

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA  
INSTITUTO ESTATAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA DE OAXACA  
COORDINACIÓN GENERAL DE PLANEACIÓN EDUCATIVA  
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	<b>Desarrollo Empresarial I</b>
-------------------------	---------------------------------

CICLO <b>Noveno Semestre</b>	CLAVE DE LA ASIGNATURA <b>40901</b>	TOTAL DE HORAS <b>85</b>
---------------------------------	--	-----------------------------

<b>OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA</b> Al finalizar el curso el alumno comprenderá la etapa organizacional y la etapa de mercado, de una metodología para la creación y desarrollo de organizaciones, enfocadas hacia su integración en un plan de negocios.
--

<b>TEMAS Y SUBTEMAS</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Creación de una organización.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Conceptos de creatividad e innovación</li> <li>1.2. Actitud emprendedora</li> <li>1.3. Espíritu emprendedor</li> <li>1.4. Paradigmas</li> <li>1.5. Conceptos de empresa</li> <li>1.6. La empresa y su entorno</li> <li>1.7. Plan para la creación de las organizaciones a partir de la creatividad</li> <li>1.8. Descripción general de la empresa</li> </ol> </li> <li><b>2. Planeación.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. La Planeación y el proceso administrativo</li> <li>2.2. Tipos de planes</li> <li>2.3. Planeación Estratégica</li> <li>2.4. Proceso de Planeación y consideraciones clave</li> <li>2.5. Toma de decisiones</li> <li>2.6. Estructura básica del Plan Estratégico de una empresa</li> <li>2.7. Elementos del Plan Estratégico</li> <li>2.8. Elementos del Plan de Negocios</li> </ol> </li> <li><b>3. Los aspectos organizacionales.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Conceptos básicos</li> <li>3.2. Clasificación de manuales administrativos</li> <li>3.3. Contenidos de manuales</li> <li>3.4. Diseño de manuales</li> </ol> </li> <li><b>4. Aspectos de mercadotecnia.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Conceptos y funciones generales de la mercadotecnia</li> <li>4.2. La empresa y el mercado</li> <li>4.3. Tipos y clasificaciones de mercado</li> <li>4.4. Funciones principales de la mercadotecnia</li> <li>4.5. Mezcla de mercadotecnia</li> <li>4.6. Segmentación de mercados</li> <li>4.7. La investigación de mercados y su metodología</li> </ol> </li> </ol>
--

<b>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE</b> Sesiones dirigidas por el profesor, en donde presente conceptos y resuelva ejercicios. Elaboración parcial de un Plan de Negocios que desarrollarán con temas de cada unidad y que continuarán en su parte técnica, jurídica y financiera en el siguiente semestre. Análisis de artículos relacionados a los temas que se están cubriendo en cada unidad. Discusión de los diferentes temas en actividades, ejercicios y dinámicas prácticas. Desarrollo de avances de proyecto de semestre.
---

<b>CRITERIOS Y PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN</b> Al inicio del curso el profesor indicará el procedimiento de evaluación que deberá comprender los aspectos de teoría y práctica. La evaluación comprenderá tres evaluaciones parciales con una equivalencia del 50 % y una evaluación final para el 50 % restante.
---

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>  Libros básicos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Administración/</b> James A.F. Stoner, R. Edward Freeman, Daniel R. Gilbert Jr./ 6ª Edición/ Editorial Pearson</li> </ul>
---

Educación, 1996

- **Introducción a la Investigación de Mercados/** Fisher de la Vega Laura, Navarro Vega Alma/ Editorial McGraw Hill, México 1996
- **Administración, una perspectiva global/** Koontz Harold y Weinrich Heinz/ 11ª Edición/ Editorial McGraw Hill, 1998
- **Cómo elaborar y usar manuales administrativos/** Rodríguez Valencia Joaquín/ Editorial ECAFSA, México 1999

Libros de consulta:

- **Fundamentos de Administración/** Andrew J. Du Brin/ 5ª Edición/ Editorial International Thomson, 2000
- **Administración Moderna de Personal/** Joaquín Rodríguez Valencia/ 6ª Edición/ Editorial Thomson, 2002
- **Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación Y Control/** Kotler Philip/ Editorial Prentice may Hispanoamericana, México 1998

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Licenciatura en Administración o Ciencias Empresariales con Maestría o Doctorado.