



UNIVERSIDAD DE SONORA
Unidad Regional Centro
División de Ciencias Económico Administrativas
Departamento de Contabilidad
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Nombre de la Asignatura): Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión					
Clave:	Créditos: 7	Horas totales: 64	Horas Teoría: 3	Horas Práctica: 1	Horas Semana:4
Modalidad: Presencial			Eje de formación: (EE) Especializante		
Elaborado por: Víctor Delgado					
Antecedente:			Consecuente:		
Carácter: (Obligatoria u optativa): Optativa			Departamento de Servicio: Contabilidad		

Propósito:
Ésta asignatura habilita al Licenciado en Mercadotecnia, formular, desarrollar y evaluar proyectos sustentables aplicando herramientas administrativas y métodos de investigación de vanguardia, con un enfoque estratégico, multicultural y humanista, así como, desarrollar las habilidades directivas y de vinculación basadas en la ética y la responsabilidad social, que le permitan integrar y coordinar equipos interdisciplinarios, para favorecer el crecimiento de la organización y su entorno global, poder diseñar sistemas de organización considerando alianzas estratégicas que generen cadenas productivas en beneficio de la sociedad y actualizar conocimientos permanentemente para responder a los cambios globales.

Por ser una asignatura integradora se relaciona con la aplicación práctica de los conocimientos de las asignaturas tales como; contabilidad, administración, derecho, contabilidad y finanzas de negocios, costos, investigación de mercados y desarrollo de productos

Esta asignatura se encuentra en el VII u VIII (Séptimo u Octavo) semestre. pertenece al eje especializante y su carácter es obligatoria

I. Contextualización

Introducción:

Se organiza el temario, en seis unidades, agrupando los contenidos conceptuales de la asignatura, en la primera unidad, se trata desde un punto de vista teórico analizando diferentes metodologías de desarrollo de proyectos propiciando que el estudiante adquiera habilidades para formular ideas de nuevos proyectos innovadores con una metodología única.

En la segunda unidad, se inicia con la aplicación de la metodología para realizar el estudio de mercado que es base fundamental para dar sustento a la creación de proyectos, dicha unidad se aborda de manera teórica-práctica como fundamento para su aplicación posterior en su proyecto.

En la tercera unidad continuando con la metodología establecida se trata el tema de estudio técnico el cual se aborda de manera teórica-práctica dando sustento a la viabilidad técnica en la aplicación de su proyecto.

En la cuarta unidad, se realiza el estudio organizacional, para dar forma a la creación de una empresa como parte de la metodología adoptada para concretar el proyecto.

En la quinta unidad se determinan los costos, se desarrollan y analizan las diferentes herramientas económicas y financieras para determinar la rentabilidad del proyecto, aplicando los diversos métodos de evaluación para este fin.

En la última unidad se aplican los análisis de diferentes escenarios con la finalidad evaluar los riesgos y dar certidumbre al proyecto. De igual forma se implementan Los métodos de seguimiento y control de proyectos.

En el transcurso de las actividades programadas es muy importante que el estudiante aprenda a valorar las actividades que lleva a cabo y entienda que está construyendo su hacer futuro y en consecuencia actúe de una manera profesional; de igual manera, aprecie la importancia del conocimiento y los hábitos de trabajo; desarrolle la precisión y la curiosidad, la puntualidad, el entusiasmo y el interés, la tenacidad, la flexibilidad y la autonomía en la realización de futuros proyectos.

Esta materia es Integradora por su contenido y desarrollo

Perfil del(los) instructor(es):	Profesionista en Mercadotecnia o Administración. Con experiencia en el área específica de la materia. Preferentemente con grado de Maestría. Amplio interés por la enseñanza. Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel profesional.
--	--

II. Competencias a lograr

Competencias genéricas a desarrollar:

- **Capacidad comunicativa.**
 - Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.
 - Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.
 - Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas
- **Compromiso ético.**
 - Actúa de manera propositiva frente a fenómenos de la sociedad y se mantiene informado.
 - Toma decisiones a fin de contribuir a la equidad, bienestar y desarrollo democrático de la sociedad.
- **Habilidades interpersonales.**
 - Afronta y analiza conjuntamente con grupos de interés y pertinencia, situaciones complejas, prácticas y problemas profesionales.
 - Cultiva relaciones interpersonales que contribuyen a su desarrollo humano y el de quienes lo rodean.
 - Hace frente a crisis o conflictos entre personas.

Competencias específicas:

- **Capacidad para la generación de un proyecto de inversión**
 - Demostrar capacidad de emprendimiento. Evaluar ideas de negocios, Valorar oportunidades de mercado, Formular planes de negocios,
 - Organizar recursos, Evaluar el desempeño de la empresa, Proponer estrategias de mejora acorde a las condiciones del entorno, Formular estrategias creativas e innovadoras, Aplicar el pensamiento crítico,
 - Demostrar capacidades de liderazgo, Participar en trabajos colaborativos
- **Habilidad para desarrollar planes estratégicos de mercadotecnia a partir de los recursos de la empresa y a las condiciones del entorno.**
 - Evaluar la efectividad de las estrategias implementadas en la empresa.
 - Formular planes a corto, mediano y largo plazo
 - Analizar críticamente la situación interna y externa de una empresa.
 - Interpretar factores que inciden en el desempeño de la empresa.
 - Manejo numérico, creatividad, comunicación, trabajo equipo, proactivo, toma de decisiones, diseño de instrumentos para evaluar estrategias, capacidad de síntesis, redacción, planeación.
- **Habilidad para establecer una comunicación directa con los clientes actuales y potenciales con el fin de efectuar ventas y cultivar relaciones a corto y largo plazo**
 - Argumentar negociaciones
 - Valorar inteligencia emocional.

Objetivo General:

Integrar y aplicar los conocimientos, metodologías y técnicas adquiridas durante la carrera para la generación de un proyecto viable y factible de ser implementado, que sea innovador y proponga otras alternativas de desarrollo.

Objetivos Específicos:

- Analizar la información para la toma de decisiones en los aspectos técnicos y administrativos, para la operación o comercialización del negocio.
- Crear organizaciones que contribuyan a la transformación económica y social, identificando las oportunidades de negocios en un contexto global coadyuvando con ello a la generación de empleos.
- Diseñar e implementar sistemas de organización considerando alianzas estratégicas que generen cadenas productivas en beneficio de la sociedad.
- Desarrollar las habilidades directivas y de vinculación basadas en la ética y la responsabilidad social que le permitan integrar y coordinar equipos interdisciplinarios para favorecer el crecimiento organización.

Unidades Didácticas:

Unidad I – Contenidos conceptuales.

Unidad II – Estudio de mercado.

Unidad III – Estudio técnico.

Unidad IV – Estudio organizacional

Unidad V – Determinación de los costos

Unidad VI – Análisis de diferentes escenarios con la finalidad evaluar los riesgos y dar certidumbre al proyecto

III. Didáctica del programa

Unidades temáticas

Unidad I. Clasificación, importancia y elementos de los proyectos

El alumno demostrará capacidad de emprendimiento y evaluará ideas de negocios

- I.1.- Concepto e Importancia de los proyectos
- I.2.- Impacto de la formulación y elaboración de Proyectos.
- I.3.- Fases de la formulación de un proyecto
- I.4.- Factores críticos para el éxito del proyecto
- I.5.- La evaluación y monitoreo de los proyectos
- I.6.- Justificación del proyecto.
- I.7 Formato de presentación de un proyecto
- I.8.- Presentación del anteproyecto.

Unidad II. Estudio de mercado

El alumno podrá describir los elementos que inciden en el mercado y valorar oportunidades de mercado.

- II.1 Elaboración de investigación de mercado.
- II.2.- Análisis del mercado (volumen, valor y tendencia)
- II.3.- Análisis de la demanda
- II.4.- Análisis de la oferta
- II.5.- Análisis de la competencia
- II.6.- Estrategia de fijación de precios
- II.7.- Estrategias de comercialización.
- II.8.- Estrategia de Distribución

Unidad III. Estudio Técnico

En esta unidad se explica las partes que integran los planes de negocios.

- III.1 Estructura del estudio técnico.
- III.2.- Descripción técnica del proyecto.
- III.3.- Determinación de la localización (Macro localización y Micro localización)
- III.4.- Tamaño y distribución de la planta
- III.5.- Maquinaria y equipamiento.
- III.6.- Materias primas y materiales.
- III.7.- Factores determinantes de la adquisición de tecnología.
- III.8 Proceso de Producción (Diagramas de flujo. Programas de producción)
- III.9.- Estudio de impacto social y ambiental (Normas técnicas aplicables en Materia de impacto ambiental.)

Unidad IV. – Estudio Administrativo

El alumno será capaz organizar recursos y evaluar el desempeño de la empresa

- IV.1 Constitución legal de la empresa
 - IV.1.1.- Información General de la empresa.
 - IV.1.2.- Obligaciones laborales y de Social aplicables.
- IV.2 Misión, Visión, valores.
- IV.3 Objetivo
- IV.4 Análisis FODA
- IV.5 Estructura Organizacional
- IV.6.- Trámites ante el IMPI, (Instituto Mexicano de Propiedad Industrial)

Unidad V. Estudio económico y financiero

El alumno aplica las técnicas básicas de análisis financiero con apego a la ética

V.1 Estructura del estudio económico

- V.1.1.- Costos de inversión en maquinaria y equipo.
- V.1.2.- Presupuesto de ventas.
- V.1.3.- Presupuesto de producción.
- V.1.4.- Costo de fabricación del producto.
- V.1.5.- Cronograma de inversiones e Instalación.
- V.1.6.- Determinación del capital de trabajo
- V.1.7.- Determinación del punto de Equilibrio y producción mínima.
- V.1.8.- Estados financieros del proyecto. (5 años)
- V.1.9.- Razones financieras.
- V.1.10.- Cálculo del período de recuperación de la inversión.

V.2.- Valor presente neto (VPN)

V.3.- Tasa interna de rendimiento (TIR)

V.4.- Fuentes de financiamiento

Unidad VI. Análisis de diferentes escenarios con la finalidad evaluar los riesgos y dar certidumbre al proyecto

El alumno podrá evaluar el desempeño de la empresa y proponer estrategias de mejora acorde a las condiciones del entorno.

VI.1 Evaluación de Riesgo

VI.2 Indicadores claves

VI.3 Aplicación de herramientas de control y seguimiento de proyectos (redes, Gantt entre otro)

Criterios de desempeño

1. Los reportes de lectura deberán realizarse en documento de texto, con la extensión señalada en cada uno de los casos, usando letra calibrí tamaño 11 con extensión mínima de 2 cuartillas o según sea el caso con espaciado de 1.5. El archivo deberá contener: portada, desarrollo del tema, conclusiones y bibliografía, serán de manera individual en su caso de manera impresa o a través de archivo electrónico, éste
2. Los reportes de práctica deberá ser entregados de forma impresa o vía electrónica, con portada, información relativa al caso, el desarrollo y una breve conclusión. Letra calibrí, tamaño 11, espaciado 1.5.
3. Exámenes parciales deberán ser presenciales por escrito con opción múltiple.

Experiencias de Enseñanza

1. Selección de lecturas sobre el tema
2. Exposición sobre cada uno de los temas.
3. Presentación de temas para debate.
4. Organización de equipos.

Experiencias de aprendizaje.

1. Análisis de lecturas asignadas mediante la entrega de cuadros sinópticos, mapas conceptuales, resúmenes o ensayos.
 2. Exposición audiovisual en clase por equipo.
 3. Participación en debates.
 4. Presentación de examen rápido.
 5. Presentación de examen parcial.
 6. Reporte de prácticas
 7. Evidencias de desempeño o producto.
 8. Reporte de lectura
 9. Rúbrica de control de debate.
 10. Lista de cotejo.
 11. Resultado de examen rápido.
 12. Resultado de examen parcial.
- Reporte de práctica.

Recursos didácticos y tecnológicos (material de apoyo):

1. Laptop del participante y del instructor
2. Cañón
3. Pintarrón
4. Conexión a internet

Estructura curricular del programa educativo

Bibliografía	Básica / Complementaria
Inzunza Inzunza, Formulación y evaluación de proyectos de inversión Editorial Pearson, 2010	Básica
Baca Urbina. Evaluación de Proyectos., Editorial Mc.Graw Hill, 2005.	Complementaria

1. Evaluación Formativa de las Competencias

#	Tipo (C,H,A)	Evidencias a evaluar	Criterios de evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación	Ponderación %
6	C	Reporte de lectura	Completa y correcta	Técnica: Observación Instrumento: Lista de cotejo	10
6	C,H	Dominio de competencias en Exámenes rápidos	Correctos	Técnica: examen escrito Instrumento: Examen de opción múltiple	10
3	C,H,A	Dominio de competencias en Exámenes parciales	Puntos asignados a cada respuesta	Técnica: examen escrito Instrumento: Examen de opción múltiple	40
6	C,H,A	Prácticas intermedias y casos	Completo y correctos	Lista de cotejo ponderada en cuanto a la cantidad y calidad de la práctica	10
6	C,A	Dominio de saberes durante su Participación en debate	Participación activa y asertiva	Técnica: Preguntas y respuestas Instrumento: examen oral con preguntas directas sobre el tema	10
1	C,H,A	Práctica final	Correcta y completa	Técnica: Observación Instrumento: Lista de cotejo ponderada en cuanto a la cantidad y calidad de la práctica	20
				TOTAL	100%

C: Conocimientos H: Habilidades A: Actitudes