**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 de 2004

**Fecha de actualización:** Febrero 2017

**I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN:**

***Materia:*** Proyección Empresarial

***Departamento que la imparte:*** Administración Agropecuaria

***Clave:*** ADM-474

***No. de horas teoría:*** 2

***No. de horas prácticas:*** 3

***No. de créditos:***  7

***Carrera(s) y semestre(s) en las que se imparte:*** 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.

***Pre-requisitos:*** Filosofía del Emprendedor: SOC-410

**II.- OBJETIVO GENERAL:**

Que el alumno fortalezca su capacidad para plantear proyectos empresariales a través de los conocimiento, 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 hace 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, principio 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
2. Introducción
3. Nombre de la empresa
4. Descripción de la empresa
5. Misión de la empresa
6. Objetivos de la empresa (corto, mediano y largo plazo)
7. Ventajas competitivas
8. Análisis de la industria
9. Productos y/o servicios de la empresa
10. Calificaciones para entrar al área
11. Apoyos
12. Caso integrador
13. El mercado
14. Objetivo de la mercadotecnia
15. Investigación de mercado
16. Estudio de mercado
17. Distribución y puntos de venta
18. Promoción del producto o servicio
19. Fijación y políticas del precio
20. Plan de introducción al mercado
21. Riesgos y oportunidades del mercado
22. Sistema y plan de ventas (administración)
23. Caso integrador
24. Producción
25. Objetivos del área de producción
26. Especificaciones del producto
27. Descripción del proceso de producción
28. Diagrama de flujo del proceso
29. Características de la tecnología
30. Equipo e instalaciones
31. Materia prima
32. Capacidad instalada
33. Manejo de inventarios
34. Ubicación de la empresa
35. Diseño y distribución de plantas y oficinas
36. Mano de obra requerida
37. Procedimientos de mejora continua
38. Programa de producción
39. Caso integrador
40. Organización
41. Objetivos del área de organización
42. Estructura organizacional
43. Funciones específicas por puesto
44. Capacitación del personal
45. Desarrollo del personal
46. Administración de sueldos y salarios
47. Evaluación del desempeño
48. Relaciones de trabajo
49. Marco legal de la organización
50. Caso integrador
51. Finanzas
52. Objetivos del área contable
53. Sistema contable de la empresa
54. Flujo de efectivo
55. Estados financieros proyectados
56. Indicadores financieros
57. Supuestos utilizados en las proyecciones financieras
58. Sistema de financiamiento
59. Caso integrador
60. Plan de trabajo
61. Mercadotecnia
62. Producción organización
63. Aspectos legales de implantación y operación
64. Finanzas
65. Integración de actividades
66. Caso integrador
67. Resumen ejecutivo
68. Contenido del resumen ejecutivo
69. Caso integrador
70. Anexos del plan de negocios
71. Lisado de clientes potenciales
72. Cartas de intención de compra
73. Encuestas de mercado aplicadas
74. Formatos de trámites legales realizados y por realizar
75. Curriculum del personal clave de la empresa
76. Información relevante complementaria
77. Directorio de fuentes de información
78. Copias de contratos, certificados y cualquier otra actividad importante que la empresa haya celebrado
79. Copia de documentación oficial a utilizar en la empresa para sus actividades administrativas y comerciales.
80. Diseño de stand de estrategias de participación en muestras o eventos promocionales.
81. Presentación del plan de negocios
82. Presentación escrita del documento
83. Presentación verbal del documento

**V.- METODOLOGÍA**

* Exposición oral por parte del maestro y alumno
* Asesorías
* Discusión dirigida
* Simulación de casos
* Mesas redondas
* Elaboración del proyecto

**VI.- EVALUACIÓN**

Examen 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 de plan del proyecto 25%

 100%

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

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

 Primera edición, México.

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

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

Kraitt, G.L., 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.

González S, (2007) “Plan de Negocios para Emprendedores al éxito” 2da. Edición, Editorial MC. Graw Hill. México D.F.

 García S. “Modelo de negocios en México”, XVI Congreso ADIAT, México, 2005.

**PROGRAMA ELABORADO POR:**

M.C. René Rubén Gámez Cepeda

**PROGRAMA ACTUALIZADO POR:**

M.C. Juan Manuel Raygoza Amozorrutia