestos, reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, adiestramiento, supervisión, control, nómina, seguro social, reglamento interior de trabajo, entre otras.
4. Desarrollo integral del personal
5. La productividad humana

TEMÁTICA

IX. CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS

1. La función de compras y abastecimientos y su importancia en la micro, pequeña y mediana
2. La responsabilidad de compras en éstas empresas
3. El proceso de suministro en las empresas pequeñas y medianas industriales y de servicios
4. Economía de escalas
 - a) La problemática de abastecimiento
5. Las compras y su impacto en los inventarios y en la situación financiera
6. La capacidad de negociación
7. Problemática de la función de compras y abastecimientos
8. Estrategias de compras por asociaciones de empresas micro, pequeñas y medianas (cooperativas de consumo)

TEMÁTICA**X. CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN OPERACION.**

1. La función de producción-operación y su importancia en la empresa micro, pequeña y mediana.
2. La planeación y control de la producción en las empresas dentro de los diferentes sectores económicos
 - a) Sector agropecuario.
 - b) Sector industrial.
 - c) Sector comercio.
 - d) Sector servicios.
3. Las variables críticas de la producción (costos, cantidad, calidad y tiempo).
4. La productividad, palanca de crecimiento y desarrollo.
5. Limitaciones por la ausencia de economía de escalas en sus operaciones.
6. Desarrollo de tecnologías apropiadas.
7. Problemática de la función de producción-operación.

TEMÁTICA**XI. CARACTERÍSTICAS Y PROBLEMAS DE LA FUNCIÓN DE MERCADOTECNIA**

1. El medio ambiente de la mercadotecnia en la empresa micro, pequeña y mediana
2. La función de la mercadotecnia en las empresas micro, pequeñas y medianas de los diferentes sectores
 - a) Conocer mercados
 - b) Estimular mercados
 - c) Satisfacer mercados
 - d) Mantener mercados
3. Competencia-proveedores como estrategia de mercados
4. Las variables en Mercadotecnia producto- precio, plaza-promoción
5. La maquila desde un punto de vista de mercadotecnia
6. Problemática actual de la función de mercadotecnia

TEMÁTICA**XII. EXPECTATIVAS DE LAS EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS DE MÉXICO**

1. La ética en los negocios

BIBLIOGRAFIA BASICA :

1. **Biblioteca de Administración de la pequeña y mediana empresa**, Tomo I, Cap.3,6,7,8,9,10,14, México: McGraw-Hill, 1989.
2. CARBAJAL, Manuel,et.al., **La Microempresa en México: Problemas, Necesidades y Perspectivas**, México: Instituto de Proposiciones Estratégicas, A.C.,1990.
3. **Clásicos Harvard de la Administración**, Publicaciones ejecutivas de México, S.A., Esp.p/promociones, Editoriales Mexicanas S.A. de C.V.,1986,10 volúmenes,(2a ed.)
4. DEROSI, Flavia, **El empresario Mexicano**, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. México 1987, 516 pp.
5. DRUKER F. Peter, **Las fronteras de la Administración**, México: Hermes,1986.
6. Empresas Juveniles, **Guía metodológica para investigar un perfil de anteproyecto de inversión**,México: Instituto Estatal o Coordinación de bienestar, 1984.
7. GRAVINSKY, Salo, **La Empresa Familiar**, UNAM, 1988.
8. Harvard University. **Biblioteca Harvard de Administración de Empresas**. México:1988.
 - HARRY, Levinsor, **Conflictos que aquejan a las empresas familiares**, fascículo 32.
 - JAMES L. Heskett, **Logística:esencial para la formulación de la estrategia empresarial**, fascículo 191 (2a.ed.).
 - ROBERT G. Donnellor, **La Empresa Familiar**, UNAM, 1988.
9. **La Economía Subterránea en México**, Centro de estudios económicos del Sector Privado A.C, Diana, 1987.
10. **La Microempresa en México, Problemas,Necesidades y Perspectivas**, (2a.ed.), México: Instituto Proposiciones, 1989.
11. LARIS CASILLAS, Francisco, **Acerca de la Planificación de la pequeña y mediana empresa**, (2a.ed.), México: LIMUSA, 1990, 137 pp.
12. LASSER TAX INSTITUTE, **Iniciación y Administración de pequeños y medianos negocios**, (6a.ed.), Colombia:1991.
13. **Manual de Administración para la Pequeña y Mediana Empresa en México**, Osar, 5 volúmenes, 10 tomos, 54 capítulos, 1987.
14. **Manual de Evaluación de Proyectos, O.N.U.** (Organización de las Naciones Unidas), 1986.
15. MUSALEM LOPEZ; omar, **Ensayos sobre Ciencia y Tecnología Innovación Tecnológica y Parques Científicos**, Nacional Financiera, S.N.C., 1987.
16. **Plan Nacional de Desarrollo**, Capacitación y Adiestramiento.
17. RAAB, Steven y Gregory MATUSKY, **Franquicias**, México:LIMUSA, 1991, 330 pp.
18. SECOFI: **Ley Federal para el Fomento de la Microindustria**, Dirección General de la Comunicación Social, México: SECOFI, 1987.
19. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, **Pequeña y Mediana Empresa**, 1990, S.H.C.P., Subsecretaría de Ingresos por la Dirección General Técnica de Ingresos.
20. WILLIAM B. Werther Jr./KEITH, Davis, **Administración de personal y recursos humanos**, (2a.ed.). México: McGraw-Hill,1988,434 pp.
- 21.- LERMA Alejandro, **Comercio Internacional, Metodología para la formaulación de Estudios de Competitividad Empresarial**, 2da. Edición, edit. ECAFSA.
- 22.- LAMBING, **Empresarios Pequeños y Medianos**, 1ra. Edición , edit. Prentice Hall.
- 23.- THOMSOM, **Administración de Pequeñas y Medianas Empresas**, 11va. Edición, edit Soluciones Empresariales.
- 24.- RODRÍGUEZ Valencia, Joaquin .**Administración De Pequeñas Y Medianas Empresas**, 5ª Edición edit Thomson 2002.
- 25.- LONGENECKER/MOORE , **Administración de pequeñas empresas** . 11ª Edición Edit Thomson 2001 Mexico
- 26.- RODRÍGUEZ Valencia, Joaquin. **Como aplicar la planeacion estrategica a la pequeña y mediana empresa** 4ª edición Edit Thomson México 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA :

1. BERRY, Leonard L, PARASURAMAN A., **El Método Deming en la Práctica**, Editorial Norma, Mayo 1994, 260 pp.
2. BONTA, Patricio y FARBER, Mario, **199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad**, Editorial Norma, Septiembre 1994, 178 pp.
3. BRUGGER, Ernest, NELSON, Jane, y TIMBERLAKE, Lloyd, **Forjadores de Porvenir: La Pequeña Empresa y el Desarrollo**, Editorial Mc Graw Hill, 1994, 170 pp.
4. SHEEDY, Edna, **Como Iniciar y Administrar un Negocio en Casa**, Editorial Norma, Agosto 1992, 188 pp.
5. WALTON, Mary. **El Método Deming en la Práctica**, Editorial Norma, Mayo 1994, 260 pp.

TECNICAS DE ENSEÑANZA SUGERIDAS

Exposición oral.....	(X)
Exposición Audiovisual.....	(X)
Ejercicios dentro de clase.....	(X)
Seminarios.....	(X)
Lecturas obligatorias.....	(X)
Trabajos de investigación.....	(X)
Prácticas de taller o laboratorio.....	(X)
Prácticas de campo.....	(X)
Otras.....	(X)

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

Exámenes parciales.....	(X)
Exámenes finales.....	(X)
Trabajos y tareas fuera del aula.....	(X)
Participación en clase.....	(X)
Asistencia a prácticas.....	(X)
Otras.....	(X)