



Universidad Autónoma del Estado de México

Licenciatura en Administración



PROGRAMA DE ESTUDIOS

MODELOS DE NEGOCIOS

Elaboró:	Dra. en E. Michael E. Gasca Leyva	Facultad de Contaduría y Administración
	Dra. en A. Guadalupe González García	Facultad de Contaduría y Administración
	MCE. Sanchyko Paola Cerón Leyva	Facultad de Contaduría y Administración
	MGE. Elder Higuera Vázquez	Facultad de Contaduría y Administración

Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	30 de junio de 2021	30 de junio de 2021

Facultad de Contaduría y Administración

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS
PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	4
II. Presentación del programa de estudios	5
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	6
IV. Objetivos de la formación profesional	8
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización	10
VII. Acervo bibliográfico	13





I. Datos de identificación

Espacio académico donde se imparte

**Facultad de Contaduría y Administración
 Centro Universitario UAEM Amecameca
 Centro Universitario UAEM Atlacomulco
 Centro Universitario UAEM Ecatepec
 Centro Universitario UAEM Texcoco
 Centro Universitario UAEM Valle de México
 Centro Universitario UAEM Zumpango
 Unidad Académica Profesional Tejupilco
 Unidad Académica Profesional Tlalnepantla**

Estudios profesionales

Licenciatura en Administración, 2018

Unidad de aprendizaje

Modelos de negocios Clave **LAMM28**

Carga académica

1	3	4	5
Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatoria** Tipo **Taller** Periodo escolar **Séptimo**

Área curricular **Economía** Núcleo de formación **Integral**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**
 UA Antecedente UA Consecuente

Formación común

Licenciatura en Mercadotecnia, 2018 **X**



II. Presentación del programa de estudios

Según Osterwalder, Morris y Magretta, (2005) un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica, además encontramos a Joan Riera, profesor de Esade Business School y CEO de Active Development, que menciona que el modelo de negocios son los pilares del futuro negocio: son los cimientos.

Por eso el modelo de negocios es muy importante considerarlo antes de lanzar una idea al mercado, incluso antes del plan negocios. Muchos emprendedores empiezan sin haber pensado bien en el modelo.

Un modelo de negocios describe lo que necesitan y desean los clientes, cómo lo quieren, y lo que están dispuestos a pagar, así como la forma en que la empresa va a satisfacer esas necesidades y la forma en que obtendrá beneficio económico. No se debe confundir este concepto con el plan de negocios, un documento que engloba, además del modelo de negocios, su desarrollo, viabilidad y rentabilidad, buscando lograr la satisfacción de los clientes.

En un modelo de negocios es imperante el análisis de la información para una toma de decisión estratégica, dada la importancia de la objetividad y observación de comportamientos y tendencias que coadyuvan a una comprensión más objetiva del mercado, tendencias, necesidades y expectativas del cliente.

Un modelo de negocios exitoso tiende a generar impulso y la empresa queda marcada por el éxito o no del mismo.





III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN, 2018

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
O B L I G A T O R I A S	Administración I 3 1 4 7	Administración II 4 2 6 7	Teoría y diseño organizacional 4 2 6 7	Administración de recursos humanos 4 2 6 7	Administración de las pymes y empresa familiar 3 1 4 7	Empresa social 3 1 4 7	Administración estratégica 3 1 4 7	Administración internacional 3 1 4 7	P r á c t i c a P r o f e s i o n a l * 30
	Contabilidad 3 1 4 7	Contabilidad de costos y presupuestos 3 1 4 7	Comportamiento humano en la organización 3 1 4 7	Habilidades de pensamiento crítico 2 2 4 6	Contribuciones de las personas físicas y morales 3 1 4 7	Seguridad y salud en el trabajo 3 1 4 7	Finanzas corporativas 3 1 4 7	Sistemas de información en la organización 3 1 4 7	
	Matemáticas 3 1 4 7	Matemáticas financieras 3 1 4 7	Estadística 3 1 4 7	Producción y operaciones 3 1 4 7	Logística 3 1 4 7	Calidad y certificación 2 2 4 6	Modelos de negocios 1 3 4 5	Ecosistema emprendedor 2 2 4 6	
	Entorno legal de las organizaciones 4 0 4 8	Entorno socioeconómico de México 3 1 4 7	Derecho laboral 4 0 4 8	Modelos de optimización 3 1 4 7	Ecología organizacional y sustentabilidad 3 1 4 7	Auditoría administrativa 2 2 4 6	Comercio internacional 3 1 4 7		
	Macroeconomía 3 1 4 7	Microeconomía 3 1 4 7	Análisis y planeación financiera 3 1 4 7	Mercados financieros 2 2 4 6	Gestión de la mercadotecnia 2 2 4 6	Proyectos de inversión 3 1 4 7	Integrativa profesional* -- ** 8	Ética profesional 2 2 4 6	
	Derecho mercantil 4 0 4 8								
	Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6					
O P T A T I V A S						Optativa 1 1 3 4 5	Optativa 2 1 3 4 5	Optativa 4 1 3 4 5	
							Optativa 3 1 3 4 5	Optativa 5 1 3 4 5	
	HT 20 HP 4 TH 24 CR 44	HT 18 HP 8 TH 26 CR 44	HT 19 HP 7 TH 26 CR 45	HT 16 HP 10 TH 26 CR 42	HT 16 HP 8 TH 24 CR 40	HT 14 HP 10 TH 24 CR 38	HT 12 HP 12** TH 24** CR 44	HT 12 HP 12 TH 24 CR 36	HT -- HP ** TH ** CR 30





Proyecto curricular de la Licenciatura en Administración
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

O
P
T
A
T
I
V
A
S

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
					Investigación documental en Administración	Investigación de campo en Administración	Multiculturality in organizations I	
					Investigación de mercados	Ventas	Nuevas formas de organización en el trabajo	
					Valuación de empresas	Finanzas personales	Comunicación organizacional	
					Aprendizaje organizacional	Habilidades directivas	Gestión de negocios electrónicos	
					Tecnologías de la Información y Comunicación en las organizaciones	Mercado de derivados	Cooperativismo	
						Administración de beneficios y compensaciones	Negociaciones colectivas	

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 10 líneas de seriación.
 Créditos mínimos 20 y máximos 45 por periodo escolar.
 * Actividad Académica
 ** Horas de las actividades académicas
 † UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

■	Núcleo básico
■	Núcleo sustantivo
■	Núcleo integral obligatorio.
■	Núcleo integral optativo

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 15 UA	44 18 62 106
---	-----------------------

Total del núcleo básico:
acreditar 15 UA para cubrir 106 créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 21 UA	61 27 88 149
---	-----------------------

Total del núcleo sustantivo
acreditar 21 UA para cubrir 149 créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 7 UA + 2*	17+** 11+** 28+** 83
---	-------------------------------

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 5 UA	5 45 20 25
---	---------------------

Total del núcleo integral
acreditar 12 UA + 2* para cubrir 108 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	43 + 2 Actividad Académica
UA optativas	5
UA a acreditar	48 + 2 Actividad Académica
Créditos	363





IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo

Son objetivos de la licenciatura formar profesionales en Administración con alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio para coordinar recursos tangibles e intangibles, así como los esfuerzos del factor humano dentro de las organizaciones, para incrementar su desempeño y capacidad de enfrentar cambios en un entorno globalizado, para:

Generales

- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.

Particulares

- Incorporar estrategias administrativas de trabajo, como Fortalezas Oportunidades-Debilidades Amenazas, Desarrollo Organizacional, rediseño estructural y de procesos, desvinculación programada para el personal, empoderamiento, subcontratación, manufactura delgada, entre otras, para llevar a cabo el diseño de un plan de acción dentro de una organización y así lograr sus objetivos y metas.
- Aplicar los principios de la administración (división del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de comando, unidad de dirección, subordinación, remuneración, centralización, cadena escalonada, orden, acción, estabilidad, iniciativa) y metodologías administrativas (cuantitativas, cualitativas, comparativas, descriptivas y normativas, entre otras), para el análisis de datos e información de recursos tangibles e intangibles en las organizaciones.
- Intervenir en las organizaciones a través de la transformación del conjunto de recursos humanos, técnicos, monetarios, de tiempo y espacio en un proceso útil, eficiente y rentable para enfrentar retos y cambios de un entorno global.





Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Objetivos del área curricular de curricular o disciplinaria:

Analizar el comportamiento del mercado y el entorno económico de las organizaciones y México, con el fin de conocer su impacto en la producción de satisfactores obtenidos a partir de la adecuada administración de los recursos con los que se cuentan y la eficiente toma de decisiones.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

Identificar y aplicar los conocimientos adquiridos para la elaboración y desarrollo de un plan de negocios, que promueva el autoempleo, mediante la metodología de modelos diversos como el Canvas.





VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización

Unidad 1. El proyecto.

Objetivo: Establecer las bases creativas para la idea original de un negocio, su propuesta de valor, el análisis de las necesidades y expectativas de los posibles clientes; así como el análisis de viabilidad de este.

Temas:

- 1.1 Proceso creativo para determinar el bien o servicio de la empresa.
 - 1.1.1 Lluvia de ideas para determinación del bien o servicio.
 - 1.1.2 Determinación de características generales.
 - 1.1.3 Definición de las necesidades y problemas que atiende.
 - 1.1.4 Evaluación de ideas para bien o servicio.
- 1.2 Análisis de las necesidades a satisfacer o de los problemas a resolver (justificación).
 - 1.2.1 Determinación de viabilidad de la idea.
- 1.3 Propuesta de valor.
 - 1.3.1 Bien o servicio central (ventaja competitiva).
 - 1.3.2 Bienes y servicios periféricos.
 - 1.3.3 Variantes.
- 1.4 Proceso creativo para determinar el nombre de la empresa.
 - 1.4.1 Lluvia de ideas para nombre.
 - 1.4.2 Evaluación de ideas.
- 1.5 Análisis FODA del proyecto.
- 1.6 Misión y visión de la empresa.
- 1.7 Tipo, ubicación y tamaño de la empresa.
- 1.8 Objetivos de la empresa: corto, mediano y largo plazos.
- 1.9 Proceso creativo para determinar el logo, colores y eslogan de la empresa.





Unidad 2. El mercado.

Objetivo: Analizar el mercado mediante la determinación de estrategias de producto y de publicidad que permitan generar ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible.

Temas:

- 2.1 Identificación de segmentos de mercado y mercado meta.
- 2.2 Comportamiento del consumidor.
- 2.3 Investigación de Mercado.
 - 2.3.1 Tamaño de mercado.
 - 2.3.2 Consumo aparente.
 - 2.3.3 Análisis de competencia.
 - 2.3.4 Análisis de la demanda.
 - 2.3.5 Riegos y oportunidades del mercado.
- 2.4 Estrategia de producto.
 - 2.4.1 Producto.
 - 2.4.2 Marca.
 - 2.4.3 Etiqueta.
 - 2.4.4 Envase y/o empaque.
- 2.5 Estrategias de publicidad.
 - 2.5.1 Tipos de publicidad.
 - 2.5.2 Presupuestos publicitarios.
 - 2.5.3 Briefing publicitario.
- 2.6 Plan de marketing digital.
 - 2.6.1 Estrategias de marketing en la nueva era.





Unidad 3. La producción.

Objetivo: Determinar el proceso de producción para la elaboración del bien o la prestación del servicio que ofrecerá una empresa.

Temas:

- 3.1 Especificaciones del bien o servicio.
- 3.2 Descripción del proceso de producción del bien o servicio.
 - 3.2.1 Determinación de las entradas y etapas del proceso y sus controles de calidad.
 - 3.2.2 Determinación de los recursos auxiliares del proceso de producción: capital humano, recursos materiales, recursos financieros y recursos tecnológicos.
- 3.3 Descripción del procedimiento del proceso de producción.
 - 3.3.1 Determinación de los pasos a seguir del procedimiento y sus especificaciones.
 - 3.3.2 Elaboración del diagrama de flujo del procedimiento.
- 3.4 Capacidad instalada y manejo de inventarios.
- 3.5 Layout del área productiva.

Unidad 4. La administración.

Objetivo: Estructurar la distribución de funciones y responsabilidades que facilite el trabajo en equipo y el logro de los objetivos de cada una de las áreas funcionales; así como el cumplimiento de los trámites administrativos y legales para constitución de la empresa.

Temas:

- 4.1 Analizar las áreas funcionales de la empresa
- 4.2 Desarrollar el organigrama de la empresa
- 4.3 Elaborar los perfiles y descripción de puestos que contengan todos los elementos necesarios.
- 4.4 Formular políticas de reclutamiento, selección y contratación.
- 4.5 Estructurar políticas de sueldos y salarios (incluir tabla de sueldos)
- 4.6 Generar el marco legal y régimen fiscal para la constitución de la empresa
 - 4.6.1. Determinar que licencias y permisos de funcionamiento requiere la empresa para iniciar operaciones





Unidad 5. Las finanzas.

Objetivo: Generar estrategias de financiamiento y flujo de recursos.

Temas:

5.1 Estructura de costos y precios.

5.2 Inversión inicial.

5.3 Fuentes de Financiamiento: bancos, *factoring*, fondeo, *bootstrapping*, Crowdsourcing, crowdfunding crowdlending, *crowdfunding* de equity, Inversionistas ángeles, Capital de riesgo, Fondos de inversión, Incubadoras, Créditos pyme, Programas Empresariales de Nacional Financiera.

5.4 Análisis y planeación financiera proforma.

5.5 Análisis de viabilidad y factibilidad financiera.

Unidad 6. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Objetivo: Determinar estrategias y acciones para lograr ser una Empresa Socialmente Responsable.

Temas:

6.1 Definición de la RSE.

6.2 Dimensiones de la RSE según Centro Mexicano para la Filantropía.

6.2.1 Ética empresarial.

6.2.2 Empleados.

6.2.3 Comunidad.

6.2.4 Ambiente.

6.3 Directrices de la RSE según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

6.4 Decálogo RSE según Centro Mexicano para la Filantropía.





VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Alcaraz, R. (2015). El Emprendedor de Éxito. Quinta Edición. Mc Graw Hill. México.
- Brealey, R (1998). Fundamentos de financiación empresarial. Mc Graw Hill. México.
- Bohlander George, Scott Snell, Shad S. Morris (2018) Administración de recursos humanos, Ed. Cengage Learning.
- Brigham E. Ehrhardt M. (2016). Finanzas corporativas: enfoque central. Cengage Learning México.
- Chiavenato Idalberto (2019), Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones, McGraw-Hill, México.
- Depallens G. (1973). Financiación de empresa: principios. DEUSTO. México.
- Fisher L. Espejo J. (2017) Mercadotecnia. McGraw-Hill/Interamericana. México.
- Kotler P. Armstrong G. (2017) Fundamentos de marketing. Pearson Educación de México. México.
- Kotler P. Lane K. (2016) Dirección de Marketing Pearson Educación de México. México.
- Lerma, A. (2017). Desarrollo de Productos una Visión Integral. Quinta edición. CENGAGE Learning. México.
- Louffat, E. (2017). Diseño Organizacional basado en Procesos. Primera edición. CENGAGE Learning. Perú.
- Muñoz L. (2012) El nuevo emprendedor socialmente responsable. EUNSA (Ediciones Universidad de Navarra). México.
- Pérez, J. (2010). Gestión por Procesos. Cuarta edición. Alfaomega. España.
- Sainz de Vicuña J. (2018) El plan de marketing digital en la práctica. ESIC Editorial. México.

Fuentes de Referencia

- (2021) Guía de Responsabilidad Social. ISO 26000:2010. Secretaria de economía. (en línea) Recuperado Febrero 2021: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/normalizacion/normalizacion-internacional/iso-26000/guia-de-responsabilidad-social>
- (2021) Centro Mexicano para la Filantropía. www.cemefi.org (en línea) Recuperado Febrero 2021: <https://www.cemefi.org/>
- Alcaraz, R. (2016). Desarrollo de negocios. McGrawHill. Videoteca UAEMex. (en línea) Recuperado Febrero 2021: <https://campusvirtual.uaemex.mx/videotecadigital/videoteca.php?i=66>