

REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 MINISTERIO DE LA DEFENSA
UNEFA
 CENTRO DE INVESTIGACIONES Y DE POSTGRADO

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL POLITECNICA DE LA FUERZA ARMADA NACIONAL					
ESPECIALIZACION	GERENCIA DE TELECOMUNICACIONES				TERMINO ACADEMICO
					ELECTIVA
UNIDAD CURRICULAR	DESARROLLO DE PLANES DE NEGOCIOS				CODIGO EGT-010
HORAS SEMANALES	TEORIA	PRACTICA	OTRAS ACTIVIDADES	UNIDADES CREDITO	HORAS/TERMINO
	3			3	42
PROFESOR	SAMIR AZRAK				

1. OBJETIVO TERMINAL
Desarrollar los elementos teóricos de los negocios y las competencias para la ejecución de los planes en apoyo a la Gerencia de Telecomunicaciones.

2. SINOPSIS DE CONTENIDO
Conceptos Básicos. Estructura de un plan de negocio. Estudio de la Competencia. Estrategias. Factores Críticos del Éxito. Plan de Mercadeo. Recursos Humanos. Estrategias de Producción. Recursos e inversiones. Planes de gerencia de las operaciones

3. ESTRATEGIA METODOLOGICA
<ul style="list-style-type: none"> - Exposiciones teórico-prácticas - Análisis y discusión de casos. - Investigación sobre casos, situaciones y/o temas asignados o de interés.

4.- PROGRAMA DETALLADO		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIA
- Conceptualizar los aspectos que conforman un plan de negocios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos Básicos <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Definiciones Generales 1.2 Objetivos básicos 2. Estructura de un plan de negocio <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Resumen ejecutivo 2.2 Introducción 2.3 Análisis e investigación de mercado 2.4 Análisis DOFA 	-Exposiciones teórico prácticas del contenido programado

<p>-Examinar los factores críticos de éxito.</p> <p>-Conceptualizar en los requerimientos de personal, equipos y recursos.</p>	<p style="text-align: center;">2.5 Síntesis</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Estudio de la Competencia 4. Estrategias 5. Factores Críticos del Éxito 6. Plan de Mercadeo 7. Recursos Humanos 8. Estrategias de Producción 9. Recursos e inversiones <ol style="list-style-type: none"> 9.1 Instalaciones e inmuebles 9.2 Maquinas y equipos 9.3 Publicidad y promoción 9.4 Productos 9.5 Capacitación y entrenamiento 9.6 Registros y licencias 10. Planes de gerencia de las operaciones 	<p>-Trabajos de investigación por grupos o individuos, de puntos contenidos en el programa</p>
--	---	--

Bibliografía
AZRAK, Samir. Planes de Negocios. Repro-Inn Editores, Valencia, Venezuela, 2012
KOTLER, Philip. Marketing management. 8 ed. Prentice Hall, New Jersey, 1998
KOTLER, Philip & Gary Armstrong. Mercadotecnia, 6ta. Ed. Prentice Hall, México, 1996
SORIANO, Claudio, Director de Biblioteca de manuales prácticos de marketing, Ed. Diaz de Santos, Madrid, 1990
HUGHES, David. Mercadotecnia. Planeación estratégica. Addison Wesley México, 1986
LAMBIN, Jean J. Marketing estratégico, 2 ed. McGraw Hill, México, 1996
MARCONI, Joe. Estrategias de marketing, para momentos de crisis. Legis, Bogotá, 1992
ALSOP, Ronald & Bill ABRAMS. The wall street journal. Temas de mercadeo. Legis, Bogotá, 1992
FORMAN, Andrew et al. Mercadotecnia en acción, lecturas y casos. Addison, Wesley, Delaware, 1991.
KOTLER, Philip & G. L. LILIEN. Toma de decisiones en mercadotecnia. CECSA, México, 1990

Profesor

Delegado de Curso