

Índice Plan de Negocios - Noveno cuatrimestre
Mayo-Agosto 2018

**PLAN DE NEGOCIOS
NOVENO CUATRIMESTRE
Mayo-Agosto 2018**

OBJETIVO:

El alumno dirigirá la Gestión del Plan de Negocios para contribuir al logro de los objetivos organizacionales, previa a la ejecución del mismo.

COMPETENCIA DESCRIPCIÓN DE COMPETENCIAS

Competencia específica 1. Dirigir los procesos de consultoría financiera, de mercadotecnia y **Gestión de consultoría** reingeniería, con base en la normatividad aplicable para elevar la competitividad de la organización.

Competencia específica 2. Dirigir la planeación estratégica para la toma de decisiones que asegure **Habilidades gerenciales** el logro de los objetivos de la organización.

MATERIAS QUE INVOLUCRA:

| | |
|--|--|
| Administración de Organizaciones | Dra. Martha Becerril Falcón Mtra. Olivia Trejo Díaz |
| Dirección de Mercadotecnia | Mtra. Mariana Fuentes Sosa. Mtro. Jair Reséndiz Jiménez. |
| Dirección de Equipos de Alto Rendimiento | C.P. Ana Silvia López Partida Lic. Israel Pérez Sierra |
| Gestión del Financiamiento | Dra. Carmen Medina Mendoza Mtro. Fco. Javier Rangel Chavarría |
| Integradora | Dra. Martha Becerril Falcón Mtra. Olivia Trejo Díaz |

Índice Plan de Negocios - Noveno cuatrimestre Mayo-Agosto 2018

ELEMENTOS QUE SE DEBEN SATISFACER EN EL DOCUMENTO EN EXTENSO. BASADOS EN EL MODELO CANVAS.

- Resumen (200 palabras)
- Abstract (deberá responder a las preguntas: ¿Qué se hace? ¿Cómo se hace? y ¿Para qué se hace) el proyecto?
- Introducción
- Antecedentes

1. **MERCADO META.** Es el segmento de clientes al cual vamos a dirigirnos.
 - a. Mercado
 - b. Competidores
 - c. Segmentación

2. **PROPUESTA DE VALOR.** Busca resolver las necesidades de los consumidores.
 - a. Ventajas competitivas
 - b. Definición del producto o servicio
 - c. Descripción y Justificación del Negocio
 - d.

3. **CANALES.** Son los medios para llegar al cliente.
 - a. Plan de Mercadotecnia
 - b. Posicionamiento
 - c. Producto, precio, plaza, promoción

4. **RELACIONES CON EL CONSUMIDOR.** Comunicación y relación con los clientes.
 - a. Plan relaciones públicas

5. **FLUJOS DE INGRESOS.** Proviene de ofrecer exitosas propuestas de valor.
 - a. Plan de Ventas
 - b. Pronóstico de ventas
 - c. Procesos de ventas
 - d. Objetivo de la contabilidad del negocio

6. **RECURSOS CLAVE.** Elementos físicos, intelectuales y humanos.
 - a. Modelo organizativo (Organización y RRHH)
 - b. Diseño del Equipo de alto rendimiento
 - c. Marco legal
 - d. Estudio técnico
 - e. Branding

Índice Plan de Negocios - Noveno cuatrimestre Mayo-Agosto 2018

7. **ACTIVIDADES CLAVE.** Procesos de diseño, fabricación y entrega de un producto.
 - a. Objetivos operativos del producto y/o servicio
 - b. Especificaciones del producto / servicio
 - c. Diseño / Proceso de producción / fabricación
 - d. Logística y Plan de abastecimiento

8. **SOCIOS CLAVE.** Aliados para los procesos clave.
 - a. Proveedores
 - b. Alianzas de éxito
 - c. Inversionistas

9. **ESTRUCTURA DE COSTOS.** Gastos que se generan en cada bloque.
 - a. Plan económico RRHH
 - b. Conformación del expediente técnico para la gestión del financiamiento
 - i. Balance inicial (inversión inicial y fuentes de financiamiento inicial)
 - ii. Estados financieros
 - iii. Indicadores financieros

- **Conclusiones**
- **Referencias consultadas (APA)**
- **Anexos**

Propuesta:

Mtra. Mariana Fuentes Sosa, Mtro. Jair Reséndiz Jiménez, Dra. Carmen Medina Mendoza, Mtro. Francisco Javier Rangel Chavarría, Dra. Martha Becerril Falcón, Mtra. Olivia Trejo Díaz, C.P. Ana Silvia López Partida, Lic. Israel Pérez Sierra.

Vo.Bo.

Mtro. Oliver García Ramírez
Director del P.E. de TSU en Amón.
Ing. en Desarrollo Empresarial e
Ing. Técnica en Comercio Internacional

Mtra. Marlene Martín Torres
Líder del Cuerpo Académico

Mtro. Eloir Francisco López Nube
Coordinador del Comité EBC (Educación
Basada en Competencias)