

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Cultura Empresarial
Clave de la asignatura:	SCC-1005
SATCA¹:	2-2-4
Carrera:	Ingeniería en Sistemas Computacionales

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

Esta asignatura aporta al perfil de del ingeniero en Sistemas computacionales la capacidad para coordinar y participar en equipos multidisciplinarios para la aplicación de soluciones innovadoras en diferentes contextos, así como detectar áreas de oportunidad empleando una visión empresarial para crear proyectos aplicando las Tecnologías de la Información y Comunicación mediante la construcción de un plan de negocios para crear una empresa considerando el análisis de mercado, estudio técnico, organización, análisis financiero y estados financieros del proyecto.

Cabe destacar que el contenido de esta materia se apega a los lineamientos marcados por la convocatoria del concurso nacional de emprendedores convocado por la SEP y por el concurso nacional de innovación y desarrollo tecnológico convocado por DGEST. Para integrarla se ha hecho un análisis de los procesos que debe conocer toda persona que presta sus servicios profesionales de manera independiente. Esta materia es transversal a la carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales porque en la actualidad todo profesional debe ser capaz de ofrecer y vender sus servicios de manera autónoma; está enfocada a favorecer las habilidades en el estudiante para diseñar, desarrollar e implementar un plan de negocio traduciéndolo en una empresa rentable que opere bajo marcos legales. De manera particular, la competencia adquirida en esta asignatura se aplica a la implementación, operación, administración y proyección de una empresa que atiende las necesidades computacionales y comerciales de su entorno.

Esta asignatura se relaciona con contabilidad financiera en los temas análisis financiero, registro de operaciones, Teoría de la partida doble, sistemas de registro, análisis e interpretación de la información financiera.

Intención didáctica

El temario se organiza en cinco temas, las cuales proporcionan al estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales, las habilidades y capacidades necesarias para que genere una idea emprendedora que pueda ser, en el futuro su fuente de ingresos.

Al comienzo del curso el estudiante, además de analizar el contexto empresarial, aborda su papel de ingeniero en sistemas computacionales como emprendedor y creador de su propia empresa especificando los procesos del sistema de negocios y su aportación al mercado en un proyecto donde presente un plan de negocios personal.

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

El tema número 1 explora en el estudiante su parte emprendedora, podrá desempeñarse satisfactoriamente en empresa gubernamental o del sector privado, además podrá generar un proyecto emprendedor que podría ser su fuente de ingresos.

Una vez que el estudiante ha obtenido esa idea emprendedora, ahora es momento de analizar el primer contexto, desarrollar la justificación pertinente a la misma: misión, visión, objetivos, valores. Analizar mediante un análisis FODA las oportunidades de negocio que tienen en el mercado y en primera instancia, los probables competidores con quienes tendría que negociar. Con lo anterior, el profesor detalla los elementos que contiene el plan de negocios, los cuales se desarrollarán en el transcurso de la asignatura.

Con la finalidad de que el estudiante adquiera los conocimientos facilitados por el profesor, es necesario llevar a cabo las actividades de aprendizaje propuestas, así como fomentar en todo momento la participación proactiva de los estudiantes.

El tema 2 se denomina “Análisis del mercado”, aquí el docente enfatiza en el tema para que el estudiante comprenda qué es y cómo está conformado un mercado, cómo se llega a él, cómo se obtiene la información y qué decisiones se toman con esta. Además, la realización del estudio sobre la demanda, la oferta, el precio y la competencia es primordial, ya que sin estos elementos no es posible saber si la idea emprendedora es factible de implementarse.

El plan de marketing proporciona al estudiante la estrategia integral de venta y mercadotecnia para que su producto impacte en el mercado al cual va dirigido; por lo tanto el estudiante debe tener el fundamento para la estrategia de venta y posicionamiento de su producto.

En el tema 3 se revisa el proceso productivo de la idea emprendedora, éste debe de analizarse y determinarse a profundidad, con el propósito de que el estudiante obtenga una visión completa particularizando en procesos de diseño, de ingeniería y normatividad para la puesta en marcha de su empresa.

El tema número 4 estudia los aspectos administrativos-gerenciales que toda organización debe de tener, considerando el capital humano, el diseño organizacional y la constitución legal de la propuesta.

En el tema número 5 se promueve el desarrollo y aplicación del aspecto contable y financiero, usando recursos computacionales para realizar la evaluación económica y el plan de sensibilidad.

Al término de la asignatura el estudiante expone su proyecto emprendedor.

3. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura

Construye un plan de negocios para crear una empresa considerando el análisis de mercado, estudio técnico, organización, análisis financiero y estados financieros del proyecto.

4. Competencias previas

SE REQUIERE LA COMPETENCIA DE CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA, SE COLOCARÁ UNA VEZ REVISADA Y COMPLETADA ESA MATERIA

5. Temario

No.	Temas	Subtemas
1.	Contexto de la empresa	1.1. Elementos de la cultura empresarial 1.2. Técnicas para desarrollar habilidades emprendedoras y creativas 1.3. Nombre del proyecto o de la empresa. 1.4. Naturaleza. 1.5. Descripción y justificación. 1.6. Misión, visión, objetivos y valores. 1.7. Análisis FODA 1.8. Ventaja competitiva. 1.9. Elementos de un plan de negocio
2	Análisis de Mercado	2.1 Análisis del mercado 2.1.1. Definición del producto y productos secundarios. 2.1.2. Política de precios. 2.1.3. Perfil de mercado (demanda). 2.1.4. Perspectivas de mercado. 2.1.5. Posibilidad de desarrollo. 2.1.6. Planeación estratégica. 2.2 Competencia 2.2.1. Análisis de los competidores. 2.2.2. Volumen de ventas

		<ul style="list-style-type: none"> 2.2.3. Participación en el mercado. 2.2.4. Pronóstico de ventas. 2.2.5. Oportunidades de mercado. 2.3 Plan de marketing <ul style="list-style-type: none"> 2.3.1. Distribución. 2.3.2. Relaciones de negocios. 2.3.3. Infraestructura disponible. 2.3.4. Ubicación de la empresa y costos asociados. 2.3.5. Fuerza de ventas. 2.3.6. Promoción y publicidad.
3	Estudio técnico	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 Proceso productivo <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1. Descripción del proceso productivo. 3.1.2. Materias primas. 3.1.3. Disponibilidad de capital y mano de obra. 3.2 Tecnología del producto o servicio. <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1. Importancia de la tecnología. 3.2.2. Selección de la tecnología. 3.2.3. Medios de adquisición de la tecnología. Análisis de cotización de fabricantes 3.3 Diagramas de flujo de proceso <ul style="list-style-type: none"> 3.3.1. Maquinaria o equipo requerido. 3.3.2. Tiempo y espacio. 3.3.3. Distancia viajada / transporte. 3.3.4. Necesidades de inventario. 3.3.5. Métodos de producción y equipo 3.3.6. Requerimientos de personal. 3.4 Proveedores <ul style="list-style-type: none"> 3.4.1. Localización y condiciones de abastecimiento. 3.4.2. Criterios de evaluación. 3.4.3. Alianzas estratégicas 3.5 Normatividad <ul style="list-style-type: none"> 3.5.1. Requerimiento de espacio. 3.5.2. Licencias y trámites gubernamentales. 3.5.3. Programa de implementación. 3.5.4. Derechos del consumidor. 3.5.5. Propiedad industrial y prácticas desleales 3.5.6. Privacidad y protección de datos personales
4	Organización	<ul style="list-style-type: none"> 4.1 Estructura organizacional. <ul style="list-style-type: none"> 4.1.1. Constitución de la empresa.



		<ul style="list-style-type: none"> 4.1.2. Organigrama de la empresa. 4.2 Capital humano <ul style="list-style-type: none"> 4.2.1. Identificación de necesidades. 4.2.2. Estrategias de cambio. 4.2.3. Reclutamiento y contratación. 4.2.4. Políticas operativas. 4.2.5. Capacitación. 4.2.6. Cultura corporativa. 4.2.7. Mentoría. 4.2.8. Liderazgo 4.2.9. Coaching. 4.2.10. Perfil de puestos
5	Análisis Financiero y Estados financieros del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> 5.1 Estados contables <ul style="list-style-type: none"> 5.1.1. Estado de flujo de caja (ingresos y egresos). 5.1.2. Presupuesto de ventas. 5.1.3. Balance General. 5.1.4. Estado de resultados. 5.2 Estados financieros <ul style="list-style-type: none"> 5.2.1. Presupuesto de inversión. 5.2.2. Razones de liquidez y rentabilidad. 5.2.3. Análisis de sensibilidad. 5.2.4. Análisis del punto de equilibrio. 5.2.5. TIR y Valor Presente Neto. 5.2.6. Evaluación de riesgos 5.3 Presentación del plan de negocio

