



Universidad Autónoma del Estado de México

Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de estudio de la Unidad de Aprendizaje:

Estructura de la PYME



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Licenciatura

Unidad de aprendizaje de Clave

Carga académica
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica

Seriación
UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de UA Curso Curso taller
 Seminario Taller
 Laboratorio Práctica profesional
Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa Escolarizada. Sistema rígido
 Escolarizada. Sistema flexible
 No escolarizada. Sistema virtual
 No escolarizada. Sistema a distancia
 No escolarizada. Sistema abierto
Mixta (especificar).

Formación común
 Actuaría
 Derecho Internacional
 Logística
 Negocios Internacionales

Formación equivalente

UA
Actuaría Derecho Internacional Logística Negocios Internacionales

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

Núcleo de formación: Sustantivo

Área Curricular: Administración

Carácter de la UA: Obligatoria



III. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Analizar el contexto de los negocios internacionales, los factores determinantes de su práctica y los mercados de oportunidad para invertir.

Fomentar acciones de inversión extranjera directa de negocios nacionales mediante un adecuado estudio de los mercados internacionales.

Promover operaciones de intercambio internacional de bienes y servicios en las organizaciones, procurando la optimización de recursos.

Implementar proyectos de negociaciones internacionales socialmente sostenibles y sustentables en beneficio de las organizaciones.

Guiar los procesos empresariales y diversificar sus opciones de inversión con apoyo de instrumentos financieros.

Orientar estratégicamente negocios internacionales para aprovechar oportunidades que contribuyan al progreso del país y a la organización.

Desarrollar programas de comercialización en ámbitos de los mercados internacionales, incorporando aspectos normativos aduaneros, logísticos, bancarios y financieros.

Facilitar las transacciones internacionales con apoyo de las nuevas tecnologías de comunicación y uso de capacidades lingüísticas e interculturales.

Colaborar en el diseño de estrategias relacionados con la producción, el financiamiento y la comercialización de la empresa con el exterior.

Investigar los principales problemas que enfrenta la gestión internacional de las organizaciones e identificar estrategias apropiadas para la inserción internacional de las mismas.

Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollar en el alumno/a el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Identificar la estructura, organización, función y operación de las pequeñas, medianas y grandes empresas, así los mecanismos de promoción y gestión en el mercado global que le ayuden a crear ventajas comparativas en el ámbito internacional.

Aplicar las técnicas y herramientas empresariales vigentes orientadas al diseño y evaluación de proyectos de inversión, visualizando en todo momento mejoras tangibles en las organizaciones por medio de la optimización de recursos, la minimización de riesgos y la maximización de utilidades, así como una mejora de los estándares internacionales requeridos.

Identificar conceptos, teorías, principios y metodologías administrativas que permitan comprender las herramientas de apoyo en las empresas de carácter internacional como mercadotecnia, logística y estudios de mercado internacionales, con la finalidad de ejecutar adecuadamente análisis internos y externos que favorezcan la penetración y consolidación de los negocios en mercados extranjeros.



Aplicar conocimientos sobre el entorno empresarial del desarrollo de franquicias mediante una adecuada planeación estratégica, su relación con las operaciones aduaneras desde el punto de vista administrativo y la aplicación de la teoría general de sistemas.

IV. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Conocer las herramientas básicas para analizar la estructura del sector industrial y de las PYMES en México.

Identificar la problemática de su evolución futura, en la creación y desarrollo de empresas entendiendo el concepto de estrategia.

Investigar posibles fuentes de inversión que potencialicen la creación de negocios.

V. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

1. Conceptos básicos de la empresa
 - 1.1. Clasificación
 - 1.2. Características
 - 1.3. Componentes
 - 1.4. Funciones y criterios de estratificación
 - 1.5. Magnitud de las Pymes
 - 1.6. Importancia de la pequeña y mediana empresa en el entorno social y económico de México
2. Proceso de creación o compra de una empresa
 - 2.1. Ventajas
 - 2.2. Desventajas
 - 2.3. Factores a considerar
 - 2.4. Etapas de desarrollo
3. El perfil de la micro, pequeña y mediana empresa
 - 3.1. Situación actual
 - 3.2. Los programas gubernamentales y privados de financiamiento existentes durante en periodo 1990 – 2010
 - 3.3. Problemas más frecuentes de las Pymes
4. Análisis administrativo y operativo de una empresa de la región
5. El proceso de creación de un plan de negocios
 - 5.1. Concepción
 - 5.2. Características
 - 5.3. Apartados que lo identifican



6. La PYME

- 6.1. Definición, origen y evolución
- 6.2. Importancia en el economía nacional e internacional
- 6.3. Ventajas e inconvenientes
- 6.4. Conceptualización y estructura funcional, caracterización
- 6.5. Retos y oportunidades
- 6.6. Programas de apoyo y fondos
- 6.7. Programas de capacitación, financiamiento, acceso a la tecnología
- 6.8. Pymes y globalización
- 6.9. Estrategias de crecimiento e internacionalización

VI. Acervo bibliográfico

Aburto, Manuel, *Administración por calidad*, CECSA.

Anzola (2001) *Administración de pequeñas empresas*, McGraw-Hill, 1ª Edición.

Longenecker (2007) *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*, Thomson Learning, 13ª Edición.

Munch (2007) *Administración*, Pearson 1ª Edición.

Recuero (2001) *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*, Paraninfo.

Rodríguez, J. (1993) *Como administrar pequeñas y medianas empresas*, ECASA, México.

Rodríguez, J. (2001) *Administración de pequeñas y medianas empresas exportadoras*, Thomson.

Rodríguez, J, *Administración de pequeñas y medianas empresas/ management of small and medium business*, Cengage Learning Latín America.