

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR  
**DIRECCIÓN GENERAL ACADÉMICA**

**REFORMA CURRICULAR**  
**BACHILLERATO GENERAL ESTATAL**  
**PLAN DE ESTUDIOS 2006**

**CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO EN  
MANTENIMIENTO DE PC Y REDES**

**CASO DE NEGOCIOS**  
Programas de estudio de 4° semestre



**LUIS MALDONADO VENEGAS**

Secretario de Educación Pública del Estado de Puebla

**JORGE B. CRUZ BERMÚDEZ**

Subsecretario de Educación Media Superior

**JOSÉ LUIS BALMASEDA BECERRA**

Director General Académico

**GISELA DUEÑAS FERNÁNDEZ, MARÍA EDITH BÁEZ REYES, BEATRIZ PIMENTEL LÓPEZ, SARAHÍ GAXIOLA JARQUÍN, OSVALDO CUAUTLE REYES, MARÍA DE LOS ÁNGELES ALEJANDRA BADILLO MÁRQUEZ, LUIS RENATO LEÓN GARCÍA, MARCOS JARA MARTINEZ, EMILIO MIGUEL SOTO GARCÍA, MARÍA ISABEL REYES OSORIO, ADRIANA ALVAREZ CÓRDOVA, JUAN MANUEL GARCÍA ZARATE.**

Coordinación del Proyecto: Colegiado Académico

**PROGRAMA DE ESTUDIOS**  
**Caso de Negocios**

**Equipo de Diseño Curricular**

María Edith Báez Reyes, Fernando Caciano Ortiz, Luis Renato León García, Nohemí Mauleón Quevedo, Rafael Gerardo Mauleón Yáñez, Luis Daniel Olivares Ruíz, Roberto César Xicoténcatl Robles

**Revisión Metodológica**

María Angélica Álvarez Ramos, Gerardo Ángel Chilaca, Verónica Ángel Chilaca, Faustino Javier Cortés López, Margarita Concepción Flores Wong, Jorge Fernando Flores Serrano, Juan Manuel García Zárate, Genaro Juárez Balderas, Sotero Martínez Juárez, María Teresa Notario González, Irma Ivonne Ruiz Jiménez, Juan Jesús Vargas Figueroa, Emilia Vázquez Pacheco

**Estilo**

Leonardo Mauricio Ávila Vázquez, Alejandro Enrique Ortiz Méndez, Cristina Herrera Osorio, Concepción Torres Rojas, Rafael Carrasco Pedraza

**Formato**

Oswaldo Cuautle Reyes, Liliana Sánchez Tobón, Emilio Miguel Soto García.



<b>PROGRAMA ACADÉMICO:</b>	CASO DE NEGOCIOS
<b>SEMESTRE:</b>	CUARTO
<b>COMPONENTE DE FORMACIÓN:</b>	PARA EL TRABAJO
<b>CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO:</b>	MANTENIMIENTO DE PC Y REDES
<b>NÚMERO DE HORAS:</b>	48
<b>CRÉDITOS:</b>	3

## IMPORTANCIA DEL CURSO

En esta asignatura se propone la formulación de un proyecto productivo o de servicios para el mejoramiento del entorno socioeconómico de los educandos, aplicando conocimientos teórico-prácticos, apoyados en principios científicos y tecnológicos. Así mismo se pretende propiciar una convivencia armónica, tanto con la naturaleza como con la sociedad, en las distintas manifestaciones culturales dentro de los lineamientos éticos.

El diseño de un proyecto empresarial representa, para el estudiante, la posibilidad de desarrollar su toma de decisiones enfrentando los riesgos que ello implica. Además, provee información y promueve el análisis que le permita definir su ocupación o su profesión futura.

Dentro del mapa curricular, esta asignatura es subsecuente de Definición y Administración de Proyectos, donde se trabajaron conceptos básicos teóricos para la formulación de un proyecto, de allí que en Caso de Negocios se proponga de manera práctica el diseño de un proyecto empresarial para proveer a la siguiente asignatura (Implementación de Proyectos) de elementos necesarios para su realización.

Las diferentes Capacitaciones para el Trabajo encontrarán en ésta asignatura los insumos necesarios para configurar el proyecto productivo correspondiente, pues mantienen relación estrecha.

Desde el primer horizonte de búsqueda, el alumno debe elegir un rubro y producto que debe estar relacionado a su capacitación y mantenerlo a lo largo del semestre, de tal manera que al finalizar todos los horizontes de búsqueda, esté en la posibilidad de definir la viabilidad de un proyecto empresarial.

Paso a paso, el estudiante irá integrando su Portafolio de Negocios que servirá de base para ejecutarlo en el siguiente semestre



El contenido del programa de Caso de Negocios está estructurado en las siguientes unidades:

**Unidad I: Planeación empresarial**

Define un producto de acuerdo a un estudio y un plan de mercado.

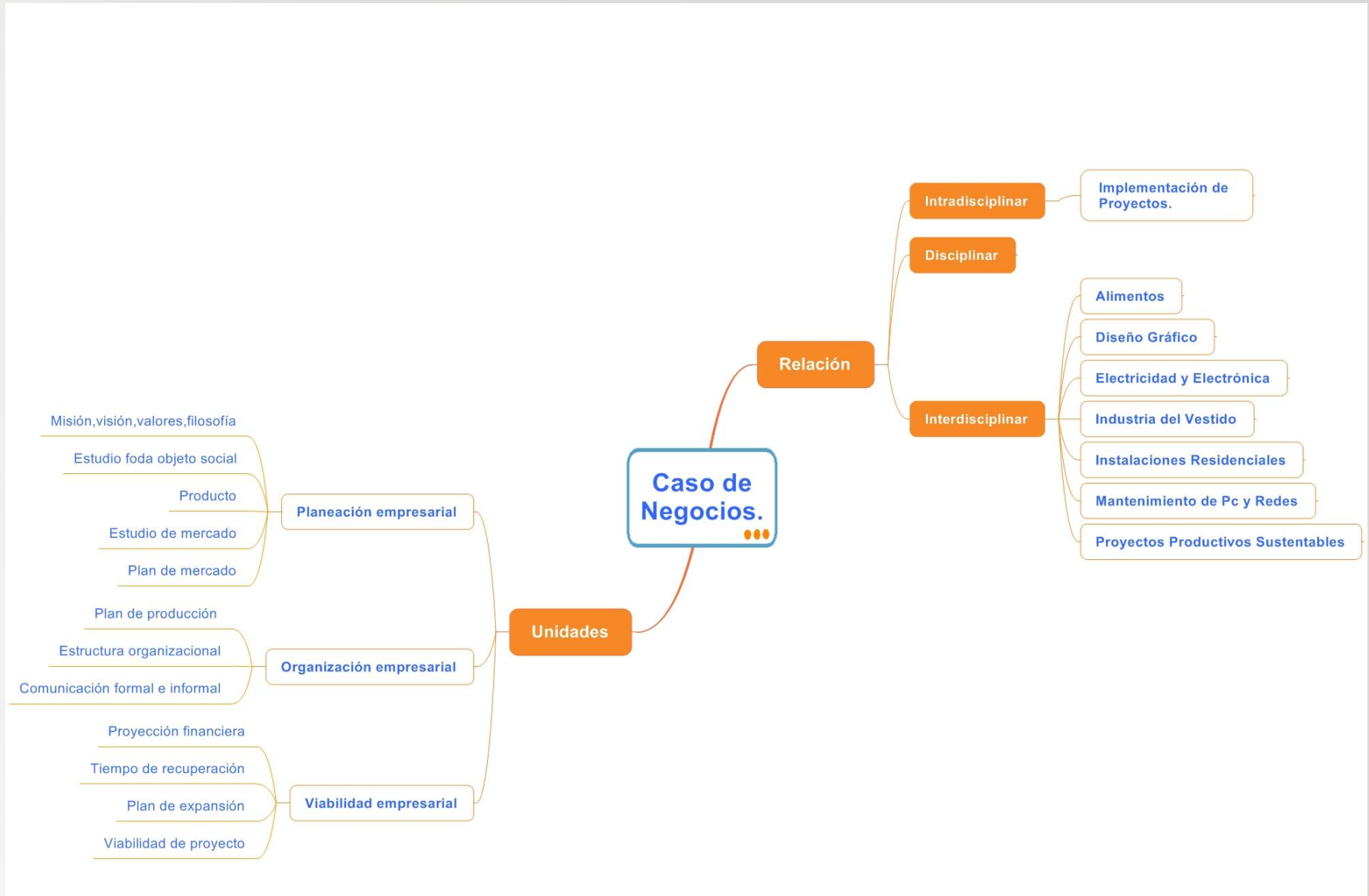
**Unidad II: Organización empresarial**

Realiza una estructura organizacional y un plan de producción bajo lineamientos legales.

**Unidad III: Viabilidad empresarial**

Determina la pertinencia de realizar un proyecto empresarial.





## COMPETENCIAS

El presente programa contribuye particularmente al desarrollo de las siguientes competencias:

### GENÉRICAS

Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.

- Analiza críticamente los factores que influyen en su toma de decisiones.
- Administra los recursos disponibles teniendo en cuenta las restricciones para el logro de sus metas.

Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.

- Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.

- Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.

- Estructura ideas y argumentos de manera clara, coherente y sintética.

Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.

- Define metas y da seguimiento a sus procesos de construcción de conocimiento.
- Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.

Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

- Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.
- Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.
- Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.

- Privilegia el diálogo como mecanismo para la solución de conflictos.
- Contribuye a alcanzar un equilibrio entre el interés y bienestar individual y el interés general de la sociedad.

### PROFESIONALES BÁSICAS

Campo: Administración

- Controla los recursos de la empresa mediante la generación de evidencias escritas, con base en los procedimientos y políticas establecidas.



- Organiza los procedimientos establecidos por la empresa para el abastecimiento, cuidado y distribución de los recursos materiales.
- Diseña procesos de venta para la empresa.
- Diseña investigaciones de mercado para la empresa.
- Analiza las variables macroeconómicas que determinan el ambiente empresarial, para el desarrollo de las empresas
- Aplica los métodos de análisis financieros para determinar la rentabilidad y liquidez de la empresa.
- Realiza la evaluación técnica, económica y financiera de los proyectos productivos.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Los alumnos:

### En el nivel Atender:

- Identificarán los elementos básicos para la elaboración de un proyecto empresarial.

### En el nivel Entender:

- Conceptualizarán la planeación y organización empresariales.

### En el nivel Juzgar:

- Analizarán los factores que intervienen en la integración de un proyecto empresarial.

### En el nivel Valorar:

- Diseñarán un portafolio de negocios.
- Determinarán la viabilidad de una empresa.



## UNIDAD I. PLANEACIÓN EMPRESARIAL

### Resultados de aprendizaje

#### En el nivel Atender, el alumno:

- Identificará los elementos básicos para la proyección de una empresa.

#### En el nivel Entender, el alumno:

- Comprenderá los conceptos de Misión, Visión, Valores, Filosofía, Estudio FODA, Objeto Social, Producto, Nicho de Mercado, Mercado Meta, Imagen Corporativa, Estrategia de Venta y Campaña Mercadológica.

#### En el nivel Juzgar, el alumno:

- Analizará la importancia de los componentes necesarios para la proyección de una empresa.

#### En el nivel Valorar, el alumno:

- Elaborará el plan de mercado de una empresa.

Horizonte de Búsqueda	Niveles de Operación de la Actividad Consciente Intencional			Actividades específicas de aprendizaje Que el alumno:
	Para la inteligencia	Para la reflexión	Para la deliberación	
<b>MISIÓN</b> <b>VISIÓN</b> <b>VALORES</b> <b>FILOSOFÍA</b>	¿Cuál son la misión y visión de una empresa?  ¿Cuáles son los valores y Filosofía de una empresa?	¿Cuál es la importancia de establecer la misión, visión, valores y Filosofía de una empresa?	¿Cuáles son las funciones de la Misión, Visión, Valores y Filosofía de una empresa?	Conteste por escrito e individualmente las siguientes preguntas: <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué responsabilidades tienes como estudiante? ¿Para qué son esas responsabilidades?</li> <li>¿Cómo te ves dentro de uno, tres y cinco años?</li> <li>¿Cuál es el valor que principalmente guía tus acciones?</li> <li>¿Qué acciones realizas para mostrar ese valor?</li> </ol> Elabore cuatro enunciados integrando las respuestas en cada apartado. Lea los conceptos de Misión, Visión, Valor y Filosofía de una empresa y lo relacione con los enunciados elaborados: ¿En qué se parecen? ¿Qué les hace falta para que expresen formalmente la propia misión, visión, valores y filosofía? ¿Por qué es importante tener definidos estos elementos? Grupalmente, determine un rubro al que podría dedicarse una microempresa en la que participen todos, redacte su misión, visión, valores y filosofía. (De acuerdo al contexto, pueden integrarse equipos para determinar su microempresa).





				<p>NOTA: Dicho rubro debe estar relacionado y sustentado por la capacitación para el trabajo que cursa.</p>
<p><b>ESTUDIO FODA OBJETO SOCIAL PRODUCTO</b></p>	<p>¿Qué es un estudio FODA?</p> <p>¿Qué es un objeto social?</p> <p>¿Qué es un producto?</p>	<p>¿Por qué es necesario elaborar el estudio FODA?</p> <p>¿Qué relación hay entre la misión y el objeto social?</p>	<p>¿Cuál es la utilidad de realizar el estudio FODA?</p> <p>¿Cómo se determina el producto de una empresa?</p>	<p>De acuerdo al rubro seleccionado en la actividad anterior, conteste: ¿Qué habilidades y conocimientos tiene cada integrante del equipo que realizaría el trabajo? ¿Dónde se puede aplicar esos conocimientos y habilidades? ¿Cuáles son las carencias de los integrantes del equipo? ¿Cuáles con los riesgos para la aplicación de tus habilidades y conocimientos? ¿Qué producto se ofrecería, como equipo trabajo? ¿En qué contribuyen los conocimientos y habilidades de los miembros del equipo al mejoramiento del entorno?</p> <p>Consulte la bibliografía sobre estudio FODA, objeto social o producto y analice las similitudes con las respuestas a las preguntas planteadas y concrete las respuestas de manera objetiva, ubicándolas como FODA y objeto social o producto.</p> <p>Con base en lo anterior, determine el producto adecuado que debe generar su microempresa aprovechando el espacio sociocultural en que se desenvuelve y la especialización de la capacitación que cursa.</p>
<p><b>ESTUDIO DE MERCADO</b></p>	<p>¿Qué es un nicho de mercado?</p> <p>¿Qué es el mercado meta?</p>	<p>¿Por qué es determinante conocer el nicho de mercado y el mercado meta?</p>	<p>¿Cómo se concreta el nicho de mercado y el mercado meta?</p>	<p>Realice una encuesta en su entorno inmediato en la que sondee preferencias, nivel socioeconómico-cultural, densidad demográfica, hábitos (se recomiendan no más de diez preguntas, cerradas, no inducidas, anónimas) referente al producto determinado en la sesión anterior.</p> <p>Recurra a la información teórica sobre nicho de mercado y mercado meta, y elabore un esquema, relacionándola con los resultados de la encuesta: ¿Cuáles son sus similitudes? ¿Para qué sirve?</p> <p>Con base en lo anterior, y la capacitación para el trabajo que cursa, determine el nicho de mercado y el mercado meta de un producto.</p>
<p><b>PLAN DE MERCADO</b></p>	<p>¿Qué es imagen corporativa?</p> <p>¿Qué es una</p>	<p>¿Cuáles son las ventajas de diseñar la imagen corporativa,</p>	<p>¿Cómo se crea la imagen corporativa, las estrategias de</p>	<p>Grupalmente (o por equipo), diseñe nombre, logotipo y eslogan para el producto seleccionado en el horizonte de búsqueda anterior.</p>



	<p>estrategia de venta?</p> <p>¿Qué es una campaña mercadológica?</p>	<p>las estrategias de venta y una campaña mercadológica?</p>	<p>venta y una campaña mercadológica?</p>	<p>Seleccione las diferentes formas de vender su producto y diseñe la publicidad necesaria para promover el producto.</p> <p>Consulte la bibliografía pertinente para definir los conceptos de Imagen corporativa, estrategias de venta y campaña mercadológica. Elabore un esquema.</p> <p>Compare la información teórica con los trabajos realizados en la primera actividad y modifique lo que sea necesario.</p> <p>Integre un portafolio de evidencias con los resultados vistos en esta unidad orientados al producto o servicio seleccionado, con base en la capacitación para el trabajo que cursa.</p>
--	---	--	---	---

## EVALUACIÓN

CONOCIMIENTOS	PROCESOS Y PRODUCTOS	DESEMPEÑO ACTITUDINAL CONSCIENTE
<p>El alumno demuestre la apropiación de lo siguiente:</p>	<p>El alumno evidencie los procesos y la obtención de los siguientes productos:</p>	<p>El alumno manifieste los siguientes valores y actitudes:</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Misión.</li> <li>• Visión.</li> <li>• Valores.</li> <li>• Filosofía.</li> <li>• Estudio FODA.</li> <li>• Objeto social.</li> <li>• Producto.</li> <li>• Nicho de mercado.</li> <li>• Mercado meta.</li> <li>• Imagen corporativa.</li> <li>• Estrategias de venta.</li> <li>• Campaña metodológica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Misión, visión, valores y Filosofía, de la empresa creada.</li> <li>• Estudio FODA.</li> <li>• Objeto social.</li> <li>• Producto.</li> <li>• Nicho de mercado.</li> <li>• Mercado meta.</li> <li>• Imagen corporativa.</li> <li>• Estrategias de venta.</li> <li>• Campaña metodológica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación.</li> <li>• Reflexión.</li> <li>• Crítico constructivo.</li> <li>• Responsabilidad.</li> <li>• Compromiso.</li> <li>• Trabajo colaborativo.</li> <li>• Respeto.</li> <li>• Tolerancia.</li> <li>• Creatividad.</li> <li>• Iniciativa.</li> </ul>



## UNIDAD II. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

### Resultados de aprendizaje

#### En el nivel Atender, el alumno:

- Identificará los elementos básicos de la organización empresarial.

#### En el nivel Entender, el alumno:

- Conceptualizará el plan de producción, la estructura organizacional y el marco legal de una empresa.

#### En el nivel Juzgar, el alumno:

- Analizará la importancia de establecer el plan de producción y la estructura organizacional para el adecuado funcionamiento de una empresa.
- Verificará las ventajas y desventajas de cumplir con los lineamientos legales en la ejecución de un proyecto empresarial.

#### En el nivel Valorar, el alumno:

- Establecerá un plan de producción empresarial.
- Diseñará una estructura organizacional.
- Elaborará un fluxograma de requisitos legales para una empresa.

Horizonte de Búsqueda	Niveles de Operación de la Actividad Consciente Intencional			Actividades específicas de aprendizaje Que el alumno:
	Para la inteligencia	Para la reflexión	Para la deliberación	
<p><b>PLAN DE PRODUCCIÓN</b></p> <p>Proveedores. Inversión de producción. Costo de producción. Capital de trabajo.</p>	<p>¿Qué son proveedor, inversión de producción, costo de producción y capital de trabajo?</p>	<p>¿Por qué es pertinente la selección adecuada de los proveedores?</p>	<p>¿Cómo se elabora un plan de producción?</p>	<p>En equipo, indague: ¿Dónde puede adquirir lo necesario para elaborar el producto que determinó en las sesiones anteriores? ¿Cuánto cuestan los utensilios para elaborarlo? ¿Cuánto cuesta elaborar un producto? ¿Cuánto cuesta elaborar un lote de producción? Lea en su libro de texto lo relacionado a proveedores, inversión, costo de producción y capital de trabajo y complemente las respuestas a las preguntas iniciales, relacionándolas con los conceptos leídos. Diseñe el plan de producción del producto o servicio que está desarrollando y lo anexe al portafolio de evidencias.</p>
<p><b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b></p> <p>Organigrama. Departamentalización.</p>	<p>¿Qué es un organigrama? ¿Qué se entiende por departamentalización?</p>	<p>¿Qué relación hay entre el organigrama y la departamentalización?</p>	<p>¿Cómo se estructura un organigrama?</p>	<p>Observe las actividades que realizan en su hogar las personas que ahí conviven y conteste las siguientes preguntas: ¿Quién da los permisos? ¿Quién aporta el gasto? ¿Quién distribuye el gasto? ¿Quién mantiene limpia la casa? ¿Quién hace de comer? ¿Quién motiva a los demás para que realicen algo? ¿Quién realiza las compras de víveres? ¿Quién obedece órdenes? Con las respuestas elabore un esquema donde coloque</p>



				<p>jerárquicamente a cada miembro de la familia, según la responsabilidad que le corresponde.</p> <p>Lea información sobre organigrama y departamentalización, y los compare con los datos familiares de la actividad anterior, reorganizándolos de acuerdo a lo leído. Identifique qué departamento empresarial no está representado en las actividades familiares.</p> <p>Comente en equipo la importancia de jerarquizar las funciones tanto en el ámbito familiar como empresarial. Elabore el organigrama y la departamentalización de la microempresa que ha venido desarrollando en las sesiones anteriores y lo agregue al portafolio de evidencias.</p>
<p><b>COMUNICACIÓN FORMAL E INFORMAL</b></p>	<p>¿Cuándo se dice que la comunicación es formal o informal?</p>	<p>¿Cuál es la trascendencia de la comunicación informal?</p>	<p>¿Qué necesidades se cubren mediante la comunicación formal e informal?</p>	<p>Realice la técnica grupal denominada “Guerritas”:</p> <p>El total del grupo se divide en dos equipos para enfrentarse en una “guerrita” de “balas” de papel de periódico (dos por cada integrante de equipo).</p> <p>En un salón vacío, se traza una línea central que divide los “territorios”. Se anotan en el pizarrón las instrucciones: <u>Se lanzarán las “balas” durante dos minutos al territorio enemigo, pierde el equipo que a la orden de “alto” tenga mayor cantidad de “balas” en su área o quien no obedezca las reglas.</u></p> <p>Al terminar el tiempo y lanzar la orden de “alto”, se hace el recuento de balas, seguramente habrá ciertas inconformidades, entonces se plantea una nueva oportunidad, aunque en esta ocasión cada equipo puede acordar estrategias que les permitan ganar.</p> <p>Comente: ¿Qué información era conocida por todos los participantes? ¿Cuál información sólo era conocida por algunos y les llevó a ganar o perder el juego?</p> <p>Lea en su libro de texto la información referente a comunicación formal e informal. Identifique en la dinámica realizada cuándo ocurrió una y cuándo la otra. Retome el organigrama del horizonte de búsqueda anterior y plantee un caso en el que se aplique la</p>



comunicación interdepartamental, de manera formal y otro donde ocurra la informal.

## EVALUACIÓN

CONOCIMIENTOS	PROCESOS Y PRODUCTOS	DESEMPEÑO ACTITUDINAL CONSCIENTE
<p>El alumno demuestre la apropiación de lo siguiente:</p>	<p>El alumno evidencie los procesos y la obtención de los siguientes productos:</p>	<p>El alumno manifieste los siguientes valores y actitudes:</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores.</li> <li>• Inversión de producción.</li> <li>• Costo de producción.</li> <li>• Capital de trabajo.</li> <li>• Organigrama.</li> <li>• Departamentalización.</li> <li>• Comunicación formal e informal.</li> <li>• Lineamientos para apertura y funcionamiento de una empresa.</li> <li>• Lineamientos legales para la producción y comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de producción.</li> <li>• Organigrama.</li> <li>• Fluxograma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación.</li> <li>• Reflexión.</li> <li>• Crítico constructivo.</li> <li>• Responsabilidad.</li> <li>• Compromiso.</li> <li>• Trabajo colaborativo.</li> <li>• Respeto.</li> <li>• Tolerancia.</li> <li>• Creatividad.</li> <li>• Iniciativa.</li> </ul>



### UNIDAD III. VIABILIDAD EMPRESARIAL

#### Resultados de aprendizaje

##### En el nivel Atender, el alumno:

- Identificará mercados alternos y la necesidad de reinvertir de acuerdo al crecimiento.

##### En el nivel Entender, el alumno:

- Comprenderá el punto de equilibrio y el tiempo de recuperación de la inversión de una empresa.

##### En el nivel Juzgar, el alumno:

- Relacionará los resultados del punto de equilibrio con el tiempo de recuperación de una empresa.

##### En el nivel Valorar, el alumno:

- Deducirá la viabilidad de una empresa.

Horizonte de Búsqueda	Niveles de Operación de la Actividad Consciente Intencional Preguntas			Actividades específicas de aprendizaje Que el alumno:
	Para la inteligencia	Para la reflexión	Para la deliberación	
<p><b>PROYECCIÓN FINANCIERA</b></p> <p>Punto de equilibrio.</p>	¿Qué es punto de equilibrio?	¿Por qué es importante el punto de equilibrio?	¿Cómo se aplica la fórmula del punto de equilibrio en situaciones reales?	<p>En equipo, realice la adición de los siguientes costos, con referencia al proyecto que ha venido desarrollando:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Costo de producción</li> <li>2. Costos fijos (luz, agua, gas, mano de obra y en general cualquier servicio necesario para generar el producto).</li> <li>3. Costo de mercadotecnia.</li> </ol> <p>De acuerdo al precio establecido por producto, calcule cuántos tendría que vender para recuperar el total de los costos señalados.</p> <p>Lea en su libro de texto información referente a punto de equilibrio.</p> <p>En equipo, conteste las preguntas: ¿Para qué sirve calcular el punto de equilibrio? ¿Qué pasaría si al final de la venta no se cubren los costos totales? ¿A qué precio y cuántos tendría que vender para no tener pérdidas?</p> <p>Con base a la información leída, realice ajustes al punto de equilibrio calculado inicialmente, de ser necesario, e intégrele al portafolio.</p> <p>Con base a la información anterior, elabore una proyección financiera encontrando el punto de equilibrio para saber cuánto tiene que vender del producto o</p>



				servicio proyectado e intégrelo al portafolio de evidencias.
<b>TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>	¿A qué se denomina y cómo se calcula el tiempo de recuperación?	¿Qué ocurriría si el tiempo de recuperación fuera demasiado amplio?	¿Para qué sirve calcular el tiempo de recuperación?	<p>Tome el punto de equilibrio calculado en la sesión anterior y aumente algunas unidades o determine un precio más elevado, con la intención de conseguir alguna ganancia que permita recuperar, poco a poco, el costo de inversión.</p> <p>Determine el tiempo en que sería vendida dicha cantidad de producto.</p> <p>Calcule, con base en esa ganancia, cuánto tiempo habrá de transcurrir para terminar de recuperar la inversión.</p> <p>Lea información referente a tiempo de recuperación.</p> <p>Grupalmente comente: ¿cuál sería el tiempo óptimo para recuperar una inversión?</p> <p>Analice los cálculos ya realizados y complémntelos o ajústelos a los lineamientos leídos e intégrelos al portafolio.</p>
<b>PLAN DE EXPANSIÓN</b>  Mercados alternos Crecimiento-reinversión	¿Qué es un mercado alternativo?  ¿Qué relación hay entre crecimiento y reinversión?	¿Qué posibilidades ofrece la identificación de un mercado alternativo?	¿Con base en qué situaciones reales es recomendable la reinversión?	<p>En equipo, considerando el punto de equilibrio y el tiempo de recuperación, conteste: ¿En qué tiempo sería recomendable buscar otros mercados y volver a invertir?</p> <p>Localice bibliografía sobre mercados alternos y reinversión con base en crecimiento, lea y redacte conclusiones.</p> <p>Grupalmente, analice las ventajas de identificar un mercado alternativo para el crecimiento de su microempresa.</p> <p>Elabore una lista de posibles fuentes de financiamiento.</p>
<b>VIABILIDAD DE PROYECTO</b>	¿Qué es viabilidad de proyecto?	¿Por qué es importante determinar la viabilidad de un proyecto?	¿Qué argumentos relacionados al trabajo y ganancia determinan la viabilidad de una empresa?	<p>Grupalmente, retome del portafolio de negocio, los documentos relacionados al punto de equilibrio y el tiempo de recuperación. Analice los resultados y argumente si le parece viable realizar el proyecto que ha venido construyendo.</p> <p>Redacte el dictamen de viabilidad del proyecto y anéxelo al portafolio.</p> <p>NOTA: Este portafolios será el documento rector de las</p>



acciones de la asignatura siguiente: "Implementación de proyectos" que se cursará durante el quinto semestre.

## EVALUACIÓN

CONOCIMIENTOS	PROCESOS Y PRODUCTOS	DESEMPEÑO ACTITUDINAL CONSCIENTE
<p>El alumno demuestre la apropiación de lo siguiente:</p>	<p>El alumno evidencie los procesos y la obtención de los siguientes productos:</p>	<p>El alumno manifieste los siguientes valores y actitudes:</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Punto de equilibrio.</li> <li>• Tiempo de recuperación.</li> <li>• Mercados alternos.</li> <li>• Crecimiento-reinversión.</li> <li>• Viabilidad de proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cálculo del punto de equilibrio.</li> <li>• Cálculo del tiempo de recuperación.</li> <li>• Viabilidad de proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación.</li> <li>• Reflexión.</li> <li>• Crítico constructivo.</li> <li>• Responsabilidad.</li> <li>• Compromiso.</li> <li>• Trabajo colaborativo.</li> <li>• Respeto.</li> <li>• Tolerancia.</li> <li>• Creatividad.</li> <li>• Iniciativa.</li> </ul>





## METODOLOGÍA

Si consideramos al método como: *El conjunto de operaciones recurrentes e interrelacionadas que producen resultados acumulativos y progresivos*, se plantea, desde una perspectiva humanista, una metodología que dirija la práctica docente en los cuatro niveles de consciencia del Método Trascendental a la activación de los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Para lograr esa activación, el profesor debe conducir en todo momento el aprendizaje hacia la autoapropiación del proceso por medio de la actividad consciente del alumno. El papel conductor del maestro consiste en la selección y ordenamiento correcto de los contenidos de enseñanza, en la aplicación de métodos apropiados, en la adecuada organización e implementación de las actividades, y en la evaluación sistemática durante los procesos de enseñanza y aprendizaje. Precisamente por eso, la metodología más que exponer y sistematizar métodos, se esfuerza en proporcionar al profesor los criterios que le permiten justificar y construir el método que responda a las expectativas educativas que cada situación didáctica le plantea.

En los programas, la metodología debe adecuarse a los cuatro niveles de consciencia del Método Trascendental:

**Atenta.** Que promueva la recuperación de datos conocimientos previos.

**Inteligente.** Que promueva la generación y manejo de datos y conceptos.

**Crítica.** Que promueva la generación de juicios de hechos y la participación crítica y reflexiva.

**Libre-responsable.** Que promueva la generación de juicios de valor, toma de decisiones.

### Criterios generales para convertir la práctica docente en:

<p><b>Atenta</b></p>	<p><b>El docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica el contexto social en que está inmersa la comunidad educativa.</li> <li>• Considera el horizonte actual de cada alumno: (conocimiento, contexto, habilidades, etc.)</li> <li>• Observa la diversidad cultural de los alumnos.</li> <li>• Detecta las necesidades educativas de la comunidad y de los actores que forman parte de ella.</li> <li>• Revisa los planes y programas de estudios.</li> <li>• Ubica el curso en relación con el plan de estudios, la organización de la institución (aspectos operativos), y las características y expectativas del grupo.</li> <li>• Reconoce las propias competencias.</li> </ul>
<p><b>Inteligente</b></p>	<p><b>El docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propone los resultados de aprendizaje del curso con base en el análisis del entorno (horizonte global).</li> <li>• Planea cada sesión o secuencia didáctica (las actividades) para hacer eficiente el proceso educativo, fortaleciéndolas con investigación o consultas a diversas fuentes de información que le permiten afianzar el manejo de contenidos y facilitan las actividades del aula.</li> <li>• Diseña técnicas grupales que propician el trabajo colaborativo.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motiva al alumno, a través de estrategias que logran despertar su interés.</li> <li>• Selecciona previamente los materiales (lecturas, copias u otros) para el trabajo de cada sesión.</li> <li>• Promueve la interdisciplinariedad.</li> <li>• Guía los procesos en forma contingente.</li> <li>• Entiende la función docente como guía, orientación, acompañamiento.</li> </ul>
<p><b>Crítica</b></p>	<p><b>El docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establece relaciones interpersonales adecuadas, que estimulan la apropiación de conceptos, significados y valores.</li> <li>• Ejerce su papel de mediador, orientador, facilitador y guía.</li> <li>• Fortalece las habilidades, destrezas y actitudes de los estudiantes logrando su autonomía.</li> <li>• Analiza las situaciones que obstaculizan o impiden el logro de los objetivos.</li> <li>• Evalúa en forma continua los conocimientos procesos, productos y el desempeño actitudinal consciente (alumno_ docente) con instrumentos apropiados que le permiten tomar decisiones oportunas.</li> </ul>
<p><b>Libre - Responsabilidad</b></p>	<p><b>El docente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoevalúa periódicamente su práctica docente.</li> <li>• Delibera sobre los resultados del proceso educativo asumiendo su responsabilidad.</li> <li>• Se reconoce como sujeto de aprendizaje y propone innovaciones a los procesos de enseñanza y aprendizaje.</li> <li>• Valora la importancia de los procesos de enseñanza y aprendizaje como medios para favorecer el crecimiento y desarrollo del ser humano.</li> </ul>



## EVALUACIÓN

Como parte del proceso de aprendizaje, la evaluación se realiza antes de iniciar la implementación del programa de estudios. La Evaluación Diagnóstica tiene la finalidad de detectar las necesidades específicas de los estudiantes, de acuerdo al contexto y además, señala pautas para la adecuada planeación didáctica por parte del docente. El resultado de esta evaluación no se traduce en una calificación para el alumno, sino en fortalezas y oportunidades de aprendizaje, asimismo, se realiza al inicio de cada semestre de manera obligatoria.

En las secuencias didácticas que se presentan como modelo para cada horizonte de búsqueda, hay sugerencias implícitas o explícitas para realizar la Coevaluación y la Autoevaluación que permiten desarrollar las competencias de los estudiantes y al mismo tiempo, arrojan datos sobre la calidad y cantidad de los resultados de aprendizaje que se van alcanzando, es decir, se aplican los fundamentos de la Evaluación Formadora.

La heteroevaluación continua aporta información importante tanto para el docente como para el estudiante, permite la retroalimentación y por ello incide tanto en el proceso de enseñanza como en el de aprendizaje.

El Modelo de Evaluación para Bachillerato General Estatal (MOEVA) establece que la evaluación se realizará en tres ejes:

- Conocimientos, que se refiere a la dominación y apropiación de hechos, definiciones, conceptos, principios, ideas, datos, situaciones, teorías, postulados.
- Procesos y Productos, evalúa la calidad de los procesos en la autoconstrucción del aprendizaje, evidenciando los mismos en productos concretos.
- Desempeño Actitudinal Consciente, evalúa las actividades racionales que realiza el estudiante de manera intencional en las que están presentes las actitudes que permiten la asunción de valores y la personalización de las normas hacia una progresiva y auténtica humanización del hombre.

Cada eje tiene precisados, como puede verse en cada columna del apartado de evaluación de cada unidad, los elementos que pueden evaluarse, para que de manera integral se dé lugar a la Evaluación Sumativa.

### Instrumentos sugeridos:

Los siguientes instrumentos pueden utilizarse dependiendo del énfasis que pretenda darse a cada eje de evaluación. Para mayor referencia se recomienda acudir al Manual del MOEVA.

<b>Conocimientos</b>	Uno o varios de los siguientes instrumentos: Escala valorativa ordinal, Escalas valorativa numérica, Prueba objetiva, Exposición oral, Resolución de problemas, Mapa mental, Mapa conceptual, Lista de palabras, Tabla lógica.
<b>Procesos y productos</b>	Uno o varios de los siguientes instrumentos: V Heurística, Método de casos, Proyecto parcial de unidad, Diario de asignatura, Portafolios de productos, Lista de cotejo de productos, Reportes escritos, Cuadernos de trabajo, Periódicos murales, Rejillas de conceptos, Cuadros de doble entrada, Cuadros sinópticos, Fichas de trabajo (síntesis y/o resumen), Estudios de campo, Dibujos y/o collages.
<b>Desempeño Actitudinal Consciente</b>	Uno o varios de los siguientes instrumentos: Guía de observación, Entrevista dirigida semiestructurada, Encuestas, Registro acumulativo, Lista de control, Escala de Likert, Escala de Thurstone, Escala de producción, Rúbrica.



## APOYOS DIDÁCTICOS COMPLEMENTARIOS

- Pizarrón
- Grabadora
- Rotafolio
- Video
- Televisor

## LISTA DE REFERENCIAS

### Bibliografía Básica

- Fred R. David, (2002). *Conceptos de administración estratégica*. México. Pearson Educación.
- Steinter, George A. (2002). *Planeación estratégica*. México. CECSA.
- Silvestre Oramas, Margarita.(1999). *Aprendizaje, Educación y Desarrollo*. Cuba. Pueblo y Educación.
- Hitt, Michael et al. (2002). *Administración Estratégica*. México. International Thomson Editores.
- Ferrell, O. C. et al. (2002). *Marketing*. Editorial Thomson. España.
- Hernández Y Rodríguez, Sergio.(2000). *Fundamentos de Administración*. Mc Graw Hill. México.
- Kotler, Phillip. (2005). *Principios de mercadotecnia*. Editorial Prentice Hall. México.
- Kotler, Phillip. (2005). *Dirección de marketing*. Editorial Prentice Hall. México.
- Montaña García, Agustín.( 2002). *Administración de la producción*. Editorial Pac. México.
- Montaña García, Agustín. (2002). *Productividad*. México.
- Ramírez Padilla, Noel, et al.(2000). *Empresas competitivas*. Mc Graw Hill. México.

### Bibliografía Complementaria

- Astolfi, Jean Pierre.(2004). *El error, un medio para enseñar*. SEP. México.
- Nirenberg, O. et al.(2000). *Evaluar para la transformación*. Paidós. México.
- Schargel, Franklin P.(1997). *Cómo transformar la educación a través de gestión de la calidad total*. Editorial Díaz Santos. España.



## Recursos Web

- Misión visión valores y filosofía. [www.webandmacros.com/Mision\\_Vision\\_Valores\\_CMI.htm](http://www.webandmacros.com/Mision_Vision_Valores_CMI.htm) Octubre 2009
- Estudio FODA, objeto social, producto. [www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/.../foda.htm](http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/.../foda.htm) Octubre 2009
- Estudio de mercado. [www.esmas.com/...mercado/.../estudio-mercado-definicion-estudio-mercado-componentes-del-estudio-mercado](http://www.esmas.com/...mercado/.../estudio-mercado-definicion-estudio-mercado-componentes-del-estudio-mercado) Octubre 2009
- Plan de mercado. [www.rrhh-web.com/.../PLAN%20DE%20MERCADO%20PPT1.pdf](http://www.rrhh-web.com/.../PLAN%20DE%20MERCADO%20PPT1.pdf) Octubre 2009
- Plan de producción. [www.mega-consulting.com/.../planempresa/5\\_produccion.htm](http://www.mega-consulting.com/.../planempresa/5_produccion.htm) Octubre 2009
- Comunicación formal e informal. [www.eumed.net/libros/2007a/221/1e.htm](http://www.eumed.net/libros/2007a/221/1e.htm) Octubre 2009
- Proyección financiera. [www.cce-empresarial.com/index.php](http://www.cce-empresarial.com/index.php) Octubre 2009
- Tiempo de recuperación. [www.cubaindustria.cu/.../Finanzas/.../MEFI-04-05-C.htm](http://www.cubaindustria.cu/.../Finanzas/.../MEFI-04-05-C.htm) Octubre 2009
- Plan de expansión. [www.ppbconsultores.com.mx/.../como-se-disena-el-plan-de-expansion-de-un-negocio](http://www.ppbconsultores.com.mx/.../como-se-disena-el-plan-de-expansion-de-un-negocio) Octubre 2009
- Viabilidad del proyecto. [www.emprendedoresnews.com/.../viabilidad\\_de\\_un\\_proyecto-4874-3.html](http://www.emprendedoresnews.com/.../viabilidad_de_un_proyecto-4874-3.html) Octubre 2009

