



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 2731	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	

Estrategias didácticas

- Desarrollo del plan de emprendimiento
- Trabajos de investigación
- Exposición por parte del profesor

Evaluación del aprendizaje

- 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 Papadakos, 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.