

**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 ESTUDIO**

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>
---------------------------------	--	-----------------------------

**OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA**

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.

**TEMAS Y SUBTEMAS**

- 1. Creación de una organización.**
  - 1.1. Conceptos de creatividad e innovación
  - 1.2. Actitud emprendedora
  - 1.3. Espíritu emprendedor
  - 1.4. Paradigmas
  - 1.5. Conceptos de empresa
  - 1.6. La empresa y su entorno
  - 1.7. Plan para la creación de las organizaciones a partir de la creatividad
  - 1.8. Descripción general de la empresa
- 2. Planeación.**
  - 2.1. La Planeación y el proceso administrativo
  - 2.2. Tipos de planes
  - 2.3. Planeación Estratégica
  - 2.4. Proceso de Planeación y consideraciones clave
  - 2.5. Toma de decisiones
  - 2.6. Estructura básica del Plan Estratégico de una empresa
  - 2.7. Elementos del Plan Estratégico
  - 2.8. Elementos del Plan de Negocios
- 3. Los aspectos organizacionales.**
  - 3.1. Conceptos básicos
  - 3.2. Clasificación de manuales administrativos
  - 3.3. Contenidos de manuales
  - 3.4. Diseño de manuales
- 4. Aspectos de mercadotecnia.**
  - 4.1. Conceptos y funciones generales de la mercadotecnia
  - 4.2. La empresa y el mercado
  - 4.3. Tipos y clasificaciones de mercado
  - 4.4. Funciones principales de la mercadotecnia
  - 4.5. Mezcla de mercadotecnia
  - 4.6. Segmentación de mercados
  - 4.7. La investigación de mercados y su metodología

**ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

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 se 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.



**COORDINACIÓN  
GENERAL DE EDUCACIÓN  
MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

Discusión de los diferentes temas en actividades, ejercicios y dinámicas prácticas.  
Desarrollo de avances de proyecto de semestre.

#### CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

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 y una evaluación final.

#### BIBLIOGRAFÍA

Libros básicos:

- **Administración/** James A.F. Stoner, R. Edward Freeman, Daniel R. Gilbert Jr./ 6ª Edición/ Editorial Pearson 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 Weinhrich 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.