



**LICENCIATURA: INGENIERÍA EN  
TELECOMUNICACIONES, SISTEMAS Y ELECTRÓNICA**

**DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA:**  
Aspectos Básicos en el Desarrollo Empresarial  
**IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA**

**MODALIDAD:** Curso  
**TIPO DE ASIGNATURA:** Teórico-Práctica  
**SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:** Cuarto  
**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Obligatoria  
**NÚMERO DE CRÉDITOS:** 6

<b>HORAS DE CLASE A LA SEMANA:</b> 4	<b>Teóricas:</b> 2	<b>Prácticas:</b> 2	<b>Semanas de clase:</b> 16	<b>TOTAL DE HORAS:</b> 64
--------------------------------------	--------------------	---------------------	-----------------------------	---------------------------

**SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:** Ninguna  
**SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:** Ninguna  
**TITULAR DE LA MATERIA:**

**OBJETIVO GENERAL**

Al finalizar el curso el alumno conocerá y aplicará los conceptos de planeación, ejecución, organización, finanzas, costos, estudios técnicos y tecnológicos, así como los aspectos legales que involucran la creación de una empresa desarrollando el criterio para su formación.

**ÍNDICE TEMÁTICO**

UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	Metodología para la Formación de una Empresa	5	5
2	Aspectos Legales de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)	2	2
3	La Empresa y su Estructura	4	4
4	Plan de Negocios	7	7
5	Desarrollo de la Empresa	4	4
6	Desarrollo Económico de las Empresas y del Factor Humano en la Toma de Decisiones	6	6
7	Evolución de la Empresa, Mercado y Cliente en el Sector Industrial, Comercial y de Servicios	4	4
Total de Horas		32	32
Suma Total de las Horas		64	





## CONTENIDO TEMÁTICO

### 1. METODOLOGÍA PARA LA FORMACIÓN DE UNA EMPRESA

- 1.1. Concepto de estrategia competitiva.
  - 1.1.1. Qué vender, dónde y a qué precio.
- 1.2. Fortalezas y debilidades influyentes en ventas y en el servicio al cliente.
- 1.3. Componentes para el diagnóstico de nuestra empresa y de la competencia.
- 1.4. Sistemas de información gerencial para la toma de decisiones en las empresas de tipo comercial, industrial y de servicios.
- 1.5. La ventaja competitiva de nuestros productos y mercados.
- 1.6. Metodología para la formación de una empresa micro, pequeña y mediana.
  - 1.6.1. Legislación vigente.
- 1.7. Cultura de la calidad del servicio y la cultura de la rapidez en la empresa micro, pequeña y mediana.
- 1.8. El concepto de la ética empresarial.
- 1.9. La mercadotecnia en la planeación de la estrategia comercial de la empresa.
- 1.10. La comercialización de los productos elegidos.
- 1.11. Aplicación.

### 2. ASPECTO LEGAL DE LAS PYMES

- 2.1. Sociedad Anónima.
- 2.2. Cooperativa.
- 2.3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.

### 3. LA EMPRESA Y SU ESTRUCTURA

- 3.1. Estructura organizativa de la empresa.
- 3.2. Funciones esenciales en toda empresa.
- 3.3. Objetivos.
- 3.4. Manuales y procedimientos operativos.
- 3.5. Necesidades y determinación de producir o ofertar.
- 3.6. Calidad en productos y servicios.
- 3.7. Arranque.

### 4. PLAN DE NEGOCIOS

- 4.1. Aspectos generales.
- 4.2. Aspectos legales.
- 4.3. Formatos y redacción.
- 4.4. Recursos.
- 4.5. Plan de Mercadotecnia.
- 4.6. Plan de Recursos Humanos: Propietarios, Consejo de Administración y Directivos.
- 4.7. Plan Financiero
  - 4.7.1. Fuentes de Financiamiento.
- 4.8. Plan de Producción y Operaciones.
- 4.9. Aplicaciones prácticas: Elaboración y presentación de un plan de negocios.



## 5. DESARROLLO DE LA EMPRESA

- 5.1. Instalación.
- 5.2. Arranque.
- 5.3. Crecimiento, evaluación e innovación.
- 5.4. Aplicaciones prácticas.

## 6. DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS Y DEL FACTOR HUMANO EN LA TOMA DE DECISIONES

- 6.1. Las finanzas, su planeación, aplicación, medición y su control.
- 6.2. Toma de decisiones con base en costos y punto de equilibrio.
- 6.3. Análisis de costos históricos, de proceso, de ventas, de almacenaje, de distribución pro-forma.
- 6.4. Costos de la mano de obra directa e indirecta. Pagos por productividad, costo real de sueldos y salarios, tiempo extra; otros Ingresos.
- 6.5. Impuestos: ISR, Seguro Social, INFONAVIT, Impuesto sobre Nóminas, etc.
- 6.6. Declaraciones de impuestos varios.
- 6.7. Interpretación de resultados a través del estado financiero.
- 6.8. Aplicaciones.

## 7. EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA, MERCADO Y CLIENTE EN EL SECTOR INDUSTRIAL, COMERCIAL Y DE SERVICIOS

- 7.1. Apoyos gubernamentales y bancarios.
- 7.2. Concepto de grupos estratégicos y alianzas comerciales.
- 7.3. Centros de utilidades.
- 7.4. Fragmentación de las empresas.
  - 7.4.1. Desarrollo de proveedores.
- 7.5. Sistemas para información y control hacia el interior y exterior de la empresa
- 7.6. Interpretación de estados financieros.
  - 7.6.1. Hoja de resultados y otros índices contables; su aplicación para la toma de decisiones.
- 7.7. Conceptos laborales y legales generalmente utilizados para hacer una empresa.
- 7.8. 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.
- 7.9. Aplicaciones prácticas.

<b>Nombre, fecha y Firma de quién elabora</b>	<b>Nombre, fecha y firma de quién revisa</b>	<b>Nombre, fecha y firma de quién autoriza</b>





## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Salazar Leytte Jorge, *Cómo iniciar una pequeña empresa su viabilidad de mercado*, México, Editorial CECSA, 2007.
- Alcaraz Rodríguez Rafael E., *El Emprendedor de Éxito*, México, Editorial Mc Graw Hill, 2006.
- Levy-Leboyer, Claude, *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas y cómo desarrollarlas*, Barcelona, Editorial Gestión, 2000.
- Nassir Sapag Chaín, *Proyectos de inversión formulación y evaluación*, México, Pearson Educación, 2007.
- Eagner, John, *Consiguiendo la ventaja competitiva*, México, Editorial Thomson, 2003.
- Cervantes, Victor Luis, *El abc de los mapas mentales: para emprendedores*, México, Editorial Cosmos, 2000.
- Brabandere, Luc de, *El valor de las ideas como gestionar y potenciar la creatividad en las empresas*, España, Editorial Oberón, 2002.
- Shefsky, Lloyd, *Los emprendedores no nacen, se hacen*, México, Editorial Mc Graw Hill, 2000.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Freyne, Andy, *De la idea a la cruda realidad*, México, Editorial Aguilar, 2004.
- G. Longenecker, Justin, W. Moore, Carlos E. Palicch Leslie, *Administración de Pequeñas Empresas, Enfoque Emprendedor*, México, Editorial Thomson, 2006.
- Rodríguez Valencia, Joaquín, *¿Cómo Aplicar la Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa?*, México, Editorial Cengage, 2005.
- Valls, Antonio, *Las 12 Habilidades Directivas Clave*, México, Editorial Gestión 2000, 2003.

### SITIOS WEB RECOMENDADOS

- Secretaria de Economía
- [http://www.rekursosa.com/Documentos/13\\_1.htm](http://www.rekursosa.com/Documentos/13_1.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.uaem.mx/emprendedores/pp/1>
- <http://www.fomentoemprendedores.com/>
- <http://infopymes.senati.edu.pe/IncubadoraDEmpresas.htm>



### SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	A UTILIZAR
Exposición oral	X
Exposición audiovisual	X
Actividades prácticas dentro de clase	X
Ejercicios fuera del aula	
Seminarios	X
Lecturas obligatorias	X
Trabajo de investigación	X
Prácticas de taller o laboratorio	
Visitas guiadas	
Otras	

### MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	A UTILIZAR
Exámenes parciales	X
Examen final	X
Trabajos y tareas fuera del aula	X
Actividades Prácticas	X
Exposición de seminarios por los alumnos	X
Participación en clase	X
Asistencia	X
Visitas guiadas	
Otras	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA			
LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
Administración o, Economía o, Ingeniería Industrial	en Administración	Administración	

