UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERIA EN MARKETING
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIOS

Resolución 25/07/05-00 Acta 1215/07/04/2025
ANEXO 01

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Asignatura : Electiva - Evaluación y Desarrollo de Proyectos
2. Horas semanales : 4 horas
   - 2.1. Clases teóricas : 2 horas
   - 2.2. Clases prácticas : 2 horas
3. Total de horas cátedras : 64 horas
   - 3.1. Total de clases teóricas : 32 horas
   - 3.2. Total de clases prácticas : 32 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

La preparación y evaluación de proyectos se constituye en un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en la etapa de asignación de los recursos para implementar iniciativas de inversión. Cualquiera sea la idea que se quiera implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de las personas humanas; en tal sentido, la preparación y evaluación de proyectos surge de la necesidad de valerse de un método racional que permitan cuantificar las ventajas y desventajas que implica asignar recursos escasos y de uso optativo a una determinada iniciativa, la cual necesariamente deberá estar al servicio de la sociedad y el hombre en el que ella vive.

El Ingeniero/a en Marketing, además de tener conocimientos teóricos, debe poseer conocimientos prácticos que le permitan desenvolverse de manera eficiente y eficaz en el área laboral. Para ello, en esta materia se proporcionará al estudiante los criterios, fundamentos y las técnicas de diseño para la formulación y evaluación de proyectos de inversión, de manera tal que pueda estar en capacidad de afrontar el análisis técnico-económico de oportunidades de inversión.

III. - OBJETIVOS

3.1. Al finalizar el semestre el estudiante estará en condiciones de identificar los conceptos inherentes al proceso básico de preparación y evaluación de proyectos de inversión de la empresa.
3.2. Dotar de las principales herramientas de análisis en el campo de estudio de los proyectos de inversión y realizar simulaciones a efectos de determinar la viabilidad de su implementación desde el punto de vista económico y financiero.
3.3 Demostrar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la carrera.
3.4 Aplicar los conceptos fundamentales (técnico-económico) para la elaboración de un proyecto.
3.5. Realizar un estudio de mercado.
3.6 Identificar las etapas del estudio técnico y del desarrollo físico de proyectos.
3.7 Aplicar enfoques de análisis y efectuar el estudio financiero de proyectos.

IV. - PRE-REQUISITOS

De acuerdo con el Proyecto Académico y la elección del número de electiva a cursar, el estudiante deberá cumplir:

Alternativa	Porcentaje de créditos aprobados	Cantidad de créditos requeridos
Electiva I y Electiva II,	60%	193
Electiva III, Electiva IV, Electiva V	70%	225

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

5.1.1 Generalidades de los Proyectos.
5.1.2 Formulación de los proyectos.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

5.2.1 Generalidades de los Proyectos.
5.2.1.1 Definición de proyectos
5.2.1.1.1 Naturaleza de los proyectos de inversión.
5.2.1.1.2 Tipología de los proyectos.
5.2.1.1.3 Ciclo de Vida de los proyectos
5.2.2 Formulación de los proyectos.
5.2.2.1 Antecedentes

5.2.2.1.1 Estrategias Corporativas
5.2.2.1.2 Análisis Situacional de la empresa
5.2.2.2 Plan de Marketing
5.2.2.2.1 Estudio de Mercados
5.2.2.2.2 Estrategia de Mercado
5.2.2.3 Plan de Operaciones
5.2.2.3.1 Estructura Organizativas
5.2.2.3.2 Diseño de Puestos
5.2.2.3.3 Talento Humanos
5.2.2.3.4 Estrategias Operativas (Reglamentos y normas internas)
5.2.2.3.5 Manual Organizacional
5.2.2.3.6 Fluxograma
5.2.2.3.7 Lay Out
5.2.2.3.8 Infraestructura y los equipos
5.2.2.3.9 Principales proveedores.
5.2.2.4 Aspectos Jurídicos.
5.2.2.4.1 Normativas que afectan al proyecto en forma directa al negocio.
5.2.2.5 Plan Financiero
5.2.2.5.1 Inversiones necesarias y Financiación
5.2.2.5.2 Proyección de ingresos
5.2.2.5.3 Proyección de Costos y Gastos
5.2.2.5.4 Capital de trabajo requerido
5.2.2.5.5 Financiamiento del Proyecto
5.2.2.5.6 Depreciación
5.2.2.5.7 Valor beneficio / costo
5.2.2.5.8 Valor actual neto (VAN)
5.2.2.5.9 Tasa interna de retorno (TIR)

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1 Explicación del profesor, desarrollo de clases presenciales.
6.2 Investigación de campo (estudio de mercado).
6.3 Presentación de Informes de avance y del proyecto concluido.
6.4 Asesoría a distancia utilizando la Plataforma EDUCA y/o correo electrónico.
6.5 El 40% de las clases serán destinadas a la investigación (estudio de mercado) es decir trabajos de campo.

VII. - MEDIOS AUXILIARES

7.1 Pizarrón
7.2 Marcadores
7.3 Textos (programas, cronograma, reglamentos y otros)
7.4 PC
7.5 Proyector PC
7.6 CD con informaciones para el estudiante.
7.7 Todos los materiales de esta materia estarán disponibles en la herramienta Dropbox

VIII. - EVALUACIÓN.

La evaluación se realizará de acuerdo a las reglamentaciones vigentes de la Facultad Politécnica FP- UNA.

IX. - BIBLIOGRAFÍA.

- SENEIN, H. 1992. Guía metodológica general para la formulación y evaluación de proyectos inversión social. Caracas.
- F.A.O. 1988. Guía para la capacitación en la formulación de proyectos de inversión agrícola y rural. F.A.O. Roma, Tomos I al V.
- LERDON, J. 2001. Formulación y Evaluación de Proyectos Agrícolas y Agroindustriales. Universidad Austral de Chile, Instituto de Economía Agraria. Serie B, Nº 30, 102 p.
- SAPAG, N. y SAPAG, R. 2000. Preparación y Evaluación de Proyecto. 3a. Ed. México, Mac Graw-Hill. 404 p.