



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**PLAN DE ESTUDIO DE LA LIC. EN CONTADURÍA**  
 Programa de la Asignatura



**CREACIÓN DE EMPRESAS.**

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> 4	<b>Área o campo de conocimiento:</b> Administración		<b>No. Créditos:</b> 4
<b>Carácter:</b> Obligatorio	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórico - Práctico	<b>Teoría:</b>	<b>Práctica:</b>	4	64
	34	30		
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral			
<b>Fecha de última revisión:</b>	15 de Febrero de 2022			

<b>Seriación: Si ( ) No (X) Obligatoria ( ) Indicativa ( )</b> Asignatura antecedente: Ninguna Asignatura subsecuente: Ninguna
<b>Fundamentación:</b> El alumno podrá desarrollar e implementar, de manera ética, planes de negocios a través del emprendimiento, desde una idea inicial apoyada en el trabajo en equipo que generen beneficios propios o a la sociedad en instituciones lucrativas y no lucrativas detectando problemas para convertirlos en oportunidades de negocio.
<b>Objetivo general:</b> Lograr que el alumno, al finalizar el curso sea capaz de comprender y adquirir los conocimientos necesarios para aplicar los métodos, técnicas y conceptos fundamentales en el desarrollo de proyectos para la creación y gestión de nuevas organizaciones de éxito y además que adquiera una actitud y competencias necesarias para lograr lo anterior en cualquiera de los tres sectores de la economía.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		<b>Teóricas</b>	<b>Prácticas</b>
1	<b>La Empresa</b> 1.1 Concepto de empresa. 1.2 Clasificación de las empresas. 1.3 Criterios de estratificación de las empresas. 1.4 Las pequeñas y medianas empresas. 1.5 Importancia de las pequeñas y medianas empresas. 1.6 La actividad empresarial. 1.7 Oportunidad en la carrera empresarial.	5	4
2	<b>Emprendimiento y creación</b> 2.1 Qué es emprendimiento. 2.2 Espíritu y desarrollo del ingenio empresarial. 2.3 Características y condiciones de los emprendedores.	4	3

	<p>2.4 Técnicas para generar ideas.</p> <p>2.5 Creación de la Empresa (idea inicial de alto valor).</p> <p>2.6 Plan de negocios.</p> <p>2.6.1 Contenido del plan de negocios.</p> <p>2.6.2 ¿Por qué planear?</p> <p>2. 6.3 ¿Qué es y para qué sirve un plan de negocios?</p>		
3	<p><b>Estudio de Mercado</b></p> <p>3.1. ¿Qué es y cómo se integra un Estudio de Mercado?</p> <p>3 .2 Producto o servicio.</p> <p>3 .3 Naturaleza y usos del producto o servicio.</p> <p>3 .4 Segmentación y selección del mercado meta.</p> <p>3 .5 Imagen comercial.</p> <p>3 .6 Investigación de mercado.</p> <p>3 .7 Análisis e Investigación de la Demanda.</p> <p>3 .8 Fijación y políticas de precio.</p> <p>3 .9 Plan de ventas.</p> <p>3 .10 Proveedores y canales de distribución.</p> <p>3 .11 Identificación de la competencia.</p> <p>3 .12 Análisis, diseño y desarrollo de la mezcla de Mercadotecnia (Producto, plaza, promoción y precio).</p> <p>3 .13 Riesgos y oportunidades del mercado.</p>	6	7
4	<p><b>Estudio Técnico.</b></p> <p>4.1 ¿Qué es y cómo se integra un Estudio Técnico?</p> <p>4.2 Especificaciones del producto o servicio.</p> <p>4.3 Importancia de los procesos de operación.</p> <p>4.4 Tecnología e innovación.</p> <p>4.5 Ubicación y/o diseño de instalaciones para la empresa.</p> <p>4.6 Calidad en el producto o servicio.</p> <p>4.7 Capacidad de la empresa</p> <p>4.8 Implementación de cadenas de valor, procesos de Logística y productivos.</p>	4	3
5	<p><b>Estudio administrativo-organizacional.</b></p> <p>5.1 ¿Qué es un Estudio administrativo-organizacional?</p> <p>5.2 Elementos del estudio administrativo-organizacional.</p> <p>5 2.1 Nombre de la organización.</p> <p>5. 2.2 Misión.</p> <p>5.2.3 Visión.</p> <p>5. 2.4 Valores.</p> <p>5. 2.5 Objetivos.</p> <p>5. 2.6 Análisis de las ventajas competitivas a través del FODA.</p> <p>5. 2.7 Diseño del Organigrama estructural general de la Empresa.</p> <p>5. 2.8 Descripción de actividades de los puestos de trabajo en la empresa.</p> <p>5. 2.9 Esquema de compensaciones laborales de la empresa.</p>	5	4

	5. 2.10 Proceso de la contratación del personal de la empresa. 5. 2.11 Manuales de Organización, procedimientos y políticas.		
6	<b>Marco legal de la empresa.</b> 6. 1 Constitución legal (persona física o moral). 6. 2 Obligaciones jurídicas y fiscales. 6. 3 Permisos y registros administrativos para la apertura y funcionamiento de la organización (ámbitos: federal, estatal, municipal). 6. 4 Diferentes tipos de contratos para empleados, clientes, Proveedores y arrendamiento. 6. 5 Impacto ambiental.	4	4
7	<b>Estudio financiero</b> 7. 1 ¿Qué es y cómo se integra un Estudio financiero? 7. 2 Fuentes de financiamiento. 7. 3 Punto de equilibrio. 7. 4 Estudio de factibilidad. 7. 5 Elaboración de presupuestos y determinación de costos. 7. 6 Flujo de efectivo. 7. 7 Análisis y medidas de viabilidad y rentabilidad	6	5
<b>Total de horas</b>		<b>64</b>	

#### **Bibliografía Básica:**

1. Anzola, S. (2003). De la idea a tu empresa, una guía para emprendedores, McGraw Hill, 3ª edición.
2. Anzola, S. (2001). Administración de pequeñas empresas, Ed. McGraw Hill.
3. Botello, A. (2001). El Plan de Negocios, Ed. McGraw Hill.
4. Castañeda, L. (2000). Pensar tarea esencial de líderes y gerentes, Ed. Poder
5. Cleland, D.I., (1981). Manual para la administración de los negocios, Ed. CECSA..
6. Collins, J. (2003). Empresas que perduran, Ed. Norma..
7. Kastika, E. (2001). Desorganización creativa, Ed. Macchi.
8. Kenett, A. (2001). Cómo iniciar su propio negocio, Ed. McGraw Hill.
9. Langdon, K. (2001). Las 100 mejores ideas de negocios de todos los tiempos, Ed. McGraw Hill.
10. Llano, C. (2002). Falacias y ámbitos de la creatividad, Ed. Noriega.
11. Luchia, C. (19989). Cómo crear mi propia empresa, Ed. Macchi.
12. Martín, C. (1995). Inicie su propio negocio, Ed. Iberoamericana..
13. Servitje, R. (2004). Estrategia de éxito empresarial, Ed. McGraw Hill
14. Shimasaki, La filosofía del éxito, Ed. Limusa, 1993, 315 pp.
15. Trout, J. (2001). Diferenciarse o morir: cómo sobrevivir en un entorno competitivo, Ed. McGraw Hill.
16. Theodore K. (2002). Enfoque visionario, Ed. McGraw Hill.

#### **Bibliografía Complementaria:**

1. Méndez L.R. (2008). Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores, Bogotá, Icontec
2. Rodríguez, M. (1999). El Lenguaje Creativo para Líderes, Ed. McGraw Hill,
3. Rodríguez, M., (1994). curso práctico de creatividad, Ed. McGraw Hill.

Sugerencias didácticas:		Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los Alumnos:	
Exposición oral	( X )	Exámenes parciales	( X )
Exposición audiovisual	( X )	Examen final escrito	( X )
Ejercicios dentro de clase	( X )	Trabajos y tareas fuera del aula	( X )
Ejercicios fuera del aula	( )	Exposición de seminarios por alumnos	( )
Seminarios	( )	Participación en clase	( X )
Lecturas obligatorias	( X )	Asistencia	( X )
Trabajos de investigación	( X )	Seminario	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( X )	Otras	( )
Prácticas de campo	( )		
Otras	( )		

**Perfil profesiográfico:**

**Estudios requeridos:**

Licenciatura en Administración, Licenciatura en Mercadotecnia, Licenciatura en Contabilidad o área afín.

**Experiencia profesional deseable:**

Tener experiencia en el puesto de administrador general, o similares en la iniciativa privada o empresas sociales o gubernamentales por espacio de tres a cinco años como mínimo.

**Otros requerimientos:**

Haber acreditado cursos de didáctica y actualización docente. Dos años o más a nivel licenciatura.