

PROGRAMA EDUCATIVO:
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

PROGRAMA DE ASIGNATURA: PLAN DE NEGOCIOS

CLAVE: E-PDN-3

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante elaborará un plan de negocios, mediante la aplicación de metodologías, herramientas, análisis estratégicos y uso de nuevas tecnologías, considerando las normas y regulaciones vigentes, para establecer una empresa o iniciativa emprendedora con potencial de éxito y crecimiento sostenido.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Evaluar unidades estratégicas de negocios a través de modelos estratégicos sostenibles e innovadores que busquen fortalecer la economía social y solidaria en mercados nacionales e internacionales, y aplicar la legislación vigente, considerando las tendencias del entorno globalizado para contribuir a la consolidación y rentabilidad de las organizaciones.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	9	5.63	Escolarizada	6	90

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
I. Planeación Estratégica	4	6	10
II. Mercadotecnia	10	15	25

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

III. Diseño organizacional y Marco legal	6	9	15
IV. Estudio Técnico	6	9	15
V. Estudio Financiero	10	15	25
Totales	36	54	90

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Evaluar unidades estratégicas de negocios a través de modelos estratégicos sostenibles e innovadores que busquen fortalecer la economía social y solidaria en mercados nacionales e internacionales.	Formular unidades de negocios por medio de un plan de desarrollo con componentes y herramientas de análisis que permitan alcanzar metas y objetivos, con la finalidad de la optimización de recursos para el ingreso a mercados regionales, nacionales y/o internacionales, en ambientes, estructurados, semiestructurados y reales.	Presenta un proyecto a nivel perfil que contenga: <ul style="list-style-type: none"> - Resumen Ejecutivo - Definición del bien o servicio - Análisis de Mercado - Análisis Técnico: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Organizacional ◦ Legal ◦ Producción ◦ Cadena de suministro ◦ Impacto ambiental - Análisis Financiero - Análisis de pre factibilidad - Conclusiones
Aplicar la legislación vigente y normas de información financiera (NIF's) considerando las tendencias del entorno globalizado para contribuir a la consolidación y rentabilidad de las organizaciones.	Interpretar la situación financiera de los proyectos mediante el análisis del valor del dinero en condiciones reales de la operación del proyecto, con la finalidad de desarrollar informes financieros que permitan conocer el estado actual sobre la situación económica de las unidades de negocio.	Entrega un informe financiero que contenga: <ul style="list-style-type: none"> - Estado de situación financiera - Estado de resultados - Flujo de efectivo - Indicadores financieros - Razones financieras - Porcientos integrales - Tasa interna de retorno - Valor presente neto - Tasa de rendimiento mínima aceptable - Valor económico agregado - Fuentes de financiamiento y su justificación - Conclusiones del informe financiero

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. Planeación Estratégica					
Propósito esperado	El estudiante aplicará los elementos fundamentales del plan estratégico, para el desarrollo de un plan de negocios efectivo.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	4	Horas del Saber Hacer	6	Horas Totales	10

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Estructura del Plan de Negocios	Identificar los elementos que conforman la estructura del plan de negocios: <ul style="list-style-type: none"> - Resumen ejecutivo - Descripción del negocio - Análisis de la industria: entorno y sector - Estudio de mercado - Estudio técnico - Estudio financiero - Evaluación económica 	Documentar la información que se genera en el desarrollo de los elementos del plan de negocios.	El estudiante desarrollará la ética profesional mediante la aplicación de principios y valores éticos en la elaboración del plan de negocios, garantizando prácticas empresariales justas, transparentes y sostenibles. El estudiante fomentará la
Filosofía Organizacional	Identificar la importancia de los elementos que componen la filosofía organizacional: <ul style="list-style-type: none"> - Misión - Visión - Valores - Política de calidad 	Formular la visión, misión y valores de la empresa. Diseñar las normas de conducta ética que refuerzan la identidad de los miembros de la empresa al interior, y los identifican al exterior.	El estudiante fomentará la colaboración y el trabajo en equipo a través de la realización de proyectos grupales, distribuyendo roles y responsabilidades equitativamente para mejorar la capacidad de trabajar en

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

		Construir el principio de calidad que busca la mejora continua y la satisfacción del cliente.	conjunto y respetar las opiniones y habilidades de cada miembro.
Análisis Situacional de la Empresa	Distinguir los factores de análisis para la identificación de fortalezas, debilidades oportunidades y amenazas: <ul style="list-style-type: none"> - Áreas funcionales - Consumidores - Competidores - Aspectos políticos, sociales, culturales, demográficos, económicos, tecnológicos. 	Realizar un análisis de la situación actual de la empresa (interna y externa), de manera que permita la toma de decisiones estratégicas que contribuyan a incrementar la competitividad de la empresa y alcanzar el éxito en el mercado.	El estudiante desarrollará la comunicación asertiva mediante la presentación y defensa del plan de negocios, promoviendo el intercambio de ideas y retroalimentación constructiva para mejorar habilidades en la expresión de ideas de manera clara y respetuosa.
Objetivos Estratégicos	Distinguir los elementos para la formulación de objetivos estratégicos mediante la metodología SMART: <ul style="list-style-type: none"> - Específicos: Deben ser claros, concisos y definidos de manera concreta. - Medibles: Deben poder ser cuantificados o medidos de alguna manera. - Alcanzables: Deben ser realistas y desafiantes a la vez. - Relevantes: Deben estar alineados con la visión y misión del estudiante. - Tiempo: Deben tener un plazo definido para su cumplimiento. 	Formular los objetivos estratégicos de la empresa de manera clara y concisa. Comunicar los objetivos estratégicos a los empleados, clientes, proveedores y otras partes interesadas. Motivar e inspirar a las partes interesadas a trabajar en conjunto para lograr los objetivos estratégicos.	El estudiante fomentará la resiliencia y la adaptabilidad a través de la identificación y análisis de riesgos en el plan de negocios, desarrollando estrategias de mitigación y respuesta ante posibles adversidades, preparándose para enfrentar y superar retos antes cambios inesperados en el entorno empresarial. El estudiante desarrollará la responsabilidad social mediante la integración de prácticas sostenibles y

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

			socialmente responsables en el plan de negocios, considerando el impacto ambiental y comunitario para contribuir positivamente al entorno.
--	--	--	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
		Laboratorio / Taller	
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje colaborativo a través de equipos de trabajo entre los estudiantes - Aprendizaje basado en proyectos - Clases o aula invertida 	<ul style="list-style-type: none"> - Visuales: Pintarrón, material de lectura, casos impresos, marcador. - Audiovisuales: Proyector, diapositivas, videos. - Herramientas tecnológicas: Internet, Bases de datos, páginas web, software especializado, procesador de textos, hojas de cálculo de Excel. 	Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes elaboran un plan estratégico, que incluye la filosofía organizacional, análisis situacional, matriz FODA , objetivos estratégicos y estrategias de la empresa.	<p>A partir de un caso de estudio, elaborar un informe que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filosofía organizacional. - Diagnóstico organizacional (análisis interno y externo). - Establecimiento de objetivos y estrategias 	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto grupal (en equipo) - Rúbrica

UNIDADES DE APRENDIZAJE

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Unidad de Aprendizaje	II. Mercadotecnia					
Propósito esperado	El estudiante realizará un análisis de la situación actual del mercado para determinar el tamaño y la demanda del mismo, la segmentación de clientes, identificar a la competencia, el entorno económico, las regulaciones legales y las tendencias actuales para la generación de estrategias comerciales.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Estudio de Mercado	Identificar el proceso para la realización de estudios de mercado.	<p>Formular los resultados que se desean alcanzar con el estudio de mercado.</p> <p>Realizar la segmentación del público objetivo a quien se dirigirá el estudio de mercado.</p> <p>Diseñar instrumentos para la recopilación de información con base a los objetivos del estudio de mercado.</p> <p>Realizar el análisis e interpretación de los datos obtenidos.</p> <p>Estructurar el informe de resultados de la investigación de mercados.</p>	<p>El estudiante desarrollará la ética profesional mediante la aplicación de principios y valores éticos en la elaboración del plan de negocios, garantizando prácticas empresariales justas, transparentes y sostenibles.</p> <p>El estudiante fomentará la colaboración y el trabajo en equipo a través de la realización de proyectos grupales, distribuyendo roles y responsabilidades equitativamente para mejorar la capacidad de trabajar en conjunto y respetar las</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Análisis de Mercado	<p>Describir los factores clave y herramientas (PESTEL, FODA, MEFE, Diamante de Michael Porter) para la realización del análisis del entorno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Políticos - Económicos - Sociales - Tecnológicos - Legales - Culturales - Demográficos - Climatológicos - Sociales <p>Distinguir los componentes para el análisis de las tendencias del sector</p> <ul style="list-style-type: none"> - Datos demográficos - Tamaño del mercado - Competencia - Normas - Leyes - Clientes - Productos - Distribución <p>Reconocer los elementos para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La definición del segmento y perfil del mercado y público objetivo. - El análisis de la demanda - El análisis de la competencia 	<p>Realizar el análisis de la situación actual de mercado a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Herramientas de análisis (PESTEL, FODA, MEFE, Diamante de Michael Porter) - Tendencias actuales del mercado - Determinación del tamaño y perfil del mercado, público objetivo a quién va dirigido el producto o servicio. - La demanda del producto o servicio en el mercado. - La competencia directa e indirecta del mercado. 	<p>opiniones y habilidades de cada miembro.</p> <p>El estudiante desarrollará la comunicación asertiva mediante la presentación y defensa del plan de negocios, promoviendo el intercambio de ideas y retroalimentación constructiva para mejorar habilidades en la expresión de ideas de manera clara y respetuosa.</p> <p>El estudiante fomentará la resiliencia y la adaptabilidad a través de la identificación y análisis de riesgos en el plan de negocios, desarrollando estrategias de mitigación y respuesta ante posibles adversidades, preparándose para enfrentar y superar retos antes cambios inesperados en el entorno empresarial.</p> <p>El estudiante desarrollará la responsabilidad social mediante la integración de prácticas sostenibles y socialmente responsables en el</p>
---------------------	---	--	--

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Mezcla de Mercadotecnia	Describir los componentes clave de la mezcla de mercadotecnia: <ul style="list-style-type: none"> - Descripción del producto o servicio - Beneficios y ventajas del producto o servicio - Nombre comercial y marca - Ventaja competitiva - Política de fijación de precios - Plaza y distribución - Mezcla promocional 	Diseñar la mezcla de mercadotecnia del producto o servicio.	plan de negocios, considerando el impacto ambiental y comunitario para contribuir positivamente al entorno.
Estrategias Comerciales	Identificar los tipos de estrategias: <ul style="list-style-type: none"> - De la mezcla de mercadotecnia - De desarrollo de marca - De posicionamiento del producto - Comerciales 	Diseñar estrategias de la Mezcla de mercadotecnia, de desarrollo de marca, de posicionamiento, comerciales y responsabilidad social corporativa.	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
		Laboratorio / Taller	
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje colaborativo a través de equipos de trabajo entre los estudiantes. - Aprendizaje basado en proyectos. - Clases o aula invertida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visuales: Pintarrón, material de lectura, casos impresos, marcador. - Audiovisuales: Proyector, diapositivas, videos. - Herramientas tecnológicas: Internet, Bases de datos, páginas web, software especializado, procesador de textos, hojas de cálculo de Excel. 	Empresa	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes realizan el estudio y análisis de mercado, la estimación de la demanda y el análisis de la competencia para la generación de estrategias con base en los objetivos empresariales.	A partir de un caso de estudio, elaborar un informe que incluya: <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos del área de mercadotecnia - Estudio de mercado (Objetivo, metodología, resultados). - Análisis del entorno - Tendencias del mercado - Estimación de la demanda - Análisis de la competencia - Mezcla de mercadotecnia - Mezcla promocional - Estrategias de mercadotecnia, de desarrollo de marca, de posicionamiento y comerciales de acuerdo a los objetivos empresariales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Caso de estudio - Rúbrica

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	III. Diseño Organizacional y Marco Legal					
Propósito esperado	El estudiante propondrá la estructura organizacional y el marco legal de la empresa, considerando aspectos legales, fiscales y administrativos necesarios para su operación.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	6	Horas del Saber Hacer	9	Horas Totales	15

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Diseño Organizacional	<p>Explicar los elementos para el diseño de la estructura organizacional de la empresa.</p> <p>Identificar los requerimientos para la descripción de puestos en la empresa.</p>	<p>Desarrollar el organigrama estructural de la empresa, identificando claramente los diferentes departamentos y sus interrelaciones.</p> <p>Determinar las funciones genéricas y específicas de cada departamento dentro de la empresa.</p>	<p>El estudiante desarrollará la ética profesional mediante la aplicación de principios y valores éticos en la elaboración del plan de negocios, garantizando prácticas empresariales justas, transparentes y sostenibles.</p>
Marco Legal	<p>Describir los requisitos legales que obliga la Federación, Estado y Municipio en la apertura y funcionamiento de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acta constitutiva - Registro federal de contribuyentes - Registro ante el IMSS e INFONAVIT - Permisos municipales, estatales y federales - Cumplimiento de normas nacionales e internacionales aplicables - Registro de nombre de producto, marca y patentes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. 	<p>Identificar los requerimientos legales de la apertura y funcionamiento de la empresa.</p> <p>Determinar el procedimiento para el registro de marca y patentes.</p>	<p>El estudiante fomentará la colaboración y el trabajo en equipo a través de la realización de proyectos grupales, distribuyendo roles y responsabilidades equitativamente para mejorar la capacidad de trabajar en conjunto y respetar las opiniones y habilidades de cada miembro.</p> <p>El estudiante desarrollará la comunicación asertiva mediante la presentación y defensa del plan de negocios, promoviendo el intercambio de ideas y retroalimentación</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

			<p>constructiva para mejorar habilidades en la expresión de ideas de manera clara y respetuosa.</p> <p>El estudiante fomentará la resiliencia y la adaptabilidad a través de la identificación y análisis de riesgos en el plan de negocios, desarrollando estrategias de mitigación y respuesta ante posibles adversidades, preparándose para enfrentar y superar retos antes cambios inesperados en el entorno empresarial.</p> <p>El estudiante desarrollará la responsabilidad social mediante la integración de prácticas sostenibles y socialmente responsables en el plan de negocios, considerando el impacto ambiental y comunitario para contribuir positivamente al entorno.</p>
--	--	--	---

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
		Laboratorio / Taller	
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje basado en proyectos - Aprendizaje colaborativo a través de equipos de trabajo entre los estudiantes - Clases o aula invertida 	<ul style="list-style-type: none"> - Visuales: Pintarrón, material de lectura, casos impresos, marcador. - Audiovisuales: Proyector, diapositivas, videos. - Herramientas tecnológicas: Internet, Bases de datos, páginas web, software especializado, procesador de textos, hojas de cálculo de Excel. 	Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes diseñan el organigrama de la empresa y la descripción de funciones de cada puesto, para la correcta organización de la empresa, identifican los trámites legales requeridos para la creación del negocio y asegurar la correcta operatividad de la empresa.	<p>A partir de un caso de estudio, elaborar un informe que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La estructura organizacional de la empresa - La descripción de puestos acorde a la estructura organizacional de la empresa. - Portafolio con los trámites legales para la creación de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rúbrica - Lista de cotejo

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	IV. Estudio Técnico					
Propósito esperado	El estudiante evaluará la viabilidad técnica y operativa para la puesta en marcha de la idea de negocio.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	6	Horas del Saber Hacer	9	Horas Totales	15

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Tamaño óptimo y distribución de las áreas físicas de la empresa	<p>Definir el concepto de capacidad de producción (instalada, real y normal) y el de proyección de crecimiento futuro.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar los tipos de distribución de planta: - Distribución por producto (taller de flujo o flowline) - Distribución por proceso (funcional o jobshop) - Distribución de posición fija. - Distribución de tecnología de grupos o celular. <p>Describir los elementos para llevar a cabo la distribución de la planta.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tamaño, peso, forma, volumen, movilidad del producto. - Propiedades físicas y químicas 	<p>Determinar la capacidad de producción de un proyecto, el tiempo previsto de crecimiento, así como el tamaño óptimo.</p> <p>Seleccionar el tipo de distribución de planta idóneo a las características y necesidades de la empresa.</p> <p>Determinar la distribución de planta acorde a las necesidades del proyecto.</p> <p>Diseñar el Lay Out de la planta y su logística de operación acorde a las necesidades de la empresa.</p>	<p>El estudiante desarrollará la ética profesional mediante la aplicación de principios y valores éticos en la elaboración del plan de negocios, garantizando prácticas empresariales justas, transparentes y sostenibles.</p> <p>El estudiante fomentará la colaboración y el trabajo en equipo a través de la realización de proyectos grupales, distribuyendo roles y responsabilidades equitativamente para mejorar la capacidad de</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

<p>Localización y ubicación óptimas de la empresa (macro y micro localización)</p>	<p>Distinguir los factores que influyen en la ubicación geográfica de la empresa:</p> <p>Macro-localización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disposiciones legales - Aspectos culturales y demográficos - Situación de los mercados - Disponibilidad y costo de la mano de obra - Productividad de la mano de obra - Disponibilidad de energía y suministros - Tipos de cambio y paridad cambiaria - Restricciones a la importación y exportaciones - Riesgo político - Riesgo país <p>Micro-localización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura y servicios disponibles (agua, gas, energía eléctrica). - Costos del terreno - Extensión del terreno - Mano de obra o fuerza calificada - Vías de comunicación - Proximidad de redes de transporte - Disponibilidad de materia prima - Cercanía con los mercados - Impacto ambiental 	<p>Determinar los factores condicionantes que influyen en la ubicación de una empresa, considerando la información del estudio de mercado, así como en la macro y microlocalización.</p> <p>Determinar la micro y macro localización óptima de la planta, presentando una descripción breve y la justificación de su elección.</p>	<p>trabajar en conjunto y respetar las opiniones y habilidades de cada miembro.</p> <p>El estudiante desarrollará la comunicación asertiva mediante la presentación y defensa del plan de negocios, promoviendo el intercambio de ideas y retroalimentación constructiva para mejorar habilidades en la expresión de ideas de manera clara y respetuosa.</p> <p>El estudiante fomentará la resiliencia y la adaptabilidad a través de la identificación y análisis de riesgos en el plan de negocios, desarrollando estrategias de mitigación y respuesta ante posibles adversidades, preparándose para enfrentar y superar retos antes cambios inesperados en el entorno empresarial.</p> <p>El estudiante desarrollará la responsabilidad social mediante la integración de</p>
--	--	--	---

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Proceso Productivo	<p>Identificar el concepto de proceso de producción.</p> <p>Distinguir el proceso de producción de un producto (proyecto, lotes, masa, continua o artesanal) o servicio y los elementos que lo conforman:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación: Establecimiento de roles, recursos disponibles: humanos, materiales, financieros. - Ejecución - Entrega o puesta en marcha 	<p>Seleccionar el proceso de producción adecuado para el proyecto, identificando ventajas y desventajas</p> <p>Elaborar diagramas de proceso de producción, describiendo cada una de las etapas</p> <p>Elaborar diagrama de bloque que represente el proceso de producción</p>	prácticas sostenibles y socialmente responsables en el plan de negocios, considerando el impacto ambiental y comunitario para contribuir positivamente al entorno.
Maquinaria y equipo	<p>Identificar la maquinaria y equipo con base a los costos y características técnicas requeridas para la operación de la empresa.</p>	<p>Seleccionar la maquinaria y el equipo necesario para la puesta en marcha del proyecto de la empresa</p> <p>Enlistar la maquinaria que se requiere para la elaboración del producto o el otorgamiento del servicio.</p>	
Materia Prima	<p>Distinguir las características físicas y químicas de las materias primas, materiales e insumos que se requieren para la producción de bienes y servicios con base a su clasificación y estándares de calidad.</p> <p>Identificar la localización y condiciones de abastecimiento de las materias primas e insumos.</p>	<p>Determinar las condiciones de abasto, la cantidad y el costo de materias primas e insumos requeridos del bien y prestación del servicio, con base en la estimación de la producción disponible y la localización de la empresa.</p>	
Impacto Ambiental	Definir el concepto de impacto ambiental	Determinar el impacto ambiental que	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

	<p>de acuerdo al artículo 3ro. de la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA)</p> <p>Identificar el concepto de economía circular.</p> <p>Distinguir los 3 principios y las 7R de la economía circular.</p>	<p>genera la empresa en sus distintos elementos</p> <p>Elaborar una propuesta amigable con el medio ambiente con base en los indicadores y las 7 R de la economía circular.</p>	
Mejora Continua	<p>Distinguir las metodologías para la mejora continua en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El principio de Plan-Do-Check-Act o PDCA (planificar, ejecutar, evaluar y actuar) ... - Los 5 ¿Por qué? o el análisis del origen del problema - Kaizen y kata - Producción lean - Gestión de la calidad total (Total Quality Management, TQM) - Agile - Método Kanban. 	<p>Elaborar una propuesta de mejora continua con base en alguna de las metodologías propuestas.</p>	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje basado en proyectos - Aprendizaje colaborativo a través de equipos de trabajo entre los estudiantes - Clases o aula invertida 	<ul style="list-style-type: none"> - Visuales: Pintarrón, material de lectura, casos impresos, marcador. - Audiovisuales: Proyector, diapositivas, videos. 	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

	- Herramientas tecnológicas: Internet, Bases de datos, páginas web, software especializado, procesador de textos, hojas de cálculo de Excel.		
--	--	--	--

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes elaboran el estudio técnico que integre los elementos como: materia prima, insumos y materiales requeridos, proceso de producción, tamaño, distribución y localización óptima de la planta, equipo y maquinaria, impacto ambiental y mejora continua.	<p>A partir de un caso de estudio, elaborar un informe que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de producción de la empresa (Incluir diagrama de flujo que refleje el tipo de producto y proceso). - Los factores condicionantes para la micro y macrolocalización de la empresa. - Maquinaria, mobiliario y el equipo necesario para la operación del proyecto. - Listar la materia prima, materiales e insumos requeridos para el desarrollo del proyecto. - El tamaño y distribución de la planta (Layout). - Fuentes de abastecimiento, costo y cantidad de la materia prima e insumos. - Impacto ambiental (Propuesta amigable con el medio ambiente, Requerimientos para manifiesto de impacto ambiental). - Propuesta de mejora continua (Círculo de Deming) 	<ul style="list-style-type: none"> - Rúbrica - Lista de verificación

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	V. Estudio Financiero					
Propósito esperado	Evaluar la situación financiera de la empresa a través de la identificación de necesidades de financiamiento, y el análisis e interpretación de los estados financieros, medidas de viabilidad financiera e indicadores financieros que determinen la estabilidad y rentabilidad para la toma de decisiones del Plan de Negocios.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Determinación del costo unitario de producción	<p>Describir los conceptos que integran el costo de producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mano de Obra 	<p>Determinar los costos fijos y variables en lo que se incurren en la producción de bienes y servicios</p> <p>Calcular el costo unitario de producción del producto o servicio objeto de un proyecto de inversión.</p>	<p>El estudiante desarrollará la ética profesional mediante la aplicación de principios y valores éticos en la elaboración del plan de negocios, garantizando prácticas empresariales justas, transparentes y sostenibles.</p>
Presupuestos (de venta, de costo de producción, de gastos de operación, de inversión fija y depreciación).	<p>Enlistar los presupuestos necesarios para la formulación y valuación financiera de un proyecto de inversión.</p> <ul style="list-style-type: none"> - De venta - De costo de producción - De gastos de operación - De inversión fija - De depreciación 	<p>Desarrollar los presupuestos (proyecciones) necesarios para la formulación y evaluación de un proyecto de inversión</p>	<p>El estudiante fomentará la colaboración y el trabajo en equipo a través de la realización de proyectos grupales, distribuyendo roles y responsabilidades</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Estados financieros proyectados (Flujo de efectivo, estado de resultados y balance general).	<p>Describir los estados financieros proyectados necesarios para la evaluación financiera del proyecto de inversión (TIR, VPN, Periodo de recuperación de la inversión, Punto de equilibrio, costo-beneficio).</p> <p>Definir los principales indicadores de rentabilidad de un proyecto de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Margen de utilidad bruta o margen bruto (utilidad bruta/ingresos netos) - Margen operacional (utilidad de operación/ingresos netos) - Margen de utilidad antes de los impuestos (utilidad antes de impuestos/ ingresos netos) - Margen neto de utilidad (utilidad neta/ ingresos netos) 	<p>Proyectar los estados financieros necesarios para la formulación y evaluación de un proyecto de inversión.</p> <p>Realizar un reporte de la interpretación de los estados financieros y de rentabilidad para la toma de decisiones.</p>	<p>equitativamente para mejorar la capacidad de trabajar en conjunto y respetar las opiniones y habilidades de cada miembro.</p> <p>El estudiante desarrollará la comunicación asertiva mediante la presentación y defensa del plan de negocios, promoviendo el intercambio de ideas y retroalimentación constructiva para mejorar habilidades en la expresión de ideas de manera clara y respetuosa.</p> <p>El estudiante fomentará la resiliencia y la adaptabilidad a</p>
Análisis de fuentes de financiamiento.	<p>Distinguir las diferentes opciones de fuentes de financiamiento para el proyecto de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gubernamentales - Banca comercial - Banca de desarrollo - Inversionistas - Crowdfunding - Business angels - Socios con capital - Fondos de capital riesgo. - 	<p>Identificar los requisitos para acceder a las diferentes fuentes de financiamiento disponibles para un proyecto de inversión.</p> <p>Seleccionar fuentes de financiamiento viables para la empresa, justificando la elección de cada una de ellas.</p>	<p>través de la identificación y análisis de riesgos en el plan de negocios, desarrollando estrategias de mitigación y respuesta ante posibles adversidades, preparándose para enfrentar y superar retos antes cambios inesperados en el entorno empresarial.</p> <p>El estudiante desarrollará la</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Determinación del costo de financiamiento.	Identificar las fórmulas de interés simple y compuesto, que contribuya al establecimiento del plan de pago y el costo de financiamiento.	Calcular el costo de las diferentes fuentes de financiamiento disponibles para el proyecto de inversión.	responsabilidad social mediante la integración de prácticas sostenibles y socialmente responsables en el plan de negocios, considerando el impacto ambiental y comunitario para contribuir positivamente al entorno.
--	--	--	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
		Laboratorio / Taller	
		Empresa	
<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje basado en proyectos - Aprendizaje colaborativo a través de equipos de trabajo entre los estudiantes - Clases o aula invertida 	<ul style="list-style-type: none"> - Visuales: Pintarrón, material de lectura, casos impresos, marcador. - Audiovisuales: Proyector, diapositivas, videos. - Herramientas tecnológicas: Internet, Bases de datos, páginas web, software especializado, procesador de textos, hojas de cálculo de Excel. 		

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes determinan el costo unitario de producción de su propuesta de proyecto de inversión, así como los presupuestos de venta, costo de producción, de gastos de operación y de inversión fija;	A partir de un caso de estudio, elaborar un informe que incluya: <ul style="list-style-type: none"> - El costo unitario de producción del producto o servicio objeto del 	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de verificación - Rúbrica

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

<p>elaboran estados financieros para evaluar la Tasa Interna de Retorno (TIR), TREMA (Tasa de rendimiento mínima aceptable) el Valor Presente Neto (VPN), la relación Costo-Beneficio y el Punto de Equilibrio de su propuesta de proyecto de inversión, con la finalidad de valorar el costo de financiamiento que les permita acceder a fuentes de financiamiento.</p>	<p>proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información de los diferentes presupuestos (presupuesto de MP, MO, GA) para elaborar el presupuesto de ventas, costo de producción, gastos de operación y de inversión fija. - Balance general, el estado de resultados y el flujo de efectivo proyectados del proyecto de inversión. - Costo de financiamiento de la fuente o fuentes de financiamiento seleccionadas para el proyecto de inversión. - Indicadores de rentabilidad del proyecto. 	
--	---	--

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
<ul style="list-style-type: none"> - Licenciatura o carrera universitaria en áreas relacionadas con la administración, la economía, finanzas o la gestión de empresas. - Estudios de posgrado en administración de negocios, gestión de proyectos o áreas afines. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de técnicas de enseñanza activa (3 años): aprendizaje basado en proyectos, estudios de caso, simulaciones y aprendizaje colaborativo. - Comunicación efectiva dentro del aula. - Manejo de técnicas de evaluación para medir el progreso de los estudiantes y proporcionar retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en el sector empresarial (2 años) especialmente en áreas relacionadas con la gestión de empresas. - Consultoría de Negocios. - Planeación estratégica. - Marketing estratégico - Asesoría en gestión y evaluación de proyectos. - Asesoría o intervención en proyectos de

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

	<p>constructiva y oportuna.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidades para el diseño y desarrollo de cursos y materiales didácticos. - Capacidad para motivar e inspirar a los estudiantes. 	emprendimiento e innovación
--	--	-----------------------------

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Austin, Marhall.	2023	Cómo empezar un negocio desde cero y hacer que funcione. Guía para lanzar tu negocio propio y convertirte en un exitoso emprendedor con el Modelo Canvas.	México	Azul Océano Ediciones.	979-8368989556
Chiavenato, Idalberto	2018	Administración de recursos humanos	México	McGraw-Hill Interamericana.	978-1-4562-6316-4
Chiavenato, Idalberto	2017	Planeación Estratégica fundamentos y aplicaciones.	México	McGraw Hill Education.	978-1-4562-5663-0

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Domínguez, Germán Domínguez, Betsabé Domínguez, Juan Ignacio	2015	Guía práctica para un plan de negocios y obtención de fondos del Gobierno Federal	México	Instituto Mexicano de Contadores Públicos.	978-6078384501
González Millán, José Rodríguez Díaz, Myriam	2019	Manual práctico de planeación estratégica	México	Ediciones Díaz de Santos S.A.	978-8490-5227-07
Millán, José & Rodríguez Miryam	2019	Manual práctico de planeación estratégica	España	Díaz De Santos	ISBN: 978-84-9052-242-4
Jacobs, Robert F. Chase, Richard B	2022	Administración de operaciones	México	McGraw-Hill Education	978-1456291174
Kotler, Philip Armstrong, Gary.	2021	Fundamentos de marketing	México	Pearson Educación	978-6073-2567-59
Munch, Lourdes	2018	Plan de negocios	México	Trillas	978-607-17-3354-2
Render, Barry Heizer, Jay	2013	Principios de administración de operaciones	México	Pearson Educación	978-6073223362
Rodríguez, Fernando	2018	Formulación y evaluación de proyectos de inversión: Una propuesta metodológica	México	Instituto Mexicano de Contadores Públicos	978-607-8552-66-5
Rosendo, Verónica	2018	Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial	México	Alfaomega y Esic (Business & Marketing School)	978-8417-1297-67
Schanarch, Alejandro	2023	Marketing y creatividad para emprender	México	McGraw Hill	978-6071519740

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Stettinius, W., Wood, D.R., y Colley, J.L.	2024	Plan de negocio: como diseñarlo e implementarlo	México	PROFIT Editorial	978-8493-6084-22
Stutely, Richard	2015	Como elaborar un plan de Negocios	México	Trillas	978-607-17-2321-5
Travis Arias, Ricardo	2015	Derecho Corporativo Empresarial	México	Grupo Editorial Patria	978-6077442660
Zamarreño Arramendía, Gorka	2020	Análisis de mercado	España	Editorial Elearning S.L.	978-84-18214-86-8

Referencias digitales				
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo	
ASEM Blog	4 de septiembre de 2023	Emprender con éxito: conoce los tipos de apoyo que ofrece la ASEM	https://asem.mx/blog_asem/emprender-con-exito-tipos-de-apoyo-que-ofrece-asem/	
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	1 de diciembre de 2022	Plan de negocios.	https://www.iadb.org/es/whats-our-impact/BH-T1109	
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	5 de Junio de 2024	Productos de financiamiento	https://live-idb-lab-website.pantheonsite.io/es/home/financiamiento	
Blank, Steve y Dorf, Bob	2020	The start-up owner's manual: The step by step guide for building a great Company	https://books.google.com.cu/books?id=3p_ODwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbv_vpt_read#v=onepage&q&f=false	
Bravo, J.	24 de noviembre de 2023	Evaluación de Proyectos de Inversión: Un Análisis Crítico.	https://es.linkedin.com/pulse/evaluaci%C3%B3n-de-proyectos-inversi%C3%B3n-un-an%C3%A1lisis-cr%C3%ADtico-junior-	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

Fondo para el logro de los ODM	12 de mayo de 2024	Manual de guía para la elaboración De Plan De Negocio	https://www.sdgfund.org/sites/default/files/PS_%20MANUAL_Panama_%20plan%20de%20negocios.pdf
Global Entrepreneurship Monitor	2023	Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing	https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377
Gómez, Diana	06 de septiembre de 2023	Mezcla de mercadotecnia: componentes esenciales e importancia	https://blog.hubspot.es/marketing/mezcla-de-mercadotecnia
González, K., Castillo, A. y Alcaraz, O.	19 de junio de 2024	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. Enfoque Teórico Práctico.	https://www.researchgate.net/publication/352998787_PLANEACION_ESTRATEGICA
Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión	10 de junio de 2024	LEY GENERAL DEL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y LA PROTECCIÓN AL AMBIENTE	https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGEEPA.pdf
Mir Juliá	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	https://www.google.com.mx/books/edition/C%C3%B3mo crear un Plan de Negocio_%C3%BAtil y c/8PKODwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Plan+de+negocios+para+emprendedores&printsec=frontcover
Santos, Diego	23 de mayo de 2024	Planeación estratégica: qué es, elementos y ejemplos	https://blog.hubspot.es/marketing/guia-planificacion-estrategica
Schnarch, Alejandro y Arteaga, Ramiro	23 de mayo de 2024	Marketing un enfoque latinoamericano.	https://www.google.com.mx/books/edition/Marketing_un_enfoque_latinoamericano/DTDnEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
Secretaría de Economía		Guías: obtén información y orientación paso a paso para emprender y desarrollar tu negocio.	https://e.economia.gob.mx/guias/

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE DE 2024	