

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

## FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

### INGENIERÍA EN ALIMENTOS

#### NOVENO SEMESTRE

<b>OPTATIVA DE ADMINISTRACIÓN. DESARROLLO EMPRENDEDOR</b>		<b>CICLO:</b>		<b>ÁREA: OTROS CURSOS</b>	
<b>NUMERO DE HORAS/SEMESTRE</b>					
<b>CARÁCTER: OPTATIVA</b>	<b>CLAVE 0901</b>	<b>TEORÍA 3</b>	<b>PRÁCTICA</b>	<b>CRÉDITOS 6</b>	
<b>NUMERO DE HORAS/SEMESTRE</b>					
<b>TOTALES 48</b>		<b>TEÓRICAS 48</b>		<b>PRÁCTICAS</b>	
<b>TIPO: TEÓRICA -PRACTICA</b>		<b>ÓRGANO INTERNO QUE COORDINA EL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:</b>			
<b>MODALIDAD: CURSO</b>		<b>SECCIÓN: ADMINISTRACIÓN</b>		<b>DEPARTAMENTO: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b>	

ASIGNATURA PRECEDENTE:	NINGUNA
ASIGNATURA SUBSECUENTE:	NINGUNA
OBJETIVO(S) EDUCACIONALES	Al finalizar el curso el alumno obtendrá una filosofía emprendedora; aplicará conceptos, técnicas y procedimientos de administración que coadyuven a su desarrollo emprendedor y será capaz de diseñar un plan de negocios.

NUMERO DE HORAS  6	UNIDAD 1	LA CREATIVIDAD APLICADA.
	OBJETIVO: El alumno describirá el funcionamiento de los hemisferios cerebrales, diferenciará entre el pensamiento vertical y el horizontal y aplicará el proceso creativo.	
	1.1	Tipos de pensamiento.
	1.2	Un caso, para empezar.
NUMERO DE HORAS  9	UNIDAD 2	ESPIRITU EMPRENDEDOR
	OBJETIVO: El alumno conocerá la filosofía emprendedora y su influencia en el desarrollo del pensamiento emprendedor.	
	2.1	La filosofía del espíritu emprendedor.
	2.2	Cultura empresarial y espíritu emprendedor.
	2.3	¿Qué es un emprendedor?
	2.4	Factores Psicológicos
	2.5	Factores Sociológicos
	2.6	Obstáculos para el espíritu emprendedor
2.7	Características de los emprendedores	
NUMERO DE HORAS  9	UNIDAD 3	LA EMPRESA Y SU ESTRUCTURA.
	OBJETIVO: El alumno enumerará y describirá los factores comprendidos en los intereses personales y en las condiciones económicas para generar ideas en las empresas.	
	3.1	El producto o servicio.
	3.2	Clases de empresas.
NUMERO DE HORAS	UNIDAD 4	PLAN DE NEGOCIOS.
	OBJETIVO: Al término de la unidad, el alumno determinará los aspectos metodológicos que conciernen al producto, su comercialización, la inversión, sus costos y plan de venta, además será capaz de estimar las necesidades de financiamiento y los requerimientos de personal.	

12	4.1	Plan de marketing
	4.2	Plan de producción
	4.3	Plan financiero
	4.4	Plan organizacional.
	4.5	Presentación del plan de negocios.
	4.6	Caso Práctico
NUMERO DE HORAS  12	UNIDAD 5	EL DESARROLLO DE LA EMPRESA
	OBJETIVO: El alumno describirá las etapas del plan de negocios y preparará el mismo en función del rumbo que se quiera imprimir a la empresa.	
	5.1	Implantación.
	5.2	Instalación.
	5.3	Arranque.
	5.4	Plena capacidad.
	5.5	Crecimiento.
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA		
Alcaraz, Rodríguez. R. E. 2001. "El Emprendedor de Éxito: Guía de Planes de Negocio". 2ª ed. McGraw-Hill Interamericana. México.		
Anzola Rojas, S. 1999. "De la Idea tú Empresa. Una Guía para los Nuevos Empresarios". Limusa. México		
Bateman, T, S., Scott A. S. 2001. "Administración. Una Ventaja Competitiva". 4ª ed. McGraw-Hill Interamericana. México.		
Hiam, A. W., Wise, K. 1997."Guía del emprendedor". Prentice-Hall Hispanoamericana. México.		
Sánchez Lozano, A., Cantú D, H. 1999. "El Plan de Negocios del Emprendedor". McGraw-Hill Interamericana. México.		
Stoner, J. A. F., Gilbert, D. R., Freeman, R. E. 1996. "Administración". 6ª ed. Pearson Educación. México.		
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA		
Allen, M., 2001. "El Emprendedor Visionario: Entre tus Logros Empresariales y tu Realización Personal Puede Haber Equilibrio". Urano. México.		
Fernandez Cirelli, A. Durante, R., Lesser, R. 1996. "El Emprendedor Tecnológico o El Conocimiento Como Empresa". Eudeba. Argentina.		
Gerber, M. E. 1997. "El Mito del Emprendedor: Por que no Funcionan las Pequeñas Empresas y que Hacer Para que Funcionen". Paidos. España.		
Puchol, L. 2001. "El Libro del Emprendedor: como Crear tu Empresa y Convertirte en tu Propio Jefe". Díaz de Santos. España.		
Resendiz Picasso, J., Domette Nicolesco, J. 2000. "Manual del Emprendedor: Mercadotecnia y Ventas a su Alcance". Asesores en Mercadotecnia y Comunicación. México.		

RECOMENDACIONES PARA LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE						
	TÉCNICAS DIDÁCTICAS		RECURSOS DIDÁCTICO	INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE		TIPOS DE EVALUACIÓN
X	Exposición		Grabaciones (cintas, discos)	Cuestionarios: abiertos o cerrados		Evaluación Diagnóstica
	Interrogatorio		Radio	Entrevistas: abiertas o cerradas	X	Evaluación Formativa
	Demostración	X	Transparencias	Autoevaluación	X	Evaluación Sumaria
X	Investigación bibliográfica		Fotos fijas	Pruebas orales		
	Investigación de campo		Materiales opacos	X Pruebas escritas		
	Investigación experimental		Películas con movimiento	Respuesta corta		
X	Discusión dirigida	X	Videoprojector	Respuesta complementaria		
	Estudio dirigido		Pizarrón	Opción múltiple		
X	Las clases		Imágenes planas	Falso o verdadero		
X	Problemas dirigidos	X	Gráficas	Respuesta alterna		
X	Proyecto		Mapas	Correspondencia (columnas)		
X	Tareas dirigidas		Carteles	Jerarquización		
	Simposio		Caricaturas	Pruebas de ensayo		
	Panel		Rotafolio	X Pruebas por temas		
	Phillips 66		Franelógrafo	Pruebas estandarizadas		
	Entrevista		Tablero de boletines	Solución escrita a un problema		
	Lluvia de ideas		Objetos	Demostración Práctica		
	Conferencia		Modelos	Proyectos		
	Mesa redonda		Maquetas	Monografías		
	Foro		Sonoramas	Crítica a un tema		
	Seminario		Televisión	Reportes escritos		
	Estudio Libre		Representaciones	X Participación individual		
			Marionetas	X Participación por equipo		
				Exposición individual		
				Exposición por equipo		
				Demostraciones de equipo		

PERFIL PROFESIOGRÁFICO: Licenciatura y posgrado en administración, con experiencia en la dirección de equipos de trabajo, práctica docente y ejercicio profesional, así como la habilidad para ejemplificar aplicaciones en la industria de los alimentos.