

Centro Universitario de Tonalá



PROGRAMA DE ESTUDIOS					
<b>Nombre de la unidad de aprendizaje</b>					
Tópicos selectos en ciencias sociales II					
<b>Modalidad:</b>					
Presencial					
<b>Departamento:</b>					
DEPTO. DE ECONOMIA Y CIENCIAS POLITICAS					
<b>Academia</b>					
Academia de Economía					
<b>Área de Formación</b>					
Área De Formación Básica Particular Obligatoria					
Clave de la materia:	Nivel:	Prerrequisitos	Corequisitos	Tipo de asignatura	Tipo de curso:
	Licenciatura				C= curso
Hrs. /semestre	Horas semana	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor de créditos:
	4	60	20	80	9
<b>Objetivo de la asignatura</b>					
<b>Aportación de la asignatura al perfil de egreso</b>					
<b>Campo de aplicación profesional</b>					

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en**

<b>Perfil deseable del docente para impartir la asignatura</b>

UNIDAD 1
Introducción
OBJETIVO
Conocer los conceptos básico del emprendedor
CONTENIDO
1.1. Papel social del emprendedor. 1.2. Características del emprendedor. 1.3. Evolución de los negocios de tecnologías de la información. 1.4. Cuadrante del flujo del dinero. 1.5. Inteligencia y educación financiera. 1.6. Ética del emprendedor.
Referencias a fuentes de información
Icararaz, Rafael. El emprendedor de éxito. 3 Ed. McGraw Hill. México. Afuah, Allan. Bussiness Models A Strategic Management Approach. Ed. McGraw Hill. México.
Referencias a fuentes de información complementarias
Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México: Ed. Pearson. Fisher, Laura. Mercadotecnia. México: Ed. McGraw Hill.

UNIDAD 2
Generación de la idea y perfil del proyecto
OBJETIVO
Identifica los puntos principales de un proyecto
CONTENIDO
2.1. Generación de la idea. 2.2. Evaluación de la idea. 2.3. Selección de la idea. 2.4. Desarrollo y prueba del concepto. 2.5. Perfil del proyecto.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en**

<b>Referencias a fuentes de información</b>
Icararaz, Rafael. El emprendedor de éxito. 3 Ed. McGraw Hill. México. Afuah, Allan. Bussiness Models A Strategic Management Approach. Ed. McGraw Hill. México.
<b>Referencias a fuentes de información complementarias</b>
Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México: Ed. Pearson. Fisher, Laura. Mercadotecnia. México: Ed. McGraw Hill.

<b>UNIDAD 3</b>
Estudio de mercado
<b>OBJETIVO</b>
Identificar los conceptos básicos de mercado
<b>CONTENIDO</b>
3.1. Segmentación de mercado: selección y evaluación del mercado meta, estrategias de posicionamiento del mercado meta. 3.2. Estrategia del producto o servicio: atributos del producto, estrategias de marca, de envasado, etiquetado, de servicios de apoyo y de líneas de productos, mezcla de productos y ciclo de vida. 3.3. Análisis de la demanda: clasificación de la demanda, área de mercado, tipificación de los demandantes, estimación de la demanda actual, proyección de la demanda, factores que afectan la demanda. 3.4. Análisis de la oferta: clasificación de la oferta, determinación de la oferta actual, proyección de la oferta y factores que afectan la oferta. 3.5. Comercialización: análisis de precios, estrategias de canales de distribución y estrategias de promoción y publicidad.
<b>Referencias a fuentes de información</b>
Icararaz, Rafael. El emprendedor de éxito. 3 Ed. McGraw Hill. México. Afuah, Allan. Bussiness Models A Strategic Management Approach. Ed. McGraw Hill. México.
<b>Referencias a fuentes de información complementarias</b>
Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México: Ed. Pearson. Fisher, Laura. Mercadotecnia. México: Ed. McGraw Hill.

<b>UNIDAD 5</b>
Marco jurídico y administrativo

*[Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'AF', 'J', 'D', 'B', and '2']*

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en**

<b>OBJETIVO</b>
-----------------

<b>UNIDAD 4</b>
-----------------

Estudio técnico

<b>OBJETIVO</b>
-----------------

Planear estudios técnicos

<b>CONTENIDO</b>
------------------

- 4.1. Planeación estratégica: definición de misión, visión, valores y políticas de la empresa y análisis FODA, identificar factores críticos para el éxito.
- 4.2. Localización del negocio.
- 4.3. Ingeniería del proyecto: definición técnica del producto, planos y especificaciones, descripción y diseño del proceso, selección de tecnología, materia prima (MP), recursos humanos, maquinaria y equipo, edificios e instalaciones.
- 4.4. Proceso productivo del producto o servicio: programa de producción y ventas, distribución de planta, selección de equipo, tecnología y de proveedores.

<b>Referencias a fuentes de información</b>
---

Icararaz, Rafael. El emprendedor de éxito. 3 Ed. McGraw Hill. México.  
Afuah, Allan. Business Models A Strategic Management Approach.  
Ed. McGraw Hill. México.

<b>Referencias a fuentes de información complementarias</b>
---

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México: Ed. Pearson. Fisher, Laura. Mercadotecnia. México: Ed. McGraw Hill.

Identificar el marco jurídico
-------------------------------

<b>CONTENIDO</b>
------------------

- 5.1. Organización administrativa.
- 5.2. Estructura organizacional.
- 5.3. Normatividad: normatividad jurídica, fiscal, administrativa, oficiales mexicanas e normas internacionales.
- 5.4. Constitución de la empresa.

<b>Referencias a fuentes de información</b>
---

Icararaz, Rafael. El emprendedor de éxito. 3 Ed. McGraw Hill. México.  
Afuah, Allan. Business Models A Strategic Management Approach.  
Ed. McGraw Hill. México.

<b>Referencias a fuentes de información complementarias</b>
---

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México: Ed. Pearson. Fisher, Laura. Mercadotecnia. México: Ed. McGraw Hill.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en**

<b>UNIDAD 6</b>
Factibilidad Financiera
<b>OBJETIVO</b>
<b>CONTENIDO</b>
7.1. Análisis de estados financiero. 7.2. Evaluación financiera: tasa interna de retorno y valor presente. 7.3. Análisis de sensibilidad: incremento del proyecto, reducción de los ingresos, incremento de los costos y prueba del ácido.
<b>Referencias a fuentes de información</b>
Icararaz, Rafael. El emprendedor de éxito. 3 Ed. McGraw Hill. México. Afuah, Allan. Bussiness Models A Strategic Management Approach. Ed. McGraw Hill. México.
<b>Referencias a fuentes de información complementarias</b>
Kotler, Philip y Amstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México: Ed. Pearson. Fisher, Laura. Mercadotecnia. México: Ed. McGraw Hill.

<b>UNIDAD 7</b>
Evaluación social
<b>OBJETIVO</b>
<b>CONTENIDO</b>
8.1. Impacto ecológico: legislación y normatividad ambiental, uso de energía, de agua, de aire, de suelo, generación y disposición de residuos peligrosos. 8.2. Impacto social: Infraestructura social y generación de empleos directos e indirectos. 8.3. Impacto económico.
<b>Referencias a fuentes de información</b>
Icararaz, Rafael. El emprendedor de éxito. 3 Ed. McGraw Hill. México. Afuah, Allan. Bussiness Models A Strategic Management Approach. Ed. McGraw Hill. México.
<b>Referencias a fuentes de información complementarias</b>
Kotler, Philip y Amstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México: Ed. Pearson. Fisher, Laura. Mercadotecnia. México: Ed. McGraw Hill.

<b>Actividades de aprendizaje</b>
-----------------------------------

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

**Centro Universitario de Tonalá**  
**Licenciatura en**

<b>Material y ambiente del aprendizaje</b>
Anzola Rojas, Sérvulo. De la idea a tu empresa. Una guía para emprendedores. México: Ed. Limusa. Peña Rojas, Jaime. Principios de la ética empresarial. Ed. Selector.

<b>Evaluación del aprendizaje</b>	
<b>Criterio de evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
Tareas	40
Proyecto	30
Asistencia a eventos	10
Presentación de Proyecto	20

<b>Participantes en la elaboración del programa</b>		
<b>Código</b>	<b>Nombre completo</b>	<b>Fecha de elaboración del programa</b>
		Marzo 2018

<b>Aprobó y revisó la academia de:</b>	<b>Fecha de aprobación</b>	<b>Fecha de próxima revisión</b>
	Marzo 2018	Noviembre 2018

  
  
  
  
