



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD



**Facultad de
Comercio y
Administración
Victoria**

MODELOS Y PLANES DE NEGOCIOS

PROGRAMA EDUCATIVO:	Maestría en Dirección Empresarial
MODALIDAD:	Presencial
MODELO DE FORMACIÓN:	Competencias
TIPO:	Único
PERIODO	1er Cuatrimestre
LUGAR	Aulas de Posgrado de la FCAV
CRÉDITOS	5 (Cinco)
HORAS	32 Horas

OBJETIVO GENERAL

Aplicar la metodología para conceptualizar, formular y evaluar un proyecto, junto con comprender las técnicas y herramientas para la gestión de proyectos de inversión, será la capacitación que adquirirá el alumno al finalizar el curso. Además, llevar a cabo la formulación y ejecución de planes de negocio será parte integral de su formación.

Competencias

Competencia previa	Resultado esperado
Conocimientos básicos sobre el funcionamiento de las empresas y su entorno económico.	Capacidad para diseñar modelos de negocio innovadores y viables.
Habilidad para analizar información financiera y económica.	Habilidad para elaborar planes de negocio detallados, incluyendo análisis de mercado, estrategias financieras y planes operativos.
Competencia en la identificación y evaluación de oportunidades de negocio.	Competencia en la evaluación de la viabilidad y el potencial de rentabilidad de un proyecto empresarial.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

UNIDAD 1. DESCRIPCIÓN DE ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

- 1.1 Historia y evolución de las organizaciones
- 1.2 Tipos de organizaciones y sociedades
- 1.3 Aspectos legales
- 1.4 Misión, visión, objetivos, estrategias, políticas, planes
- 1.5 Organización y recursos

UNIDAD 2. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO.

- 2.1 Tendencias económicas y financieras
- 2.2 Variables sociales y políticas
- 2.3 Variable ambiental
 - 2.3.1 Sustentabilidad
 - 2.3.2 Desarrollo sustentable
 - 2.3.3 Tecnologías limpias
- 2.4 Situación competitiva
 - 2.4.1 Mercado, industria, tecnología

UNIDAD 3. PLAN DE NEGOCIOS

- 3.1 Panorama del plan de negocios
 - 3.1.1 Definición de un plan de negocios
 - 3.1.2 Necesidad de un plan
 - 3.1.3 Dos tipos de planes de negocios
- 3.2 Elaboración de un plan de negocios
 - 3.2.1 El formato y redacción de un plan de negocios
 - 3.2.2 Contenido de un plan de negocios
 - 3.2.3 Qué no hacer
- 3.3 Recursos para elaborar un plan de negocios

UNIDAD 4. GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

- 4.1 El lienzo de modelo de negocio
- 4.2 Patrones de modelos de negocio
- 4.3 Técnicas para el diseño de modelos de negocio
- 4.4 Estrategias desde la visión de modelos de negocio
- 4.5 Diseño y generación de modelos de negocio

UNIDAD 5. PLAN DE OPERACIONES ESPECÍFICO DEL PROYECTO.

- 5.1 Diseño y distribución de la planta
- 5.2 Logística de suministros insumos y productos
- 5.3 Adquisiciones, almacenamiento y distribución
- 5.4 Cadena de valor

UNIDAD 6. PLAN FINANCIERO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- 6.1 Presupuesto: inversión, capital de trabajo, costos y gastos
- 6.2 Costo de capital
- 6.3 Valor del dinero a través del tiempo
- 6.4 Proyecciones financieras y evaluación del proyecto
- 6.5 Selección de proyectos con presupuesto limitado
- 6.6 Estudio de reemplazo
- 6.7 Evaluación de proyectos en situaciones inflacionarias
- 6.8 Estrategias de financiamiento
- 6.9 Análisis de sensibilidad y análisis de riesgo
- 6.10 Alianzas estratégicas

EVALUACIÓN

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

El estudiante demostrará que ha alcanzado los resultados del aprendizaje mediante las siguientes actividades de evaluación:

ACTIVIDAD	PUNTAJE ASIGNADO
Participación y trabajos en clase	25%
Tareas	25%
Examen escrito	20%
Trabajo final	30%

METODOLOGÍA GENERAL

El curso se basará en el aprendizaje significativo y el desarrollo de competencias como principales herramientas pedagógicas. Se enfocará en el alumno, mientras que el profesor desempeñará un papel de facilitador. Se establecerán metas de aprendizaje y se proporcionarán los medios para alcanzarlas. El docente utilizará libros de texto cuidadosamente seleccionados, recursos ofimáticos y materiales disponibles en Internet para la exposición de contenidos. La evaluación continua incluirá controles de lectura, participaciones, exposiciones orales, entrega y corrección de tareas. Se emplearán tanto medios tradicionales como electrónicos para el registro y seguimiento del progreso del estudiante.

BIBLIOGRAFÍA:

Curis, V. (2014). *Creating a Business Plan for Dummies*. USA: Wiley.

Ferrel, O. & Hirt, G. (2004). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. México: McGraw-Hill.

Grassman, O., Frankenberger, K. & Choudury, M. (2020). *The Business Model Navigator: The strategies behind the most successful companies*. USA: FT Publishing International.

Nosratabadi, S., Mosavi, A., Shamshirband, S., Zavadskas, E. K., Rakotonirainy, A., & Chau, K. W. (2019). Sustainable business models: A review. *Sustainability*, 11(6), 1663.

Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017). A critical assessment of business model research. *Academy of Management annals*, 11(1), 73-104.

Osterwalder & Pigneur (2014). *Generación de modelos de negocio*. México: Deusto.

Pedraza, O. (2011). *Modelo plan de negocios: Para la micro y pequeña empresa*. México: McGraw-Hill.

Prieto, C. (2017). *Emprendimiento. Conceptos y Plan de Negocios*. México: Pearson.

Shafer, S. M., Smith, H. J., & Linder, J. C. (2005). The power of business models. *Business horizons*, 48(3), 199-207.