



Mi Universidad

mapa conceptual

Nombre del Alumno: Gómez Alegría María Esther

Nombre del tema: Reclutamiento de personal

Parcial: Segundo parcial

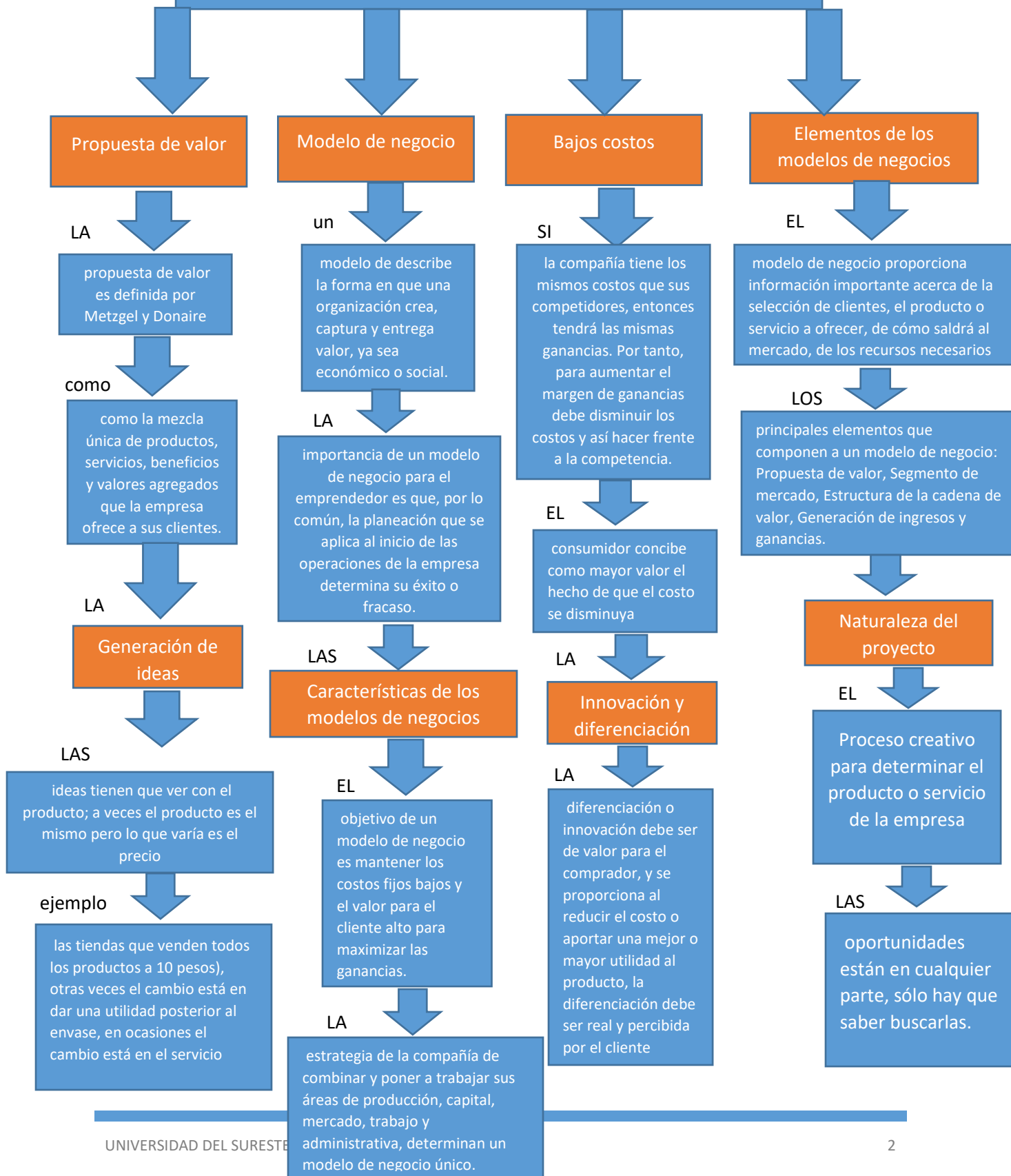
Nombre de la Materia: Taller de emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Mendez Gonzalez

Nombre de la Licenciatura: Psicología general

Cuatrimestre: Noveno

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



Justificación de la empresa

LA

Propuesta de valor

es el producto o servicio que ofrecerá la empresa

es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es su carta de presentación

es el reflejo de su imagen, su sello distintivo

Tipo de empresa

Los **Comercial, Industrial, Servicios.**

TANTO las empresas del giro industrial como las de servicios se subdividen, a su vez, por industria.

Ubicación y tamaño de la empresa

TAMBIEN permite determinar el medio ambiente cercano a ésta.

EL tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno

Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa

ES una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

Misión de la empresa

EL propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.

La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo

La misión debe reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad

Amplia, Motivadora, Congruente

LA misión de una empresa es su tarjeta de presentación, por lo que exige una constante revisión y autoevaluación del funcionamiento.

Visión de la empresa

Es Una visión, debe ser: - Motivadora para todos los integrantes de la empresa. - Clara y entendible. - Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.

Se debe observar las tendencias actuales e investigar hacia dónde se dirige la industria en la que quiere incursiona

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

son Los objetivos son los puntos intermedios de la misión.

este A través de los objetivos, la misión se traduce en elementos concretos, como: • Asignación de recursos (qué). • Asignación de actividades (cómo). • Asignación de responsables (quién). • Asignación de tiempos (cuándo).

LA

Ventajas competitivas

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido.

Ventajas competitivas.

El "únicos" a los productos y/o servicios de la empresa

Es nuevo saborizante para dulces

Distingos competitivos.

Los establece las condiciones actuales de la industria o sector en que participa la empresa.