

UNIVERSIDAD JUÁREZ DEL ESTADO DE DURANGO

DIVISIÓN DE
ESTUDIOS DE
POSGRADO

FACULTAD DE
ECONOMÍA,
CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN



Universidad Juárez
del Estado de Durango

FECA



COORDINACIÓN ACADÉMICA DE LA DEP



IV. PLAN DE NEGOCIOS.

Componentes de la Modalidad de Titulación Plan de Negocios	
TÍTULO	El Título o subtítulos deben de poseer elocuencia y brevedad, para el caso de la Maestría es recomendable aludir a la Administración y la Mercadotecnia.
RESUMEN EJECUTIVO	Debe de presentar un panorama suficientemente claro de la obra e invitar a su lectura. Vender el proyecto
ÍNDICE	Es un requisito formal, fundamental para la consulta de la obra pues permite conocer su estructura y secuencia.
INTRODUCCION	Descripción de cada uno de los capítulos
MARCO TEÓRICO	Es el cimiento de la propuesta y el argumento conceptual donde se centra el Plan de Negocios. De lo general a lo particular.
METODOLOGÍA	La metodología utilizada para el desarrollo del Plan de Negocios
DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN	Se describe el producto o servicio y se justifica el Plan de Negocios, con el fin de destacar las razones de fondo que hacen viable la propuesta para responder a varias necesidades
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS	Propuesta completa del Plan de Negocios, tal como la marca la tecnología.
CONCLUSIONES VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD	Retomando los resultados del Estudio de Mercado, Recursos Humanos, Maquinaria, Insumos y Análisis Financiero elaborar las conclusiones pertinentes considerando, viabilidad y factibilidad del Plan de Negocios