



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
LICENCIATURA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



<b>PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:</b>					
Aspectos Básicos en el Desarrollo Empresarial					
<b>IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA</b>					
<b>MODALIDAD:</b> Curso					
<b>TIPO DE ASIGNATURA:</b> Teórico-Práctica					
<b>SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:</b> Séptimo					
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b> Obligatoria					
<b>NÚMERO DE CRÉDITOS:</b> 6					
<b>HORAS DE CLASE A LA SEMANA:</b>	4	<b>Teóricas:</b>	2	<b>Prácticas:</b>	2
		<b>Semanas de clase:</b>	16	<b>TOTAL DE HORAS:</b>	64
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:</b> Ninguna					
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:</b> Ninguna					

**OBJETIVO GENERAL**

Al finalizar el curso el alumno conocerá y aplicará los conceptos de planeación, ejecución, organización, finanzas, costos, estudios técnicos y tecnológicos, así como los aspectos legales que involucran la creación de una empresa desarrollando el criterio para su formación.

<b>ÍNDICE TEMÁTICO</b>			
<b>UNIDAD</b>	<b>TEMAS</b>	<b>Horas Teóricas</b>	<b>Horas Prácticas</b>
1	Metodología para la Formación de una Empresa	5	5
2	Aspectos Legales de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)	2	2
3	La Empresa y su Estructura	4	4
4	Plan de Negocios	7	7
5	Desarrollo de la Empresa	4	4
6	Desarrollo Económico de las Empresas y del Factor Humano en la Toma de Decisiones	6	6
7	Evolución de la Empresa, Mercado y Cliente en el Sector Industrial, Comercial y de Servicios	4	4
	Total de Horas	32	32
	Suma Total de las Horas	64	

## CONTENIDO TEMÁTICO

---

### **1. METODOLOGÍA PARA LA FORMACIÓN DE UNA EMPRESA**

- 1.1. Concepto de estrategia competitiva.
  - 1.1.1. Qué vender, dónde y a qué precio.
- 1.2. Fortalezas y debilidades influyentes en ventas y en el servicio al cliente.
- 1.3. Componentes para el diagnóstico de nuestra empresa y de la competencia.
- 1.4. Sistemas de información gerencial para la toma de decisiones en las empresas de tipo comercial, industrial y de servicios.
- 1.5. La ventaja competitiva de nuestros productos y mercados.
- 1.6. Metodología para la formación de una empresa micro, pequeña y mediana.
  - 1.6.1. Legislación vigente.
- 1.7. Cultura de la calidad del servicio y la cultura de la rapidez en la empresa micro, pequeña y mediana.
- 1.8. El concepto de la ética empresarial.
- 1.9. La mercadotecnia en la planeación de la estrategia comercial de la empresa.
- 1.10. La comercialización de los productos elegidos.
- 1.11. Aplicación.

### **2. ASPECTO LEGALES DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)**

- 2.1. Sociedad Anónima.
- 2.2. Cooperativa.
- 2.3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.

### **3. LA EMPRESA Y SU ESTRUCTURA**

- 3.1. Estructura organizativa de la empresa.
- 3.2. Funciones esenciales en toda empresa.
- 3.3. Objetivos.
- 3.4. Manuales y procedimientos operativos.
- 3.5. Necesidades y determinación de producir o ofertar.
- 3.6. Calidad en productos y servicios.
- 3.7. Arranque.

### **4. PLAN DE NEGOCIOS**

- 4.1. Aspectos generales.
- 4.2. Aspectos legales.
- 4.3. Formatos y redacción.
- 4.4. Recursos.
- 4.5. Plan de Mercadotecnia.
- 4.6. Plan de Recursos Humanos: Propietarios, Consejo de Administración y Directivos.
- 4.7. Plan Financiero.
  - 4.7.1. Fuentes de Financiamiento.
- 4.8. Plan de Producción y Operaciones.

4.9. Aplicaciones prácticas: Elaboración y presentación de un plan de negocios.

## **5. DESARROLLO DE LA EMPRESA**

- 5.1. Instalación.
- 5.2. Arranque.
- 5.3. Crecimiento, evaluación e innovación.
- 5.4. Aplicaciones prácticas.

## **6. DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS Y DEL FACTOR HUMANO EN LA TOMA DE DECISIONES**

- 6.1. Las finanzas, su planeación, aplicación, medición y su control.
- 6.2. Toma de decisiones con base en costos y punto de equilibrio.
- 6.3. Análisis de costos históricos, de proceso, de ventas, de almacenaje, de distribución pro-forma.
- 6.4. Costos de la mano de obra directa e indirecta. Pagos por productividad, costo real de sueldos y salarios, tiempo extra; otros Ingresos.
- 6.5. Impuestos: ISR, Seguro Social, INFONAVIT, Impuesto sobre Nóminas, etc.
- 6.6. Declaraciones de impuestos varios.
- 6.7. Interpretación de resultados a través del estado financiero.
- 6.8. Aplicaciones.

## **7. EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA, MERCADO Y CLIENTE EN EL SECTOR INDUSTRIAL, COMERCIAL Y DE SERVICIOS**

- 7.1. Apoyos gubernamentales y bancarios.
- 7.2. Concepto de grupos estratégicos y alianzas comerciales.
- 7.3. Centros de utilidades.
- 7.4. Fragmentación de las empresas.
  - 7.4.1. Desarrollo de proveedores.
- 7.5. Sistemas para información y control hacia el interior y exterior de la empresa.
- 7.6. Interpretación de estados financieros.
  - 7.6.1. Hoja de resultados y otros índices contables; su aplicación para la toma de decisiones.
- 7.7. Conceptos laborales y legales generalmente utilizados para hacer una empresa.
- 7.8. Las Cámaras como fuente de asesoría, servicios de consultoría, agrupación gremial, referente de datos históricos en el sector, de avances tecnológicos, alianzas estratégicas para compras, alianzas estratégicas para exportación.
- 7.9. Aplicaciones prácticas.

## BIBLIOGRAFÍA

---

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Salazar Leytte Jorge, *Cómo iniciar una pequeña empresa su viabilidad de mercado*, México, Editorial CECSA, 2007.
- Alcaraz Rodríguez Rafael E., *El Emprendedor de Éxito*, México, Editorial Mc Graw Hill, 2006.
- Levy-Leboyer, Claude, *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas y cómo desarrollarlas*, Barcelona, Editorial Gestión, 2000.
- Nassir Sapag Chaín, *Proyectos de inversión formulación y evaluación*, México, Pearson Educación, 2007.
- Eagner, John, *Consiguiendo la ventaja competitiva*, México, Editorial Thomson, 2003.
- Cervantes, Victor Luis, *El abc de los mapas mentales: para emprendedores*, México, Editorial Cosmos, 2000.
- Brabandere, Luc de, *El valor de las ideas como gestionar y potenciar la creatividad en las empresas*, España, Editorial Oberón, 2002.
- Shefsky, Lloyd, *Los emprendedores no nacen, se hacen*, México, Editorial Mc Graw Hill, 2000.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Freyne, Andy, *De la idea a la cruda realidad*, México, Editorial Aguilar, 2004.
- G. Longenecker, Justin, W. Moore, Carlos E. Palicch Leslie, *Administración de Pequeñas Empresas, Enfoque Emprendedor*, México, Editorial Thomson, 2006.
- Rodríguez Valencia, Joaquín, *¿Cómo Aplicar la Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa?*, México, Editorial Cengage, 2005.
- Valls, Antonio, *Las 12 Habilidades Directivas Clave*, México, Editorial Gestión 2000, 2003.

### SITIOS WEB RECOMENDADOS

- Secretaria de Economía
- <http://www.rekursosa.com/Documentos/131.htm>
- <http://www.innova.cl/indice1.htm>
- <http://www.incubarbolivar.org/procesos.htm>
- <http://www.aprintel.com/incubadora/>
- <http://www.incubar.org/portafolio/modelo.asp>
- <http://www.beaz.net/ContactoWeb/acc/es/index.html>
- <http://www.uaem.mx/emprendedores/pp/1>
- <http://www.fomentoemprendedores.com/>
- <http://infopymes.senati.edu.pe/IncubadoraDEmpresas.htm>

## SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	A UTILIZAR
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Actividades prácticas dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	
Seminarios	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller o laboratorio	
Visitas guiadas	
Otras	

## MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	A UTILIZAR
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Actividades Prácticas	✓
Exposición de seminarios por los alumnos	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	✓
Visitas guiadas	
Otras	

## PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
Economía ó, en Ingeniería Industrial ó, en Administración	en Administración, ó Ingeniería Industrial	Administración	Gerencial o, Administrativo