



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES IZTACALA



LICENCIATURA EN OPTOMETRÍA

Programa de la asignatura

PLAN DE NEGOCIOS APLICADO A UN CONSULTORIO OPTOMÉTRICO

Clave	Semestre 8°	Créditos 6	Área	CLÍNICA		
			Área de conocimiento			
			Etapa			
Modalidad	Curso (X) Taller () Laboratorio () Seminario ()		Tipo	T ()	P ()	T/P (X)
Carácter	Obligatorio (X) Optativo () Obligatorio de elección () Optativo de elección ()			Horas		
	Semana		Semestre			
Teóricas		2	Teóricas		32	
Prácticas		2	Prácticas		32	
Total		4	Total		64	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general

El alumno será capaz de elaborar un plan de negocios de un consultorio optométrico.

Objetivos específicos

El alumno será capaz de:

- Identificar los elementos de un plan de negocios para la apertura de un consultorio optométrico.
- Diseñar un plan de negocios para la apertura de un consultorio optométrico.

Índice temático

Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Creación de nuevos negocios	6	6
2	Análisis del mercado	8	8
3	Operaciones, sistema de negocios y organización	6	6
4	El plan de negocios como herramienta de comunicación	16	8
subtotal		36	28
Total		64	

Contenido temático

Unidad	Tema y subtemas
1	Creación de nuevos negocios 1.1 Plan de negocios. 1.2 Negocio y equipo emprendedor.
2	Análisis del mercado 2.1 Análisis del mercado potencial (actual y proyectado). 2.2 Análisis de la industria optométrica, la competencia y el plan de mercadotecnia.
3	Operaciones, sistema de negocios y organización 3.1 Proceso de operaciones de negocio. 3.2 Revisión del equipo emprendedor. 3.3 Elementos de administración del personal. 3.4 Naturaleza jurídica del negocio y proceso de constitución de una empresa en México. 3.5 Calendario de implementación. 3.6 Análisis cualitativo de oportunidades y riesgos.
4	El plan de negocios como herramienta de comunicación 4.1 Resumen ejecutivo.

	<p>4.2 Organización y presentación escrita del plan de negocios.</p> <p>4.3 Presentación y comunicación de la idea y del plan de negocios a los inversionistas potenciales.</p> <p>4.4 Recomendaciones generales para la presentación del proyecto.</p> <p>4.5 Incubadoras de negocios como apoyo al proyecto y canal de acceso a recursos.</p>
--	---

Actividades didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	(X)	Asistencia	(X)
Otras (especificar)		Otras (especificar) Entrega de prácticas y presentación de plan de negocios.	(X)

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Lic. en Mercadotecnia, administración u optometría
Experiencia docente	Curso de inducción a la docencia
Otra característica	Manejo de planes de negocio o áreas afines

Bibliografía básica:

1. Borello A. El Plan de Negocios de herramientas de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. Santa Fe Bogotá Edit. McGraw Hill; 2000.
2. Chowdhury S. Managment. Siglo XXI. México: Edit. Prentice Hall; 2002.
3. Ferrel y Hirt. Introducción a los Negocios. Venezuela. Edit. McGraw Hill; 2008.

Bibliografía complementaria:

1. Rhonda M. A. The successful business plan: secrets & strategies. USA: The Planning shop; 2000.
2. Fleitman J. Negocios Exitosos. México Edit. McGraw Hill; 2000.
3. Pigueron G. La empresa de Clase Mundial. México: Grupo Editorial Iberoamérica: 1994.
4. Goñi N. El Precio. Variable clave del marketing. España: Prentice Hall; 1999.