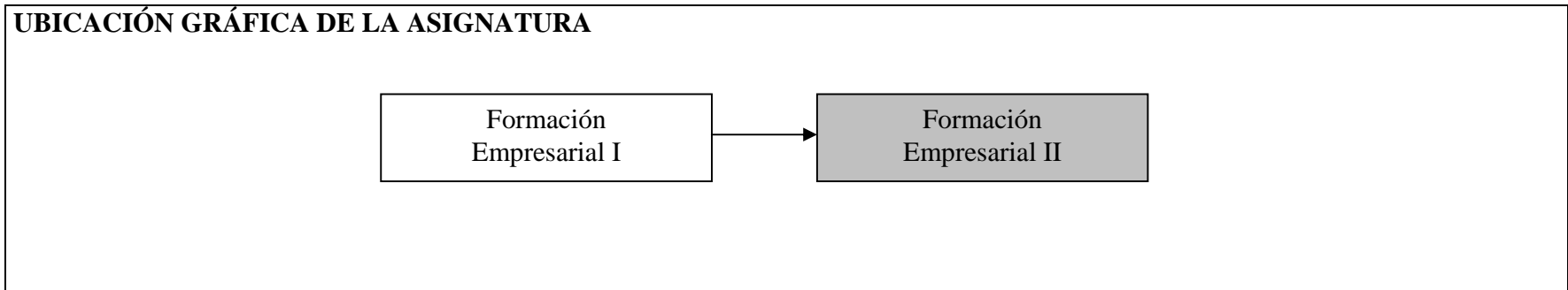


BACHILLERATO GENERAL

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA		FORMACIÓN EMPRESARIAL II	
SEMESTRE	VI	CLAVE	
CRÉDITOS	8		
ASIGNACIÓN DE TIEMPO	64 HORAS		

NÚCLEO DE FORMACIÓN	PARA EL TRABAJO
NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	ADMINISTRACIÓN DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA



FUNDAMENTACIÓN

Educar para el ámbito laboral en el Bachillerato General significa formar estudiantes capaces de ser en el hacer, lo cual se pone de manifiesto en el núcleo de formación para el trabajo que tiene como finalidad preparar al estudiante para desarrollar procesos en un campo laboral específico, por medio de procedimientos, técnicas e instrumentos, además de generar actitudes de valoración y responsabilidad ante esta actividad, lo que le permitirá interactuar en forma útil con su entorno social y los sectores productivos.

El enfoque disciplinario en el que descansa la organización de los contenidos de la Capacitación en Administración y Desarrollo de Negocios se basa en el estudio de los conceptos, principios, técnicas y herramientas de las que se valen la administración, la contabilidad y la mercadotecnia para la gestión de un negocio. Estos elementos se tienen que llevar a la práctica a través de la planeación, inicio y desarrollo de un proyecto de negocio que deberá integrar conocimientos, habilidades y valores adquiridos en cada asignatura de la capacitación, éste deberá ser expuesto, con miras a que en un futuro el alumno pueda crear su propia empresa u obtener un empleo en el área administrativa.

Con base en lo anterior, esta capacitación tiene un enfoque global que apoya al estudiante para que pueda autoemplearse, continuar con sus estudios superiores, superarse personalmente y obtener un empleo en el área.

La Capacitación en Administración y Desarrollo de Negocios que se ofrece en el Bachillerato General, aborda el estudio de los procesos de trabajo relacionados con la administración de las empresas por lo que el objetivo general es que el estudiante sea capaz de proponer y administrar una micro o pequeña empresa, a través de aplicar los elementos teórico-prácticos básicos sobre administración, contabilidad, mercadotecnia, calidad e internet.

Para lograr este objetivo la estructura curricular de la capacitación está organizada de la siguiente manera:

Semestre	Asignatura	Hrs./Semana	Hrs./Semestre	Créditos
	Administración	3	48	6
	Formación Empresarial I	4	64	8
	Planeación de Mercadotecnia I	3	48	6
	Planeación Financiera I	4	64	8
	Calidad e Innovación Tecnológica	3	48	6
	Formación Empresarial II	4	64	8
	Planeación de Mercadotecnia II	3	48	6
	Planeación Financiera II	4	64	8

	Total		28	448	56
--	--------------	--	-----------	------------	-----------

La asignatura de Formación Empresarial II contribuye a que el estudiante cumpla con el perfil de egreso en cuanto a la aplicación de conceptos, elementos y herramientas básicas que intervienen en la creación y puesta en marcha de un proyecto de negocio.

En este curso se abordan los temas relacionados con los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero que comprende un proyecto de inversión.

Esta asignatura se ubica y se imparte en el sexto semestre del Núcleo de Formación para el Trabajo de Administración y Desarrollo de Negocios, lo que le permite al estudiante consolidar e interrelacionar los conocimientos adquiridos de manera genérica en las asignaturas del núcleo.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:

Elaborar una proyecto de negocio, mediante el estudio de la metodología de formulación y evaluación de proyectos de inversión.

--

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVO	CONTENIDO	INSTRUMENTO(S)
-----------------	------------------	-----------------------

<p>Verificar el grado de conocimientos que posee el alumno acerca de formulación y evaluación de proyectos de negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Administración. • Mercadotecnia. • Finanzas. 	<p>Prueba objetiva que incluya conceptos tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Administración. -Misión. -Visión. -Justificación. -Programa de trabajo. -Estructura Organizacional. -Manuales. -Políticas. • Mercadotecnia. -Oferta. -Demanda. -Mercado. -Producto. -Análisis DAFO. • Finanzas. -Estado de situación financiera. -Estado de resultados. -Análisis financiero.
<p>Verificar el desarrollo del proyecto para su continuidad o replanteamiento del mismo.</p>	<p>-Elementos formales del proyecto como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Justificación. • Descripción de la empresa. • Análisis DAFO. • Diagrama de Gantt. • Investigación de mercados. 	<p>Revisión de proyecto a efecto de determinar el grado de avance, aclarar dudas y medir el interés para continuar con él.</p>

UNIDAD I: Identificación de un proyecto de inversión.
OBJETIVO: Describir un proyecto de inversión, mediante el estudio de los elementos que lo integran, como se clasifican y las necesidades que satisface.

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
1.1. Proyectos de inversión. 1.1.1. Elementos que lo integran. 1.1.2. Clasificación.	Explicar un proyecto de inversión, mediante el estudio de sus elementos y su clasificación.	-Investigación documental. -Realización de fichas de trabajo acerca de lo que es un proyecto de inversión, los elementos que lo integran y su clasificación. -Exposición del tema.	-Bibliografía.		6, 9
1.2. Diagnóstico regional. 1.2.1. Factores determinantes. <ul style="list-style-type: none"> • Social. • Económico. • Político. 1.2.2. Factores sustentantes. <ul style="list-style-type: none"> • Geográfico. • Climático. • Ecológico. • Tecnológico. • Legal. • Científico. 	Describir las necesidades que satisface un proyecto de inversión, a través del estudio de los factores regionales que intervienen para determinar el éxito del mismo.	-Investigación documental. -Análisis de los factores determinantes y sustentantes de la región, vinculados con el proyecto seleccionado. -Exposición del análisis de los factores.	-Bibliografía. -Revistas. -Periódicos.	Sumativa -Prueba de ensayo en la que se exponga como afectan los factores regionales a un proyecto de inversión. -Prueba de aplicación de conocimientos en el proyecto de negocio.	6, 9, 19

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD II: Estudio de mercado.
OBJETIVO: Elaborar el estudio de mercado de un proyecto de inversión, mediante el análisis y desarrollo de los elementos que integran su metodología.

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
2.1.Producto. 2.1.1.Descripción. 2.1.2.Funciones. 2.1.3.Características. 2.1.4. Naturaleza. 2.1.5.Sustitutos, competitivos y complementarios. 2.1.6.Subproductos.	Describir el producto a comercializar, mediante el análisis de los factores que influyen en la caracterización del mismo.	-Investigación documental y de campo. -Análisis de los elementos que influyen en la definición del producto a comercializar. -Diseño de un cuadro comparativo de las características del producto propuesto y de los existentes en el mercado que son su competencia o complementarios. -Exposición del tema.	-Bibliografía. -Catálogos de productos.		11, 13
2.2.Área de mercado. 2.2.1.Características de las unidades demandantes. 2.2.2.Segmentación y mercado meta. 2.2.3.Ubicación de las unidades demandantes.	Describir los clientes potenciales de un producto, mediante el estudio de las características y ubicación del mercado meta.	-Investigación documental y de campo. -Análisis del mercado del producto seleccionado tomando en consideración sus características y ubicación. -Exposición del análisis efectuado.	-Bibliografía. -Plano mercadológico o mercadotécnico.		11, 13

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
<p>2.3.Demanda esperada.</p> <p>2.3.1.Determinación del consumo aparente.</p> <p>2.3.2.Comportamiento histórico y actual de la demanda.</p> <p>2.3.3.Tendencia futura de la demanda.</p> <p>2.3.4.Demanda proyectada.</p>	<p>Predecir la demanda de un producto, mediante el análisis de sus datos históricos, situación actual y tendencias en el mercado.</p>	<p>-Investigación documental y de campo.</p> <p>-Análisis de la demanda del producto seleccionado.</p> <p>-Elaboración de pronósticos sobre la demanda del producto.</p> <p>-Exposición del análisis y del pronóstico de la demanda.</p>	<p>-Bibliografía.</p> <p>-Censos económicos y de población.</p>		2, 9, 11
<p>2.4.Oferta esperada.</p> <p>2.4.1.Determinación de las unidades productoras.</p> <p>2.4.2.Comportamiento histórico y actual de la oferta.</p> <p>2.4.4.Tendencia futura de la oferta.</p> <p>2.4.5.Oferta proyectada.</p> <p>2.4.6.Identificación y análisis de la competencia.</p>	<p>Predecir la oferta de un producto, mediante el análisis del mercado en que se ubica.</p>	<p>-Investigación documental y de campo.</p> <p>-Análisis de la oferta del producto seleccionado.</p> <p>-Elaboración de pronósticos sobre la oferta del producto.</p> <p>-Exposición del análisis y del pronóstico de la oferta.</p>	<p>-Bibliografía.</p> <p>-Censos económicos y de población.</p>		2, 9 11

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
2.5.Balance oferta-demanda. 2.5.1.Determinación de la demanda insatisfecha. <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad. • Precio. • Calidad. • Oportunidad. • Atención. 2.5.2.Participación en la demanda. 2.5.3.Identificar el punto de equilibrio.	Determinar el balance entre la oferta y la demanda de un producto, mediante el análisis del mercado, y la participación que tiene la competencia en él.	-Investigación documental y de campo acerca del tema. -Análisis de la demanda insatisfecha con relación al producto seleccionado. -Proyección de la participación esperada en el mercado del producto propuesto -Determinación del punto de equilibrio entre la oferta y la demanda del mercado para el producto seleccionado. -Exposición de resultados.	-Bibliografía. -Censos económicos y de población.		2, 9, 11, 13
2.6.Precio. 2.6.1.Enfoque de mercado. 2.6.2.Enfoque de costos. 2.6.3.Enfoque de rentabilidad.	Elaborar la estrategia de precio del producto a comercializar, mediante el estudio de los enfoques de mercado, costos y rentabilidad.	-Investigación documental. -Determinación del precio del producto a comercializar utilizado los enfoques de mercado, costos y de rentabilidad. -Exposición de los resultados.	-Bibliografía.		2, 9, 11, 13

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
2.7.Comercialización. 2.7.1.Características del producto. 2.7.2.Canales de distribución. 2.7.3.Políticas de ventas. 2.7.4.Promoción.	Elaborar la estrategia de comercialización del producto, mediante el análisis de los canales de distribución, la definición de políticas de ventas y las estrategias de promoción a seguir.	-Investigación documental y de campo. -Determinación de la mezcla promocional a utilizar para comercializar el producto seleccionado que considere: <ul style="list-style-type: none"> • Características físicas. • Distribuidores. • Organización de las ventas. • Promociones. -Exposición del trabajo de mezcla promocional.	-Bibliografía.	Sumativa -Cuestionario que considere: <ul style="list-style-type: none"> • Área de mercado. • Demanda esperada. • Oferta esperada. • Balance oferta-demanda. -Prueba de aplicación de conocimientos en el proyecto de negocio.	2, 9, 11, 13

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD III: Estudio técnico.
OBJETIVO: Elaborar el estudio técnico de un proyecto de inversión, mediante el análisis y desarrollo de los elementos que integran su metodología.

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
3.1.Materia prima. 3.1.1.Características. 3.1.2.Productores. 3.1.3.Disponibilidad.	Determinar la importancia de la materia prima en la elaboración de un producto, mediante el análisis de sus características y su disponibilidad en el mercado.	-Investigación documental y de campo -Definición de la materia prima y fuentes de suministro para el producto seleccionado. -Exposición del trabajo realizado.	-Bibliografía. -Directorios telefónicos comerciales e industriales.		8, 15, 17
3.2.Tecnología. 3.2.1.Maquinaria, equipo, herramientas y utensilios. 3.2.2.Know-how. 3.2.3.Tecnología existente y seleccionada.	Determinar la maquinaria y equipo a utilizar en el negocio, mediante el estudio de los elementos que intervienen en la producción.	-Investigación documental y de campo. -Visita a una empresa similar a la proyectada para observar la tecnología utilizada. -Definir la maquinaria, equipo, herramientas y utensilios demandados por el proyecto. -Reporte de la visita efectuada.	-Bibliografía. -Revistas. -Catálogos. -Guía de observación.		8, 15, 17

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
3.3.Proceso. 3.1.Desarrollo de diagramas del proceso de producción. 3.2.Cuantificación de materiales y energía. 3.3.Distribución de la planta "Lay Out".	Determinar el proceso de producción, mediante el estudio de los elementos que intervienen en la transformación de la materia prima.	-Investigación documental y de campo. -Visita a una empresa similar a la proyectada para observar el proceso de producción y distribución de maquinaria. -Elaboración del diagrama del proceso de transformación de la materia prima en el producto terminado. -Reporte de la visita efectuada.	-Bibliografía. -Guía de observación.		8,15, 17
3.4.Tamaño de la planta. 3.4.1.Capacidad instalada. 3.4.2.Programa de producción.	Determinar el tamaño de una planta, a través del análisis de la capacidad de producción requerida.	-Investigación documental. -Elaboración de un plano que muestre el tamaño y distribución física de la planta para producir el producto. -Elaboración del programa de producción trimestral y anual del proyecto. -Exposición del trabajo realizado.	-Bibliografía. -Papel cuadriculado o milimétrico.		8,15, 17

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
3.5.1.Localización de la planta. 3.5.1.Macrolocalización. 3.5.2.Microlocalización. 3.5.3.Comunicaciones y servicios.	Determinar la localización de la planta, mediante el análisis de los factores geográficos, de comunicaciones y servicios.	-Investigación documental y de campo. -Elaboración de un estudio de evaluación de los factores geográficos, de comunicaciones y servicios que existen en el área geográfica propuesta para ubicar la planta de producción. -Exposición del trabajo.	-Bibliografía. -Mapas cartográficos.		8,15, 17
3.6.Obra civil. 3.6.1.Planos. 3.6.2.Trámites legales. 3.6.3.Cronograma de inversiones.	Determinar la obra civil de un proyecto de inversión, mediante el estudio de los elementos que intervienen en su definición.	-Investigación documental y de campo. -Elaboración de una maqueta con la construcción requerida para la empresa. -Visita a dependencias de gobierno para determinar requisitos legales a cubrir para operar la empresa. -Exposición	-Bibliografía. -Guía de investigación.	Sumativa -Cuestionario que considere: <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima. • Tecnología. • Proceso de producción. • Localización de la planta. • Obra civil. -Prueba de aplicación de conocimientos en el proyecto de negocio.	8,15, 17

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD IV: Estudio administrativo.
OBJETIVO: Elaborar el estudio administrativo de un proyecto de inversión, mediante el análisis y desarrollo de los elementos que integran su metodología.

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
4.1. Persona jurídica. 4.1.1. Tipos de sociedades y requisitos legales para constituir las.	Determinar el tipo de persona jurídica para un proyecto de negocio, mediante el estudio de las diferentes alternativas y requisitos para constituir una empresa.	-Investigación documental del tema. -Diseño de un cuadro relativo a los objetivos, características, similitudes y diferencias de las diferentes formas de constituir legalmente una empresa. -Exposición acerca del tema.	-Bibliografía.		4, 5, 9, 20
4.2.Estructura organizacional. 4.2.1.Misión, visión, valores. 4.2.2.Funciones y subfunciones. 4.2.3. Organigrama general y por área. 4.2.4.Descripción de puestos.	Elaborar la estructura organizacional de un proyecto de negocio, mediante el análisis de los elementos básicos que la constituyen.	-Investigación documental del tema. -Elaboración de la estructura organizacional de un proyecto, considerando los elementos de misión, visión, valores, funciones y subfunciones por área, organigramas general y específicos, descripción de puestos. -Exposición del trabajo realizado.	-Bibliografía. -Apuntes.		4, 5, 9, 20

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
<p>4.3. Instrumentos administrativos.</p> <p>4.3.1. Manuales.</p> <p>4.3.2. Reglamentos.</p>	<p>Elaborar instrumentos administrativos de control, mediante el estudio y caracterización de los elementos que integran los manuales de organización y reglamentos de trabajo.</p>	<p>-Investigación documental y de campo.</p> <p>-Estudio de manuales de organización, de procedimientos y reglamentos de trabajo.</p> <p>-Realización del manual de organización de la empresa proyectada.</p> <p>-Realización del reglamento general de trabajo.</p> <p>-Exposición del trabajo realizado.</p>	<p>-Bibliografía.</p> <p>-Manuales.</p> <p>-Reglamentos.</p>		4, 5, 9, 20
<p>4.4. Personal indispensable para la operación del negocio.</p> <p>4.4.1. Selección.</p> <p>4.4.2. Contratación.</p> <p>4.4.3. Capacitación.</p>	<p>Determinar las características del personal adecuado para un proyecto de inversión, mediante el análisis de su disponibilidad y capacidad.</p>	<p>-Investigación documental y de campo.</p> <p>-Análisis del mercado de trabajo del personal requerido para el proyecto.</p> <p>-Elaboración de un reporte del personal requerido para el proyecto.</p> <p>-Elaboración de una propuesta de programa de capacitación para el personal considerado en el proyecto.</p> <p>-Exposición de resultados del reporte de personal requerido y sus necesidades de capacitación.</p>	<p>-Bibliografía.</p> <p>-Acceso a bolsas de trabajo en internet.</p> <p>-Computadora.</p>	<p>Sumativa</p> <p>-Cuestionario que considere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persona jurídica. • Estructura organizacional. • Instrumentos administrativos. <p>-Prueba de aplicación de conocimientos en el proyecto de negocio.</p>	4, 5, 9, 20

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD V: Estudio financiero.
OBJETIVO: Elaborar el estudio financiero de un proyecto de inversión, mediante el análisis y desarrollo de sus elementos.

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
5.1.Presupuestos. 5.1.1.Presupuestos de inversión. 5.1.2.Presupuestos de egresos. 5.1.3.Presupuestos de ingresos.	Elaborar los presupuestos de un proyecto de inversión, a través del análisis de los datos obtenidos en los estudios previos.	-Lectura analítica del tema. -Elaboración de los presupuestos de inversión, egresos e ingresos del proyecto de negocio -Exposición de los trabajos realizados.	-Bibliografía. -Hojas tabulares. -Estudios de mercado, técnico y administrativo. -Apuntes.		2, 12, 14, 16
5.2. Estados financieros. 5.2.1.Estado de situación financiera. 5.2.2.Estado de resultados.	Elaborar los estados financieros del proyecto de inversión, mediante el análisis de los datos de los estudios previos.	-Lectura analítica del tema. -Elaboración de los estados financieros del proyecto de negocio. -Exposición de los estados financieros realizados.	-Bibliografía. -Hojas tabulares. -Apuntes.		2, 12, 14, 16
5.3.Flujos financieros netos. 5.3.1.Ingresos. 5.3.2.Egresos. 5.3.3.Efectivo.	Determinar el flujo de efectivo del negocio proyectado, mediante el análisis de los ingresos y egresos de los estados financieros.	-Lectura analítica del tema. -Análisis de la importancia de los flujos financieros en la operación de la empresa. -Elaboración del flujo de caja del negocio proyectado. -Exposición del trabajo realizado.	-Bibliografía. -Hojas tabulares. -Apuntes.		2, 12, 14, 16

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

CONTENIDO	OBJETIVO TEMÁTICO	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	APOYOS Y RECURSOS	EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFÍA*
5.4.Principales indicadores económicos. 5.4.1.Punto de equilibrio. 5.4.2.Periodo de recuperación de inversión. 5.4.3.Tasa de rendimiento mínima atractiva. 5.4.4.Valor actual neto. 5.4.5.Tasa interna de retorno.	Determinar la rentabilidad de un negocio, mediante el estudio y aplicación de los principales instrumentos de análisis financiero.	-Lectura analítica del tema. -Elaboración del punto de equilibrio del negocio. -Análisis de la rentabilidad del negocio proyectado, mediante la aplicación de instrumentos de análisis financiero. -Elaboración de un reporte del análisis efectuado.	-Bibliografía. -Hojas tabulares. -Apuntes.	Sumativa -Exposición del proyecto de inversión que contenga los estudios de mercado, administrativo, técnico y financiero, con la participación de un jurado integrado por los docentes que les imparten clase, estudiantes y en caso de ser posible por empresarios.	2, 12, 14, 16

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. Anzola Rojas, Sérvulo. *De la Idea a tu Empresa*. Ed. Limusa.
2. Baca Urbina, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Ed. Mc Graw Hill, México 1996.*
3. Chencay, Richard. *Plan de Negocios*. Ed. Prentice Hall.
4. Desarrollo empresarial de Monterrey A.C. *Desarrollo de Emprendedores*. Ed. Mc Graw Hill.*
5. Don Heriesel. *Administración. Soluciones Empresariales*. Ed. Limusa.*
6. Gerónes, Eva Clara y Salazar Poot, Lucio. *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Ed. Nafinsa, SNC.
7. Goldratt. *La meta*.
8. H.B., Maynard. *Manual de Ingeniería Industrial*.*
9. Hernández H., Abraham/H. Villalobos, Abraham. *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Ed. ECAFSA.*
10. Herseg, Paul y Blanchars, Ken H. *Estilo eficaz de dirigir*. Ed. IDH ediciones.
11. Hiebing, Roman, Cooper, Scott W. *Cómo Preparar Un Exitoso Plan De Mercadotecnia*. Ed. Mc Graw Hill*
12. Huerta Ríos, Ernestina/Siu Villanueva, Carlos. *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Ed. IMCP.*
13. Kotler Philip. *Administración de Mercadotecnia*. Ed. Prentice Hall, México 1995.
14. Lara Flores, Elías. *Primer Curso de Contabilidad*. Ed. Trillas.*
15. Monks Joseph G. *Administración de Operaciones*. Mc Graw Hill, México 1995.*

* CLAVE DE LA BIBLIOGRAFÍA

16. Moreno Fernández, Joaquín. *Contabilidad Básica*. Ed. IMCP*
17. Nacional Financiera. *Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México 1995.*
18. Nacional Financiera. *Competitividad de la Empresa Mexicana*. México 1995.*
19. Sapag Chain Nassir, Sapag Chain Reynaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Ed. Mc Graw Hill, México 1995.*
20. SECOFI. *Guías Empresariales*.*

* BIBLIOGRAFÍA BÁSICA