



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA ANTONIO NARRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA

PROGRAMA ANALÍTICO

Fecha de elaboración: Octubre de 1997
Fecha de actualización: Septiembre 2004

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

<i>Materia:</i>	Proyección Empresarial
<i>Departamento que la imparte:</i>	Administración Agropecuaria
<i>Clave:</i>	ADM - 474
<i>No. Horas de teoría:</i>	2
<i>No. Horas de práctica:</i>	3
<i>No. de créditos:</i>	7
<i>Carrera(s) y Semestre(s) en la que se imparte:</i>	Ing. Mecánico Agrícola, Ing. Agrónomo Parasitólogo, Ing. Forestal, Ing. en Desarrollo Rural, Ing. Agrónomo en Irrigación, Ing. Agrónomo Zootecnista, Ing. Agrónomo y Ambiental. 6° sem.; e Ing. Agrónomo en Producción. Optativa.
<i>Pre-requisito:</i>	Filosofía del Emprendedor: SOC - 410

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 agronegocios y la obtención de recursos financieros.

III.- METAS EDUCACIONALES:

- 1.- Conocer los objetivos, principios y definición de un Plan de Negocios
- 2.- Definir y diseñar en forma clara, concisa y factible, la naturaleza del proyecto.
- 3.- Desarrollar un sistema de planeación que permita alcanzar las metas determinadas.
- 4.- Organizar la información necesaria para facilitar la toma de decisiones
- 5.- Determinar la factibilidad técnica, organizativa, mercadológica, económica y legal del proyecto.
- 6.- Implementar el arranque, desarrollo y consolidación del proyecto.

IV.- TEMARIO:

- 1.- Naturaleza del proyecto
 - a.- Introducción
 - b.- Nombre de la Empresa
 - c.- Descripción de la Empresa
 - d.- Misión de la Empresa
 - e.- Objetivos de la Empresa (corto, mediano y largo plazo).
 - f.- Ventajas competitivas
 - g.- Análisis de la industria
 - h.- Productos y/o servicios de la Empresa
 - i.- Calificaciones para entrar al área
 - j.- Apoyos
 - k.- Caso integrador
- 2.- El Mercado
 - a.- Objetivos de la mercadotecnia
 - b.- Investigación de mercado
 - c.- Estudio de mercado
 - d.- Distribución y puntos de venta
 - e.- Promoción del producto o servicio
 - f.- Fijación y políticas de precio
 - g.- Plan de introducción al mercado
 - h.- Riesgos y oportunidades del mercado
 - i.- Sistema y plan de ventas (administración)
 - j.- Caso integrador

3.- Producción

- a.- Objetivos del área de producción
- b.- Especificaciones del producto
- c.- Descripción del proceso de producción
- d.- Diagrama de flujo del proceso
- e.- Características de la tecnología
- f.- Equipo e instalaciones
- g.- Materia prima
- h.- Capacidad instalada
- i.- Manejo de inventarios
- j.- Ubicación de la empresa
- k.- Diseño y distribución de plantas y oficinas
- l.- Mano de obra requerida
- m.- Procedimientos de mejora continua
- n.- Programa de producción
- o.- Caso integrador

4.- Organización

- a.- Objetivos del área de organización
- b.- Estructura organizacional
- c.- Funciones específicas por puesto
- d.- Capacitación del personal
- e.- Desarrollo del personal
- f.- Administración de sueldos y salarios
- g.- Evaluación del desempeño
- h.- Relaciones de trabajo
- i.- Marco legal de la organización
- j.- Caso integrador

5.- Finanzas

- a.- Objetivos del área contable
- b.- Sistema contable de la empresa
- c.- Flujo de efectivo
- d.- Estados financieros proyectados
- e.- Indicadores financieros
- f.- Supuestos utilizados en las proyecciones financieras
- g.- Sistema de financiamiento
- h.- Caso integrador

6.- Plan de trabajo

- a.- Mercadotecnia
- b.- Producción
- c.- Organización
- d.- Aspectos legales de implantación y operación
- e.- Finanzas
- f.- Integración de actividades
- g.- Caso integrador

- 7.- Resumen ejecutivo
 - a.- Contenido del resumen ejecutivo
 - b.- Caso integrador

- 8.- Anexos del plan de negocios
 - a.- Listado de clientes potenciales
 - b.- Cartas de intención de compra
 - c.- Encuestas de mercado aplicadas
 - d.- Formatos de trámites legales realizados y por realizar.
 - e.- Curriculum del personal clave de la empresa
 - f.- Información relevante complementaria
 - g.- Directorio de fuentes de información
 - h.- Copias de contratos, certificados y cualquier otra actividad importante que la empresa haya celebrado.
 - i.- Copia de documentación oficial a utilizar en la empresa para sus actividades administrativas y comerciales.
 - j.- Diseño de stand y estrategias de participación en muestras o eventos promocionales

- 9.- Presentación del plan de negocios
 - a.- Presentación escrita del documento
 - b.- Presentación verbal del documento

V.- METODOLOGÍA:

- ρ Exposición oral por parte de maestro y alumnos
- ρ Asesorías
- ρ Discusión dirigida
- ρ Simulación de casos
- ρ Mesas redondas
- ρ Elaboración del proyecto

VI.- EVALUACIÓN:

⊗ Exámenes teórico	12.5%
⊗ Examen práctico	12.5%
⊗ Evaluación de reportes	10 %
⊗ Participación, puntualidad y actitud	10 %
⊗ Asistencia y colaboración en eventos	5 %
⊗ Exposición de reportes del plan de negocios	25 %
⊗ Exposición del plan del proyecto	<u>25 %</u>
	100 %

VII.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA:

BÁSICA

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

COMPLEMENTARIA

Bangs, D.H., 1989. Guía para la planeación de su negocio, Promexa, México.

Kravitt, G.I., 1993, Creating a Winning Bussiness Plan, Probus Publishing. Vompany, U.S.A.

Sánchez, A.H. Cantú, 1993, El Plan de Negocios de Emprendedor, Editorial Mc. Graw Hill, México.

Welsh, J.A. y J.F. White, 1981, The Entrepreneur's Master Planning Guide, SMU University, U.S.A.

VIII.- PROGRAMA ELABORADO POR:

M.C. René Rubén Gámez Cepeda.

IX .- PROGRAMA REVISADO POR:

M.C. Juan Manuel Raygoza Amozorrutia