

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE INGENIERÍA



PROGRAMA DE ESTUDIO

DESARROLLO EMPRESARIAL

0947

9°

06

Asignatura:

Clave

Semestre

Créditos

Ingeniería Mecánica e Industrial

Ingeniería Industrial

Ingeniería Industrial

División

Departamento

Carrera(s) en que se imparte

Asignatura:

Obligatoria

Optativa

Horas:

Teóricas

Prácticas

Total (horas):

Semana

16 Semanas

Modalidad: Curso

Aprobado:
Consejo Técnico de la Facultad
Consejo Académico del Área de las Ciencias
Físico Matemáticas y de las Ingenierías

Fecha:
25 de febrero, 4 y 17 de marzo, y 16 de junio de 2005
8 de agosto de 2005

Seriación obligatoria antecedente: Ninguna

Seriación obligatoria consecuente: Ninguna

Objetivos:

El alumno conocerá y aplicará los conceptos de la planeación, la ejecución, la organización, las finanzas, los costos, los estudios técnicos, los tecnológicos y los aspectos legales que involucran la creación de una empresa desarrollando en los estudiantes el espíritu emprendedor y el criterio empresarial para la formación de empresas tan necesarias para el desarrollo del país.

Temario

NÚM.	NOMBRE	HORAS
1.	Estructura de las empresas	6.0
2.	La estrategia competitiva hacia clientes y proveedoras	6.0
3.	Metodología para la formación de una empresa	16.0
4.	Desarrollo económico de las empresas y del factor humano en la toma de decisiones	10.0
5.	Evolución de la empresa, mercado y cliente en el sector industrial, comercial y de servicios	10.0
Total		48.0



1 Estructura de las empresas

Objetivo: El alumno analizará una empresa desde el punto de vista de su estructura y de sus capacidades reales y potenciales.

Contenido:

- 1.1 La actitud emprendedora
- 1.2 La actitud directiva
- 1.3 Concepto del equilibrio de tener y ser como persona emprendedora
- 1.4 Diagrama estructural de las empresas micro, pequeñas, medianas y grandes, clasificaciones oficiales en México.
- 1.5 Capacidad potencial y real: técnica, administrativa, financiera, económica, comercial y humana de la empresa
- 1.6 Interrelación de los sectores industriales, comerciales y de servicios y el logro de la productividad y competitividad. Administración por resultados.
- 1.7 Estructuración y gestión legal para crear la empresa. Fuentes de información
- 1.8 Tramitología.
- 1.9 Estructuración del Plan de Negocios a seguir.
- 1.10 Casos reales (prácticos) de aplicación.

2 La estrategia competitiva hacia clientes y proveedores

Objetivo: El alumno diseñará estrategias para la valoración del mercado real y potencial ligado a los conceptos de costos y finanzas de la empresa a crear.

Contenido:

- 2.1 El cliente: principio y fin de toda empresa
- 2.2 Desarrollos positivos o negativos de la empresa: análisis DAFO (fortalezas y debilidades; internas y externas)
- 2.3 Ciclo de vida del producto
- 2.4 Factores para la selección de clientes y de mercado, con base en las mejores prácticas (Benchmarking)
- 2.5 La estrategia de compras y suministros. Estudios de calidad en los proveedores
- 2.6 Indicadores del mercado y visión de oportunidades (Fortalezas y Debilidades; Oportunidades y Amenazas)
- 2.7 Fuentes de financiamiento y otros apoyos oficiales.
- 2.8 La globalización y sus impactos en la PyME's
- 2.9 La inversión y la TIR (Tasa Interna de Retorno)
- 2.10 Casos reales (prácticos) de aplicación.

3 Metodología para la formación de una empresa

Objetivo: El alumno diseñará la estrategia competitiva para la formación, control y productividad de una empresa.

**Contenido:**

- 3.1 Concepto de estrategia competitiva. Qué vender, dónde, a qué precio.
- 3.2 Fortalezas y debilidades influyentes en ventas y en el servicio al cliente.
- 3.3 Componentes para el diagnóstico de nuestra empresa y de la competencia.
- 3.4 Sistemas de información gerencial para la toma de decisiones en las empresas de tipo comercial, industrial, de servicios y PyME's
- 3.5 La ventaja competitiva de nuestros productos y mercados
- 3.6 Metodología para la formación de una empresa micro, pequeña y mediana. Legislación vigente.
- 3.7 Cultura de la Calidad del Servicio y la Cultura de la Rapidez en la empresa micro, pequeña y mediana (PYMES) empresa mexicanas
- 3.8 El concepto de la Ética empresarial
- 3.9 Cultura de la rapidez como estrategia competitiva de la empresa.
- 3.10 La mercadotecnia en la planeación de la estrategia comercial de la empresa.
- 3.11 La comercialización de los productos elegidos.
- 3.12 Casos reales (prácticos) de aplicación.

4 Desarrollo económico de las empresas y del factor humano en la toma de decisiones

Objetivo: El alumno analizará y aplicará los costos y las finanzas para la toma de decisiones en la empresa considerando el factor humano-productivo y legal.

Contenido:

- 4.1 Las finanzas, su planeación, aplicación, medición y su control.
- 4.2 Criterios financieros y económicos y su influencia en la empresa ante la globalización.
- 4.3 Toma de decisiones con base en costos y punto de equilibrio
- 4.4 Análisis de costos históricos, de proceso, de ventas, de almacenaje, de distribución pro-forma.
- 4.5 Costos de la mano de obra directa e indirecta. Pagos por productividad, costo real de sueldos y salarios, tiempo extra; otros Ingresos.
- 4.6 Impuestos: ISR, Seguro Social, INFONAVIT, PTU, Impuesto Sobre Nóminas, etc.
- 4.7 Declaraciones de Impuestos varios.
- 4.8 Interpretación de resultados a través del estado financiero.
- 4.9 Casos reales (prácticos) de aplicación.

5 Evolución de la empresa, mercado y cliente en el sector industrial, comercial y de servicios

Objetivo: El alumno diseñará una estrategia para la creación de una empresa.

Contenido:

- 5.1 Apoyos gubernamentales y bancarios para las PYMES.
- 5.2 Concepto de grupos estratégicos y alianzas comerciales
- 5.3 Puntos fuertes y débiles (oportunidades y amenazas) de las empresas, Centros de utilidades
- 5.4 Fragmentación de las empresas. Desarrollo de proveedores. Cronograma de actividades.
- 5.5 Sistema para información y control hacia el interior y exterior de la empresa.
- 5.6 Uso de paquetería (software) de aplicación en las PYMES
- 5.7 Interpretación de estados financieros. Hoja de resultados y otros índices contables; su aplicación para la toma de decisiones.
- 5.8 Cámaras industriales y de comercio, objetivos y funciones. Utilidad de uso práctico.
- 5.9 Conceptos laborales y legales generalmente utilizados para hacer una empresa.



- 5.10** 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
- 5.11** Casos reales (prácticos) de aplicación.

Bibliografía básica:

PORTER, Michael E.
Estrategia Competitiva
México
CECSA, 1984

LEVY-LEBOYER, Claude
Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas y cómo desarrollarlas
Barcelona
Barcelona Gestión, 2000

KRAUSE, Martín
Economía para emprendedores
México
Aguilar, 2004

EAGNER, John
Consiguiendo la ventaja competitiva
México
Thomson, 2003

ALVAREZ LÓPEZ, José,
Planificación y control de gestión de la empresa
España
Donostiarra, 1974

CERVANTES, Victor Luis
El abc de los mapas mentales: para emprendedores
México
Cosmos, 2000

BRABANDERE, Luc de
El valor de las ideas como gestionar y potenciar la creatividad en las empresas
España
Oberón 2002



Incubación de Empresas,
España
Avante, 2001

GALINDO COSME, Monica Isela
Apertura de empresas 2004
España
Ediciones Fiscales ISEF 2000

SHEFSKY, LLOYD
Los emprendedores no nacen, se hacen
MC GRAW HILL
México 2000

RESENDIZ, JUAN ,
Manual para emprendedores
México
Asesores en Mercadotecnia y Comunicación, 2000

KUSHELL, JENNIFER ,
Solo para emprendedores
Francia
Norma, 2002

Bibliografía complementaria:

LOPEZ HERMOSO , et al.
Informática aplicada a la gestión de empresas
México
ESIC 2002

STEINER, George A.
Planeación Estratégica
México
CECSA, 1984

ANDRÉS REINA, Maria Paz
Gestión de la Formación en la empresa
España
Pirámide, 2001

FREYNE, Andy
De la idea a la cruda realidad
México
Aguilar, 2004

Software de aplicación y/o páginas Webs de referencia:

Secretaría de Economía
Secretaría de Hacienda
Bancomext



NAFINSA

IMSS Instituto Mexicano del Seguro Social

INFONAVIT Instituto de Fomento a la Vivienda de los Trabajadores

http://www.recursoosa.com/Documentos/13_1.htm

<http://www.incubadoradeempresa.com.ar/cinturon%20verde.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.intec.edu.do/campe/Ponencia%20C%20Adams%20CODOPYME-CLAMPI.PDF>

<http://www.uaem.mx/emprendedores/pp/1>

<http://www.fomentoemprendedores.com/>

<http://www.gestiopolis.com/dirgp/emp/conceptos.htm>

<http://infopymes.senati.edu.pe/IncubadoraDEmpresas.htm>

Revistas:

“Emprendedores” FCA; UNAM

“Expansión”

“Gestión de Negocios”

“Entrepreneur”

Sugerencias didácticas:

Exposición oral

Exposición audiovisual

Ejercicios dentro de clase

Ejercicios fuera del aula

Seminarios

Lecturas obligatorias

Trabajos de investigación

Prácticas de taller o laboratorio

Prácticas de campo

Otras

Forma de evaluar:

Exámenes parciales

Exámenes finales

Trabajos y tareas fuera del aula

Participación en clase

Asistencias a prácticas

Proyecto final.

Perfil profesiográfico de quienes pueden impartir la asignatura

Los profesores del área de Ingeniería Aplicada deben tener experiencia profesional en la especialidad de la materia y combinar ambas actividades, impartir clases y seguir en el campo laboral; además de contar con permanente capacitación didáctica y pedagógica.