

CREATIVIDAD EMPRESARIAL

FECHA DE ELABORACIÓN : AGOSTO 1999

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN :

Nombre de la materia. Creatividad Empresarial

Clave : ADM-462

Depto. que la imparte : Administración Agropecuaria

Número de horas teoría : 2 (dos)

Número de horas práctica : 3 (tres)

Número de créditos :

Carreras y semestre en que se imparte : Ingeniero Agrónomo Administrador 9º Sem.

Prerequisitos : Administración I y II

OBJETIVOS GENERAL :

El propósito fundamental de este curso es que el alumno desarrolle su potencial emprendedor a través del diseño de un Plan de Negocios, para lo cual el alumno integrará sus conocimientos y experiencias administrativas y técnicas de cursos anteriores, utilizando su propia creatividad, es decir, desarrollará habilidades de observación, análisis, síntesis, deducción e inducción.

El curso pretende ser estimulante para que el alumno se integre desde ahora o a futuro, al sector microempresarial y contribuya al desarrollo económico de alguna región.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS :

Finalizado el curso, el alumno podrá :

1. Identificar oportunidades en un mercado para realizar negocios,
2. Diseñar satisfactores para un mercado, y tener trato directo con proveedores y consumidores, manejando en forma práctica ingresos y egresos.
3. Diseñar, planear y ejecutar planes de negocios básicos.

TEMARIO

I. INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD

1.1 Qué es creatividad ?

1.2 Importancia y aplicación

1.3 La capacidad creadora

1.4 Desarrollo de la capacidad creadora

1.5 Limitantes de la creatividad

1.6 Creatividad y proceso administrativo

1.7 Modelo de una organización creativa

II. EL PLAN DE NEGOCIOS

- 2.1 Què es un plan de negocios ?
- 2.2 Còmo està estructurado
- 2.3 Importancia y aplicaciòn

III. PROCESO CREATIVO

- 3.1 Lluvia de ideas
- 3.2 Evaluaciòn de las ideas
- 3.3 Selecciòn de la idea

IV. NATURALEZA DEL PROYECTO

- 4.1 Descripciòn de la empresa
- 4.2 Misiòn de la empresa
- 4.3 Productos y/o servicios de la empresa
- 4.4 Objetivos a corto mediano y largo plazos
- 4.5 Ventajas competitivas
- 4.6 Distingos competitivos
- 4.7 Calificaciones para entrar al àrea
- 4.8 Apoyos

V. EL MERCADO

- 5.1 Descripciòn del mercado
- 5.2 Estudio de mercado
- 5.3 Riesgos y oportunidades del mercado

VI. ORGANIZACIÒN

- 6.1 Estructura organizacional
- 6.2 Descripciòn de puestos
- 6.3 Especificaciòn de puestos
- 6.4 Selecciòn de personal
- 6.5 Desarrollo de personal
- 6.6 Administraciòn de sueldos y salarios
- 6.7 Marco legal de la organizaciòn

VII. PRODUCCIÒN

- 7.1 Programa de producciòn
- 7.2 Ubicaciòn, diseño y distribuciòn de la planta
- 7.3 Especificaciones del producto
- 7.4 Descripciòn del proceso productivo
- 7.5 Diagrama de flujo del proceso productivo
- 7.6 Equipo e instalaciones
- 7.7 Capacidad instalada
- 7.8 Materias primas (cuadro de proveedores)
- 7.9 Mano de obra
- 7.10 Manejo de inventarios

VIII. MERCADOTECNIA.

8.1 Plan de introducción al mercado

8.2 Mezcla de mercadotecnia

8.1.1. Producto (calidad, marca, empaque, embalaje)

8.1.2. Precio (estructura de costos y gastos, PE, precio al consumidor)

8.1.3. Políticas de venta

8.1.4. Promoción (mezcla promocional)

8.1.5. Plaza (canales de distribución y/o puntos de venta)

IX. FINANZAS

9.1 Catálogo de cuentas propio

9.2 Flujos de efectivo

9.3 Estados financieros (balance general y estado de resultados)

9.4 Sistema de financiamiento

9.5 Razones financieras

X. RESUMEN EJECUTIVO.

PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS

⇒ Expositivo mixto

⇒ Asesoría

⇒ Proyecto

⇒ Enseñanza para la competencia

EVALUACIÓN DEL CURSO

Reportes quincenales 20%

Plan de negocios 80%

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA :

Alcaráz, Rodríguez R.E. El Emprendedor de Éxito. Editorial Mac Graw Hill. Primera Edición. México. 1995.

COMPLEMENTARIA :

Cualquier obra de Administración, Contabilidad, Mercadotecnia, Administración de personal, Administración de la producción, Formulación y evaluación de proyectos.

Revista Entrepeneur

Revista Mundo Ejecutivo

Páginas de internet

PROGRAMA ELABORADO POR:
M.A. DULCE ELIZABETH DÁVILA FLORES.