



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
 DIRECCIÓN DE POSGRADO
FORMATO GUÍA PARA REGISTRO DE ASIGNATURAS

Hoja 1 de 3

DATOS DEL PROGRAMA Y LA ASIGNATURA

NOMBRE DEL PROGRAMA: MAESTRÍA EN CIENCIAS EN ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS
PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

COORDINADOR DEL PROGRAMA: _____

NOMBRE DE LA ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS PyMES

CLAVE: _____ (Para ser llenado por la SIP)

TIPO DE ASIGNATURA: OBLIGATORIA OPTATIVA
 SEMINARIO ESTANCIA

NÚMERO DE HORAS: TEORÍA PRACTICA T-P

UNIDADES DE CRÉDITO:

FECHA DE LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:
 d m a

SESIÓN DEL COLEGIO DE PROFESORES EN QUE SE ACORDÓ LA IMPLANTACIÓN DE LA ASIGNATURA: SESIÓN No. FECHA:
 d m a

FECHA DE REGISTRO EN SIP: (Para ser llenado por la SIP)
 d M a

DATOS DEL PERSONAL ACADÉMICO

COORD. ASIGNATURA: DR. JOÁS GÓMEZ GARCÍA CLAVE: 5693-EB-08

PROFR. PARTICIPANTE: _____ CLAVE: _____

III. DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

III.1 OBJETIVO GENERAL:

AL TERMINO DEL CURSO, EL ESTUDIANTE APLICARÁ LAS TÉCNICAS PARA EL DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DE NEGOCIOS, TANTO COMERCIALES COMO DE CARÁCTER PÚBLICO, EN EL CONTEXTO DE LAS PyME, Y SIMULARÁ ESCENARIOS DE INGENIERÍA FINANCIERA, ESTADOS DE SITUACIÓN ECONÓMICA, ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADOS Y PROSPECTIVAS DEL MERCADO DONDE SE DESARROLLARÁ EL NEGOCIO, TOMANDO COMO BASE LOS ANTECEDENTES EMPRESARIALES, EL TIPO DE BIENES Y SERVICIOS A PRODUCIR O COMERCIALIZAR, DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL IDÓNEA, ASÍ COMO DE LA SITUACIÓN DE MERCADO, DEL CONTEXTO DEL NEGOCIO Y DE ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA EMPRESA.

III.2 DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

TEMAS Y SUBTEMAS	TIEMPO
1. INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIOS	
1.1 TIPO DE NEGOCIOS	1
1.2 CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS	1
1.3 OBJETIVO, MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA	1
2. MEGA-TENDENCIAS	
2.1 ANÁLISIS PROSPECTIVO	1
2.2 EL NEGOCIO EN SU ENTORNO DE MEGA TENDENCIAS	1
2.3 TENDENCIAS MACROECONÓMICAS	.5
2.4 TECNOLOGÍA Y DESARROLLO	.5
2.5 PERSPECTIVAS DE LOS NEGOCIOS	
3. EL MERCADO	
3.1 TIPOS DE MERCADO	1
3.2 MERCADOS OBJETIVO	2
3.3 ESTRUCTURA DE LA OFERTA	3

3.4 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA	2
3.5 CADENA DE VALOR Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	1
4. FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO	
4.1 PREVISIÓN ANTECEDENTES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO	1
4.2 PLANEACIÓN	1
4.3 ORGANIZACIÓN	1
4.4 DIRECCIÓN	1
4.5 CONTROL	1
4.6 INTEGRACIÓN	1
5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	
5.1 NATURALEZA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	.5
5.2 LA ORGANIZACIÓN PARA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	.5
5.3 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA PLANEACIÓN	.5
5.4 EVALUACIÓN DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	.5
5.5 APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	.5
5.6 PLAN DE VIDA PERSONAL	.5
6. ORGANIZACIÓN DEL DESARROLLO DE NEGOCIOS	
6.1 CONCEPTO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL	1
6.2 TEORÍAS Y MODELOS DE LIDERAZGO	2
6.3 LA MOTIVACIÓN DE UNA EMPRESA	1
6.4 EL TRABAJO EN EQUIPO	1
6.5 LA COMUNICACIÓN	1
7. PLAN OPERATIVO	
7.1 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	1
7.2 PROYECTOS Y SUBPROYECTOS	1
7.3 ANÁLISIS DE RIESGOS	1
7.4 PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN, GASTOS, VENTAS Y PLAN PERSONAL	1
7.5 BALANCE PRO FORMA Y ESTADOS DE RESULTADOS	1
7.6 TASA INTERNA DE RETORNO	1
8. ESTUDIO FINANCIERO Y ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	
8.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2
8.2 PUNTO DE EQUILIBRIO	2

8.3 CRITERIOS DE RENTABILIDAD FINANCIERA Y ECONÓMICA	2
9. ESTUDIO DE CASOS Y PRESENTACIÓN DE INFORME FINAL	
9.1 CASOS DE NEGOCIOS COMERCIALES	2
9.2 CASOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	2
9.3 REDACCIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS	2
9.4 PRESENTACIÓN DE TRABAJOS	3
10. ESTUDIO DE CASOS Y PRESENTACIÓN DE INFORME FINAL	9

Hoja 3 de 3

III.3 BIBLIOGRAFIA UTILIZADA EN LA ASIGNATURA

1. BAS ENRIC. MEGATENDENCIAS SIGLO XXI, UN ESTUDIO DELFOS, (FONDO DE CULTURA ECONOMICA) 2007. VER: <http://www.agapea.com/MEGATENDENCIAS-SIGLO-XXI-UN-ESTUDIO-DELFOS-n174844i.htm>
2. CONTRERAS, JOSÉ, MEGATENDENCIAS, MUNDIALES. VER: <http://www.josecontreras.net/econom/Economia/Megatendencias/page.htm>, 2007
3. DE GARMO, PAUL ET AL. INGENIERÍA ECONÓMICA. 11ª PRENTICE HALL. 2004.
4. GÓMEZ, JOAS. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS SPANTA, 1998.
5. GÓMEZ, JOAS. LA REDACCIÓN DE TESIS Y TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA Y CIENTÍFICA. UPIICSA, IPN, MÉXICO 1998. (OBTENIBLE EN LA PÁGINA DE LA UPIICSA).
6. KEAT AND YOUNG. ECONOMÍA DE EMPRESA. PEARSON EDUCACIÓN, MÉXICO 2006
7. KELETY ALCAIDE, ANDRÉS, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE INVERSIONES. EADA GESTIÓN, ESPAÑA 1992 ÚLTIMA EDICIÓN
8. MEGATENDENCIAS. REVISTA ELECTRÓNICA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA, SOCIEDAD Y CULTURA.
9. VER: <http://www.tendencias21.net/index.php>, 2007
10. ROJAS ALARCÓN, EVELIA. LA TEORÍA DE LA INESTABILIDAD FINANCIERA DE MINSKY Y LAS EMPRESAS PONZI EN MÉXICO 1994-2008. TESIS DE GRADO EN LA FACULTAD DE ECONOMÍA DE LA UNAM, 2009
11. SAMUELSON Y NORDHAUS, ECONOMÍA. 18ª MC GRAW HILL, MÉXICO 2005
12. BERRY, TIM, BUSINESS PLAN PRO, PALO ALTO SOFTWARE, OREGON, USA, 1996
13. CHICO, PATRICIA. DESARROLLO ORGANIZACIONAL. 1ª. ED. PLAZA Y VALDÉS. MÉXICO 1999
14. COHEN, DANIEL, ASIN, ENRIQUE. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LOS NEGOCIOS PUBLICADO POR MCGRAW-HILL INTERAMERICANA USA 3ª EDICIÓN 1999
15. GRUPO DESCARTES EL MODO PROYECTO. CÓMO TOMAR DECISIONES ESTRATÉGICAS MEDIANTE LA INFORMÁTICA. EDITORIAL ALFAOMEGA GRUPO EDITOR

16. KAO J. JAMMING. EL ARTE Y LA DISCIPLINA DE LA CREATIVIDAD EN LOS NEGOCIOS. ED. NORMA

1997

17. LAMBIN, JEAN-JACQUES. MARKETING ESTRATÉGICO. ED. MCGRAW-HILL. 1995

18. MUNCH & GARCÍA. FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN. 6ª ED. MÉXICO TRILLAS. 2005

19. PERNA, NORBERTO. PROJECT MANAGEMENT. 1ª ED. BUENOS AIRES, MP EDICIONES 2005

20. PORTER, M. E. COMPETITIVE STRATEGY: TECHNIQUES FOR ANALYZING INDUSTRIES AND
COMPETITORS. THE FRE PRESS, BOSTON MA.

21. STEINER, GEORGE. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. LO QUE TODO DIRECTOR DEBE SABER. 22ªREIMP
ED. CECSA. MÉXICO 1997

III.4 PROCEDIMIENTOS O INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN A UTILIZAR

EXPOSICIONES

ESTUDIOS DE CASO

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS