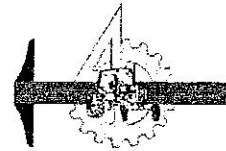




UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA
ANTONIO NARRO



PROGRAMA ANALÍTICO

FECHA DE ELABORACIÓN:
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

I DATOS DE IDENTIFICACIÓN.

NOMBRE DE LA MATERIA: Proyección Empresarial.
CLAVE: ADM-474.
DEPARTAMENTO QUE LA IMPARTE: Administración
Agropecuaria.
NUMERO DE HORAS DE TEORÍA: 2 (dos)
NUMERO DE HORAS DE PRACTICA: 3 (tres)
NUMERO DE CRÉDITOS: 7 (siete)
CARRERAS EN LA QUE SE IMPARTE: IMA
PRERREQUISITO: Administración Agropecuaria I ADM-403
Administración II ADM-432

II OBJETIVO GENERAL

Que el alumno fortalezca su capacidad para plantear proyectos empresariales a través de los conocimientos, habilidades y actitudes, para concebir, planear y poner en práctica proyectos innovadores de desarrollo y plan de negocios.

La adquisición de los conceptos de valores y principios de liderazgo de calidad, su reorientación hacia el cliente, la productividad y las estrategias de la competitividad de los negocios y la obtención de los recursos financieros.

III OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer los objetivos, principios y definición de un plan de negocios.
2. Implementar el arranque y desarrollo del proyecto.

IV TEMARIO

I NATURALEZA DEL PROYECTO

- 1.1 Que es la empresa
- 1.2 Nombre de la empresa
- 1.3 Descripción de la empresa
- 1.4 Misión de la empresa
- 1.5 Objetivos de la empresa (corto, mediano y largo plazo)

- 1.6 Ventajas competitivas
- 1.7 Análisis de la industria
- 1.8 Productos y/o servicios de la empresa
- 1.9 Calificaciones para entrar al área
- 1.10 Apoyos
- 1.11 Caso integrador

II EL MERCADO

- 2.15 Objetivos de la mercadotecnia
- 2.16 Investigación del mercado
 - 2.1 Estudio de mercado
 - 2.2 Distribución y puntos de venta
 - 2.3 Promoción del producto o servicio
 - 2.4 Fijación de políticas de precio
 - 2.5 Plan de introducción al mercado
 - 2.6 Riesgos y oportunidades del mercado
 - 2.7 Sistema del plan de ventas (administración)
 - 2.8 Caso integrado

III PRODUCCIÓN

- 3.18 Objetivo del área de producción
- 3.19 Especificaciones del producto
- 3.20 Descripción del proceso de producción
- 3.21 Diagrama de flujo de proceso
- 3.22 Características de la tecnología
- 3.23 Equipo e instalaciones
- 3.24 Materia prima
 - 3.1 Capacidad instalada
 - 3.2 Manejo de inventarios
 - 3.3 Ubicación de la empresa
 - 3.4 Diseño y distribución de plantas y oficinas
 - 3.5 Mano de obra requerida
 - 3.6 Procedimientos de mejora continua
 - 3.7 Caso integrador

IV ORGANIZACIÓN

- 4.1 Objetivos del área de organización
- 4.2 Estructura organizacional
- 4.3 Funciones específicas por puesto
- 4.4 Capacitación de personal
- 4.5 Desarrollo del personal
- 4.6 Administración de sueldos y salarios
- 4.7 Evaluación del desempeño
- 4.8 Relaciones de trabajo
- 4.9 Marco legal de la organización
- 4.10 Caso integrador

V FINANZAS

- 3.1 Objetivos del área contable
- 3.2 Sistema contable de la empresa

- 3.3 Flujo de efectivo
- 3.4 Estados financieros proyectados
- 3.5 Indicadores financieros
- 3.6 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras
- 3.7 Sistemas de financiamiento
- 3.8 Caso integrado

VI PLAN DE TRABAJO

- 6.1 Mercadotecnia
 - 6.1.1 la conquista del cliente
 - 6.1.2 técnica de inducción a la compra
 - 6.1.3 servicio post-venta
- 6.2 Producción
- 6.3 Organización
- 6.4 Aspectos legales de implantación y operación
- 6.5 Finanzas
- 6.6 Integración de actividades
- 6.7 Caso integrador

VII RESUMEN EJECUTIVO

- 7.1 Contenido del resumen ejecutivo
- 7.2 Caso integrador

VIII ANEXOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

- 8.1 Listado de clientes potenciales
- 8.2 Cartas de intención de compra
- 8.3 Encuestas de mercado aplicadas
- 8.4 Formatos de trámites legales realizados y por realizar
- 8.5 Curriculum del personal clave de la empresa
- 8.6 Información relevante complementaria
- 8.7 Directorio de fuentes de información
- 8.8 Copias de contratos, certificados y cualquier otra actividad importante que la empresa haya celebrado.
- 8.9 Copia de documentación oficial a utilizar en la empresa para sus actividades administrativas y comerciales.
- 8.10 Diseño stand y estrategias de participación en muestras o eventos promocionales.

IX PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

- 9.1 Presentación escrita del documento
- 9.2 Presentación verbal del documento

V. PROCEDIMIENTO DIDACTICOS

- 1. Exposición oral por parte del maestro y alumnos
- 2. Asesorías
- 3. Discusión dirigida
- 4. Simulación de casos
- 5. Mesas redondas

6. Elaboración del proyecto
7. Dramatización
8. Enseñanza para la competencia

VI. EVALUACIÓN.

Exámenes	30%	
Participación puntualidad y actitud		10%
Exposición de reportes del plan de negocios	20%	
Exposición del plan de proyecto	40%	

VII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Alcaraz Rodríguez, Rafael Eduardo. El Emprendedor de Éxito. Editorial Mc. Graw Hill, Primera Edición, México, 1995

VIII. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- o Bangs, D.II., 1989, Guía para la planeación de su negocio. Promesa, México.
- o Kravitt, G.I., Creating a winning Business Plan, Probus publishing Company, USA
- o Welsh, J.A. y J.F., White, 1981, The Entreprenfur`s Master Planning Guide, SMU Univ USA
- o Sánchez, A.H. Cantú, 1993, El Plan de Negocios del Emprendedor, Editorial Mc Graw Hill, México.

IX. PROGRAMA ELABORADO POR:

X. PROGRAMA ACTUALIZADO POR:

XI. PROGRAMA APROBADO POR:

Firma del Jefe del Departamento de Administración Agropecuaria como Presidente de la Academia Departamental.

Vo. Bo.

Dr. Martín Cadena Zapata MC. Blanca Elizabeth de la Peña Casas
 Jefe del Dep. MAQ. Agrícola Jefa del Programa Docente de IMA