



I. DATOS GENERALES

UNIDAD ACADÉMICA	División de Ciencias Forestales
PROGRAMA EDUCATIVO	Ingeniero Forestal
NIVEL EDUCATIVO	LICENCIATURA
ASIGNATURA	FORMACIÓN EMPRESARIAL
CARÁCTER	OBLIGATORIO
TIPO	TEÓRICO Y PRÁCTICO
PRERREQUISITOS	MERCADOTECNIA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
C. ESCOLAR/AÑO/SEMESTRE	2do. Semestre de 6º Año.
HORAS TEORÍA/SEMANA	2
HORAS PRÁCTICA/SEMANA	2
H. ESTUDIO INDEPENDIENTE	
VIAJE DE ESTUDIO (8h/d)	
HORAS TOTALES DEL CURSO	64
Nº DE CRÉDITOS	
PROFESOR	
CLAVE	2335

II. INTRODUCCIÓN

La asignatura tiene la característica de reunir los conocimientos de asignaturas como Administración, Mercadotecnia, y Formulación y evaluación de proyectos. Siendo su principal característica llevar a cabo de forma integradora estas disciplinas para conformar un todo armónico con una finalidad concreta de crear una empresa a lo largo del semestre.

A nivel horizontal, la materia se relaciona con:

ENTRENAMIENTO EN CAMPO II
ADMINISTRACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FAUNA SILVESTRE
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
INDUSTRIAS FORESTALES
SEMINARIO DE TITULACIÓN
ESTANCIA PREPROFESIONAL

A nivel vertical se relaciona con:

El curso es: Teórico-Práctico. De tipo: Metodológica

La formación general es de tipo: Diferenciales

El curso se desarrollara mediante exposiciones en el aula por parte del maestro, orientando a los alumnos a la práctica directa e inmediata al establecimiento de una empresa. La evaluación será distribuida para teoría 40% y práctica 60%, contempla el trabajo en el aula, trabajo individual y por equipo, que se llevará a cabo fuera del aula y estará determinado por la elaboración de un proyecto para la creación de una empresa forestal.

III. PRESENTACIÓN

El curso de Formación empresarial, dota, integra y consolida en los estudiantes los conocimientos necesarios para establecer y gestionar una empresa en todas sus áreas, además de proporcionar y desarrollar las habilidades directivas necesarias, para liderar la aplicación de estrategias pertinentes en el establecimiento de las organizaciones, tales como: habilidades de comunicación, trabajo en equipo, negociación, y en definitiva herramientas de relación que permitan alcanzar los objetivos establecidos en las organizaciones También se fomenta el espíritu emprendedor, para facilitar el acceso al entorno empresarial de los alumnos a través de prácticas en empresas.

IV. OBJETIVO

General:

Esta asignatura tiene como finalidad proporcionar los complementos necesarios para que los alumnos generen su propio empleo, mediante la aplicación de la teoría y la práctica desarrollada durante el presente curso.

Específico:

Constitución de una empresa, desde su inicio hasta culminar con la elaboración de productos o servicios, para que apliquen los conocimientos básicos de planeación, organización, producción, comercialización, administración y financiamiento de dicha empresa.

V. CONTENIDO

1. El espíritu emprendedor y la creatividad (2 horas)

Objetivo: los alumnos establecerán las características indispensables del emprendedor para establecer organizaciones y con ello generar empleos.

- 1.1. Características del emprendedor
- 1.2. Capacidades para emprender
- 1.3. Proceso de la creatividad
- 1.4. Personas creativas

2. Naturaleza del proyecto de empresa (4 horas)

Objetivo: los alumnos estipularán el tipo de empresa, producto y filosofía que se emplean en la elaboración de un plan de negocios, requerido en la creación de organizaciones.

- 2.1. Plan de negocios
- 2.2. Nombre de la empresa
- 2.3. Descripción de la empresa
- 2.4. Misión y visión de la empresa
- 2.5. Ventajas competitivas de la empresa
- 2.6. Productos y/o servicios de la empresa

3. Constitución de la empresa (2 horas)

Objetivo: los alumnos determinarán los requerimientos legales necesarios, en la creación de una organización.

- 3.1. Acta constitutiva
- 3.2. Acto de protocolo
- 3.3. Legislación vigente
- 3.4. Requisitos legales
- 3.5. Ley general de Sociedades Mercantiles

4. Estudio del mercado (6 horas)

Objetivo: los alumnos prescribirán las preferencias del consumidor para el producto o servicio propuesto en la creación de una empresa, determinando el segmento de mercado y necesidades que atenderán, con lo cual establecerán su pronóstico de ventas.

- 4.1. Detección de necesidades o deseos no satisfechos
- 4.2. Investigación de mercado
- 4.3. Objetivos de la mercadotecnia
- 4.4. Distribución y puntos de venta
- 4.5. Promoción de productos y/o servicios
- 4.6. Determinación de precios
- 4.7. Introducción, riesgos y oportunidades de mercado
- 4.8. Sistema de ventas

5. El plan de producción (6 horas)

Objetivo: los alumnos establecerán el planteamiento mínimo necesario para proyectar y organizar la producción de un bien o servicio, en el establecimiento de una empresa.

- 5.1. Especificaciones del producto o servicio
- 5.2. Proceso de producción o prestación del servicio
- 5.3. Diagrama de flujo del proceso y distribución en planta.
- 5.4. Tecnología, equipo e instalaciones
- 5.5. Determinación de materia prima
- 5.6. Determinación de la capacidad instalada y de producción
- 5.7. Macro y microlocalización de la empresa
- 5.8. Requerimientos de mano de obra

5.9. Controles de producción y administrativos

6. Organización de la empresa (4 horas)

Objetivo: los alumnos determinarán la estructura organizacional de una empresa a crear, determinando las características del personal necesario, proceso de contratación, capacitación y evaluación del mismo.

- 6.1. Estructura organizacional
- 6.2. Descripción de puestos
- 6.3. Capacitación, adiestramiento y desarrollo de personal
- 6.4. Relaciones de trabajo
- 6.5. Sueldos y salarios
- 6.6. Entorno legal de la organización

7. Las finanzas de la empresa (4 horas)

Objetivo: los alumnos fijarán las necesidades financieras para desarrollar el producto o servicio propuesto en la creación de una empresa, determinando el origen y fuente de los recursos financieros, además de realizar el análisis correspondiente para determinar la factibilidad de la misma.

- 7.1. Registro o sistema contable de la empresa
- 7.2. Estados financieros
- 7.3. Presupuestos
- 7.4. Proyecciones financieras
- 7.5. Flujo de efectivo y financiamiento
- 7.6. Determinación de la factibilidad de la empresa

8. Planes de trabajo (4 horas)

Objetivo: los alumnos integraran los planteamientos necesarios para proyectar y organizar la producción y comercialización de un bien o servicio, en el establecimiento de una empresa.

- 8.1. Plan de mercadotecnia
- 8.2. Plan de producción
- 8.3. Finanzas
- 8.4. Aspectos legales de creación y operación

VI. ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Con la finalidad de consolidar los conceptos teóricos vertidos en el aula, se realizaran por equipos diez prácticas, siete en el laboratorio, dos visitas prácticas a organizaciones forestales exitosas del sector social y dos visitas prácticas a organizaciones que apoyan la creación y establecimiento de organizaciones.

Prácticas				
Nº	Nombre	Horas	Objetivo	Unidad
1	Determinación del producto o servicio de su empresa	3	A través de un proceso creativo, los alumnos determinan el tipo de empresa, producto y filosofía que emplearán para la elaboración de un plan de negocios	1,2 y 3
2	Diseño de la Investigación de Mercado en la constitución de una empresa	3	A través de un proceso creativo, los alumnos determinan las preferencias del consumidor para el producto o servicio propuesto en la creación de su empresa, determinando el segmento de mercado y necesidades que atenderán, con lo cual establecen su pronóstico de ventas.	4
3	La Mezcla de Mercadotecnia en la constitución de una empresa	2	Los alumnos a través de la mercadotecnia, definen lo que desean lograr con el producto o servicio de su empresa, en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado	4
4	Visita a una empresa forestal del sector social que ha sido establecida	4	Potencializar el estímulo y contacto que los alumnos tienen con las comunidades emprendedoras, revelándolas como casos de éxito y posibles replicas en otras comunidades	1 a 4

	exitosamente			
5	Plan del Área de Producción en la constitución de una empresa	2	Establecer el planteamiento mínimo necesario para proyectar y organizar la producción de un bien o servicio, a través del conocimiento significativo.	5
6	La estructura organizacional en la constitución de una empresa	2	A través de un proceso creativo, los alumnos determinan la estructura organizacional de la empresa a crear, determinando las características del personal necesario, proceso de contratación, capacitación y evaluación del mismo	6
7	Planteamiento del área de Finanzas en la constitución de una empresa	2	A través de un proceso creativo, los alumnos determinan las necesidades financieras para desarrollar el producto o servicio propuesto en la creación de su empresa, determinando el origen y fuente de los recursos financieros además de realizar el análisis correspondiente	7
8	Visita practica a una organización del sector financiero	4	Potencializar el estímulo y contacto que los alumnos tienen con las organizaciones que apoyan financieramente la creación y establecimiento de empresas.	7
9	Visita practica a una empresa forestal del sector social que ha sido establecida exitosamente	4	Potencializar el estímulo y contacto que los alumnos tienen con las comunidades emprendedoras, revelándolas como casos de éxito y posibles replicas en otras comunidades	5 a 8
10	Fijación de precio y plan de introducción al mercado en la constitución de una empresa	2	Los alumnos fijaran el precio para el producto o servicio propuesto en la creación de su empresa, determinando el segmento de mercado y necesidades que atenderán, con lo cual establecerán su pronóstico de ventas y en general sus ingresos	6 y 7
11	Visita practica a una organización del sector gubernamental	4	Potencializar el estímulo y contacto que los alumnos tienen con las organizaciones que apoyan a los emprendedores en la creación y establecimiento de empresas	1 a 8

VI. MÉTODO DIDÁCTICO

El curso se desarrollara mediante exposiciones en el aula por parte del maestro, orientando a los alumnos a la práctica directa e inmediata al establecimiento de una empresa, es decir, a la constitución, desarrollo y ejercicio de la empresa real.

VII. EVALUACIÓN

Frecuente.

Individual.

Por equipos.

La evaluación del curso será distribuida para teoría 40% y práctica 60%, contempla el trabajo en el aula, mismo que se refleja en el análisis y discusión de los contenidos de las lecturas sugeridas y prácticas realizadas. Asimismo, se considera el trabajo individual y por equipo, que se llevará a cabo fuera del aula y estará determinado por la elaboración de fichas bibliográficas y de trabajo, así como, la construcción de archivos electrónicos y físicos, para la elaboración en equipo de un proyecto de creación de una empresa forestal.

Teoría: 40% de la calificación.

Realizar dos exámenes parciales con valor de 15 puntos cada uno.

El 1ro. cubre los objetivos específicos de la unidad 1 a 4.

El 2do cubre los objetivos de la unidad 5 a 8.

Trabajos extraclase y presentación ante grupo, 10 puntos.

Práctica: 60% de la calificación.

Realizar y reportar en equipo 10 practicas, 10 puntos.

Reporte final por equipo, de la creación de una empresa forestal, contemplando: elaboración del plan de negocio; prototipo de producto o servicio; organizar y participar en la expoemprendedores de la DICIFO, para dar a conocer su empresa y productos; finalmente la presentación ante grupo; 50 puntos.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz R., (2006). *El emprendedor de éxito*. Edit. McGraw-Hill Interamericana. México. 312 p
- Amaru A., (2008). *Administración para emprendedores: fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. Pearson Prentice Hall. México. 256 p
- Anzola S., (2005). *De la idea a tu empresa una guía para emprendedores*. McGraw-Hill Interamericana. México. 236 p
- Balanko G., (2007). *Como preparar un plan de negocios exitoso*. McGraw-Hill Interamericana. México. 372 p
- Cascio, J. Et al., (1996). *Guía ISO 14000*. Edit. McGraw-Hill. México.
- Finch B., (2004). *Como desarrollar un plan de negocios*. GEDISA. España.
- Fischwer, A., (1996). *Investigación de Mercados*. Edit. McGraw-Hill. México.
- González D., (2007). *Plan de negocios para emprendedores al éxito*. McGraw-Hill Interamericana México
- Jaramillo C., (2008). *La nueva cara de México: los emprendedores que están transformando al país*. ENDEAVOR. México. 284 p
- Jennings J., (2006). *Piense en grande, actué en pequeño: como las compañías más rentables mantienen el espíritu de los pequeños negocios emprendedores*. Grupo editorial NORMA. Colombia. 311 p
- Jiménez M., (2000). *Asesoramiento de la Calidad en la Micro y la Pequeña Empresa*. Panorama Editorial. México.
- Montiel H., (2009). *De la idea de negocio a la alerta empresarial: precursores del plan de negocios*. Grupo Editorial Patria. México. 152 p
- Morales C., (2007). *Manual de exportación: elabore usted mismo su plan de negocios*. TAX Editores. México. 288 p
- Parra F., (2003). *Tu propia empresa: un reto personal: manual útil para emprendedores*. ESIC. España. 356 p
- Sánchez A., y H. Cantú., (1995). *El Plan de Negocios del Emprendedor*. Mc Graw. Hill. México, D.F.
- Schiffman, L. y L. Kanuk, (1977). *Comportamiento del Consumidor*. Prentice-Hall. Hispanoamericana. México.
- Velasco F., (2007). *Aprender a preparar un plan de negocio*. Editorial Paidós. España. 104