

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
FORMATOS DE CURSOS**

Programa Académico	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS				
Curso (Asignatura)	FORMULACION Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS ¹				
Código NRC	1974	Semestre	VIII		
Horas Semanales	TRES	Número de Créditos	TRES		
Ciclo de formación	Dirección y gestión		Jornada	Diurna	Nocturna
					X
Área de formación	Profesional	Área de profundización			
Curso prerrequisito	Mercados, Finanzas	Curso correquisito			
Tipo de curso	Teórico		Práctico		Teórico-práctico
					X

Objetivos de formación:

▪ **General**

Comprender, analizar y aplicar las metodologías existentes para la gestión de proyectos de inversión en sus diferentes fases (identificación, formulación y evaluación) y desde sus diferentes dimensiones (mercados, tecnología, organización, jurídico legal, financiero), a través del desarrollo de un caso práctico orientado a la producción y comercialización, de un bien o un servicio en el contexto nacional o internacional

▪ **Específicos**

- ♣ Comprender y analizar el entorno microeconómico, macroeconómico y del mundo globalizado que incide en la generación de ideas de proyectos, formulación (evaluación ex-ante), operación y evaluación ex-post, de un proyecto.
- ♣ Comprender y realizar un estudio de mercados, su estructura (oferta, demanda, precios, productos, canales) determinantes para determinar la factibilidad de mercado de un nuevo producto servicio.
- ♣ Realizar el estudio técnico y/o tecnológico, así como los procesos de producción e ingeniería de un producto tangible con destino a un mercado objetivo.
- ♣ Diseñar el modelo de gestión administrativa y jurídico legal, direccionamiento estratégico y políticas empresariales para una nueva empresa o gestión de proyectos empresariales.
- ♣ Realizar el estudio financiero y la evaluación económico-financiera para la toma de decisiones sobre su factibilidad y viabilidad.
- ♣ Aplicar los conceptos de formulación y evaluación de proyectos a un caso específico concreto, considerando ideas innovadoras y con valor agregado diferente a los bienes o servicios existentes.

Justificación:

¹ Programa actualizado a 04/08/08 por Nabor Erazo D. www.naborerazo.cjb.net

En el mundo actual, si bien es cierto que la globalización, el creciente comercio internacional y el incremento de la riqueza global se han visto reflejados en la aparición de nuevas oportunidades, también es cierto que cualquier tipo de recursos necesarios para concretar una oportunidad no está disponible en forma ilimitada y en consecuencia, es necesario competir por su obtención. Esto obliga a identificar alternativas que permitan maximizar la creación de valor, potenciando los beneficios y minimizando los riesgos asociados.

Una de estas herramientas se conoce como plan de negocios, que permite realizar un proceso de identificación, diseño, formulación y evaluación de proyectos desde las diversas funciones del saber administrativo: mercados, producción, gestión de tecnologías, organizaciones, aspectos jurídicos y legales, y finanzas.

La elaboración del Plan de Negocio es un requisito necesario para la creación o el desarrollo de la empresa. El Plan de Negocios constituye la "carta de navegación" que orienta al empresario en la toma de decisiones, y es la presentación ante las instituciones financieras y demás entidades o personas que puedan apoyar el proyecto empresarial.

Esta herramienta se convierte en un elemento fundamental para el ejercicio profesional bien sea como consultor, asesor, inversionista o gestor. Además, desde el punto de vista académico, permite al estudiante de Administración comprender, desde un enfoque sistémico, la importancia de las diversas áreas y su aplicación en función del logro de objetivos y estrategias comunes.

Competencias:

Al finalizar el curso, el estudiante debe ser competente para:

- Identificar oportunidades de negocios en un entorno cada vez mas complejo en la sociedad de consumo.
- Articular, desde un enfoque sistémico, las diferentes funciones de la gestión administrativa en función del diseño de un proyecto viable
- Utilizar diferentes herramientas de análisis para estructurar su propia idea de negocios y evaluar su viabilidad comercial, organizacional, técnica, jurídico-legal y financiera.
- Interpretar y argumentar la información estructurada en función del plan de negocios.
- Tomar una decisión sobre la conveniencia o no de realizar una inversión
- Generar actitudes y aptitudes para el trabajo en equipo en función de un objetivo común
- Desarrollar capacidades para gestionar proyectos innovadores, factores claves de consultoría y asesoría profesional.

Contenidos generales:

CAPITULO UNO: FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

- 1.1. Introducción
- 1.2. Conceptos generales
- 1.3. Sistema universal de producción
- 1.4. Sistema económico
- 1.5. microentorno y macroentorno de un proyecto.
- 1.6. Ciclo de vida de un proyecto
- 1.7. El empresario y la idea de negocios
- 1.8. El plan de negocios

CAPITULO DOS: LA NATURALEZA DEL NEGOCIO

- 1.9. La oportunidad de negocios
- 1.10. Antecedentes
- 1.11. Contexto
- 1.12. Justificación
- 1.13. Objetivo general
- 1.14. Objetivos específicos
- 1.15. Metodología
- 1.16. El equipo emprendedor

CAPITULO TRES: EL ESTUDIO DE MERCADOS: MARKETING ESTRATEGICO

- 1.17. Objeivos
- 1.18. Estructura de un mercado
- 1.19. Funciones de oferta y demanda
- 1.20. Segmentación macro y micro
- 1.21. Análisis del atractivo de los segmentos
- 1.22. Oportunidades y amenazas
- 1.23. Objetivos estratégicos
- 1.24. Estrategias de desarrollo, de crecimiento y competitivas
- 1.25.

CAPITULO CUATRO: EL ESTUDIO DE MERCADOS: MARKETING OPERATIVO

- 1.26. Posicionamiento
- 1.27. Marketing mix
- 1.28. Plan de acción para implementar el marketing mix
- 1.29. Presupuesto de ventas

CAPITULO CINCO: EL ESTUDIO TECNICO

- 1.30. Especificaciones del producto
- 1.31. Descripción del proceso productivo
- 1.32. tecnología
- 1.33. Equipo e instalaciones
- 1.34. Materia prima
- 1.35. Proveedores
- 1.36. Capacidad instalada
- 1.37. Ubicación de la empresa
- 1.38. Presupuesto de producción

CAPITULO SEIS: TECNOLOGIAS Y SISTEMAS DE INFORMACION

- 1.39. Las necesidades y los Sistemas de Información
- 1.40. Las tecnologías de información
- 1.41. El plan estratégico

CAPITULO SEIS: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO LEGAL

- 1.42. Direccionamiento estratégico
- 1.43. Estructura organizacional
- 1.44. Funciones
- 1.45. Políticas de personal: procesos de selección, vinculación, calificación y promoción
- 1.46. Aspectos jurídico legales

CAPITULO OCHO: EL ESTUDIO FINANCIERO

- 1.47. El negocio desde el enfoque de gerencia financiera y de creación de valor
- 1.48. Presupuesto de ventas
- 1.49. Presupuesto de producción
- 1.50. Presupuesto de compras
- 1.51. Costos variables
- 1.52. Costos fijos
- 1.53. Estados financieros básicos: BG y ER
- 1.54. Flujo de efectivo
- 1.55. El proyecto sin financiación, criterios de evaluación (VPN, TUR, B/C)
- 1.56. La financiación
- 1.57. El proyecto con financiación, criterios de evaluación

CAPITULO NUEVE: INFORME EJECUTIVO

- 1.58. Resumen de la naturaleza del negocio
- 1.59. Resumen de las estrategias
- 1.60. Conclusiones y recomendaciones

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

El curso se desarrollará mediante exposiciones tipo clase magistral, con participación activa de los estudiantes, quienes habrán leído el paquete de lecturas selectas sobre los temas a tratar en clases. Se ofrecerán asesorías grupales a cada proyecto. Se diseñará un proyecto en sus diferentes etapas, a partir de un tema seleccionado por los alumnos. Se asignarán tareas de investigación, privilegiando las consultas en Internet y la investigación en diversas fuentes primarias y secundarias. Se hará uso de laboratorio de informática y acceso a Internet mediante el blog temático:

<http://formulacionproyectos.wordpress.com/>

Sistemas de evaluación:

Para la evaluación se realizarán procesos de autoevaluación y coevaluación, en donde el profesor, en conjunto con los estudiantes, evaluará el desarrollo de competencias, a partir de los avances en la formulación del plan de negocios. De igual forma, se realizarán procesos de heteroevaluación, realizada por el profesor, a través de exposiciones, talleres y evaluaciones escritas.

FECHAS:

Primer parcial:

Segundo Parcial:

Examen Final:

Bibliografía

Bibliografía básica

- ALCAZAR, Rafael. El emprendedor de éxito, guía de planes de negocios. Editorial McGraw Hill, México, Primera Edición. 2001
- BORELO, Antonio. El Plan de Negocios. McGraw Hill, Segunda Edición, Bogotá, 2001
- KLOTER, Philip y Otros. Dirección de Marketing. Editorial Prentice Hall. Décima edición. Madrid, 2000
- MOKATE, Karen Marie. Evaluación financiera de proyectos de inversión. Universidad de los Andes. Primera edición. Bogotá, 1998

▪ **Bibliografía de referencia**

- BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Cuarta Edición, México.
- MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación y Evaluación. Ediciones MB, 1997.
- SAPAG C, Chain y Otro. Formulación y Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill, 1999.

Hipervínculos de apoyo

<http://www.proexport.gov.co/VBeContent/zeiky/Zeiky.asp>

<http://www.sena.gov.co/Portal/Emprendimiento/Plan+de+Negocios>

<http://www.emprendedores.cl/plan/plan.html>

<http://www.udem.edu.mx/academico>

<http://www.ventures.com.co>

<http://www.dinero.com.ve/plandenegocios.html>

<http://www.estudiobasico.com/emprendedores>

<http://www.emprendedoras.com/emprende/plandenegocio.htm>