

**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
Seminario de Planeación y Análisis de Negocios

CICLO	CLAVE DE LA ASIGNATURA	TOTAL DE HORAS
Octavo Semestre	064082	68

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA
El alumno será capaz de desarrollar la planeación de un proyecto específico de negocios, iniciando con la proyección del plan maestro del negocio propuesto, la identificación del entorno, la planeación estratégica y el análisis del mercado.

TEMAS Y SUBTEMAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepción de la idea y el plan de negocios. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Definición del concepto de negocio. Principales productos, servicios y procesos que se atenderán. 1.2. Misión, visión, objetivos, estrategias, políticas, planes. 1.3. Organización y recursos. 2. Identificación y descripción del entorno. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Tendencias económicas y financieras. 2.2. Variables sociales, políticas, ambientales. 2.3. Análisis PET y PESTEL. 2.4. Situación competitiva. Mercado, industria y tecnología. 3. Ventajas comparativas y competitivas de la empresa. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Análisis de fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas. 3.2. Posicionamiento competitivo dentro de la industria. 3.3. Definición de las estrategias a corto, mediano y largo plazo. 4. Estrategia de mercadotecnia del proyecto. <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Segmentación del mercado específico del proyecto. 4.2. Selección del mercado meta. Posicionamiento competitivo. 4.3. Estrategias de la mezcla comercial. 5. Evaluación estratégica. <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Balanceo Score card. 6. Resumen ejecutivo de la planeación y el análisis del proyecto de negocios.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. Presentaciones por parte del profesor; 2. Lecturas y análisis; 3. Lecturas y Análisis de casos; 4. Presentaciones por parte de alumnos; 5. Presentación y análisis de casos en video.

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

En términos de los artículos 23 incisos (a), (d), (e) y (f); del 47 al 50; 52 y 53 y del 57 al 60, del Reglamento de alumnos de licenciatura aprobado por el H. Consejo Académico el 21 de Febrero del 2012, los lineamientos que habrán de observarse en lo relativo a los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación, son los que a continuación se enuncian:

- i) Al inicio del curso el profesor deberá indicar el procedimiento de evaluación que deberá comprender, al menos tres evaluaciones parciales que tendrán una equivalencia del 50% de la calificación final y un examen ordinario que equivaldrá al restante 50%.
- ii) Las evaluaciones podrán ser escritas y/o prácticas y cada una consta de un examen teórico-práctico, tareas y proyectos.
- iii) Además pueden ser consideradas otras actividades como: el trabajo extra clase, la participación durante las sesiones del curso y la asistencia a las asesorías.
- iv) El examen tendrá un valor mínimo de 50%; las tareas, proyectos y otras actividades, un valor máximo de 50%.

BIBLIOGRAFÍA (TIPO, TÍTULO, AUTOR, EDITORIAL Y AÑO)

Básica:

1. Chiavenato I. (2011). **Planeación estratégica**. McGraw-Hill Interamericana.
2. Fischer L., Espejo J. (2012). **Mercadotecnia**. McGraw-Hill.
3. Rojas López M.D., Medina Marín J. (2012). **Planeación estratégica. Fundamentos y casos**. Ediciones de la U.
4. Schermerhorn J. (2010). **Administración**. Limusa.

Consulta:

1. Martínez F. (2013). **Planeación estratégica creativa**. Pac.
2. Ross M. (2012). **Planeación estratégica. Fundamentos y casos**. Ediciones de la U.
3. Sitios de Internet que contengan noticias municipales, estatales, regionales y mundiales, relacionados con la planeación pública o privada.

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Maestría o doctorado en administración.