


ASIGNATURA DE GESTIÓN DE PROYECTOS

1. Competencias	Administrar el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, para contribuir a la competitividad y posicionamiento nacional e internacional de la organización.
2. Cuatrimestre	Tercero
3. Horas Teóricas	36
4. Horas Prácticas	69
5. Horas Totales	105
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	7
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno desarrollará ideas de negocios a nivel perfil, haciendo uso de la metodología de formulación y evaluación de proyectos, para aprovechar oportunidades en el mercado y establecer su viabilidad.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Introducción a la formulación de proyectos	5	2	7
II. El estudio de mercado a nivel perfil	6	15	21
III. El estudio técnico a nivel perfil	8	13	21
IV. El estudio financiero a nivel perfil	10	25	35
V. La evaluación financiera a nivel perfil	7	14	21
Totales	36	69	105


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Introducción a la formulación de proyectos
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	2
4. Horas Totales	7
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno identificará los conceptos básicos de la formulación de proyectos, su ciclo de vida, etapas de desarrollo y niveles de profundidad de sus estudios para contextualizar la idea de negocios.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
-------	-------	-------------	-----

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Generalidades de los proyectos	<p>Definir el concepto de proyecto de inversión y la importancia de su elaboración.</p> <p>Identificar los conceptos y características de los proyectos privados y públicos.</p> <p>Describir la relación entre proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - independientes - dependientes: - complementarios - sustitutos - mutuamente excluyentes. <p>Describir las etapas del ciclo de vida de los proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - generación o pre inversión - ejecución o inversión - operación - abandono o cierre del proyecto. 		<p>Ético</p> <p>Responsable</p> <p>Analítico</p> <p>Propositivo</p>
Etapas de la formulación de proyectos	<p>Describir las etapas de la formulación de proyectos o pre inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - estudio de mercado - estudio técnico - estudio organizacional - estudio financiero - evaluación financiera 		<p>Ético</p> <p>Responsable</p> <p>Analítico</p> <p>Propositivo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Niveles de profundidad de los estudios	<p>Describir el concepto y las características de los niveles de profundidad de los estudios de un proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - idea - perfil - prefactibilidad - factibilidad. 	<p>Comparar las actividades por realizar en función del nivel de profundidad de los estudios de un proyecto.</p>	<p>Puntual Crítico Analítico Proactivo Responsable Propositivo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborar un mapa mental que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - concepto e importancia de proyecto de inversión - tipos de proyectos - ciclo de vida de los proyectos - relación entre proyectos - etapas de formulación de proyectos - niveles de profundidad de los estudios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender el concepto e importancia de los proyectos de inversión. 2. Identificar los tipos de proyectos. 3. Comprender la relación entre proyectos y su ciclo de vida. 4. Identificar las etapas de formulación de proyectos. 5. Identificar los niveles de profundidad de los estudios y sus características. 	<p>Mapa mental</p> <p>Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Realización de trabajo de investigación Discusión en grupo Lluvia de ideas	Materiales impresos Equipo multimedia Internet Biblioteca digital Pintarrón Proyector

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. El estudio de mercado a nivel perfil
2. Horas Teóricas	6
3. Horas Prácticas	15
4. Horas Totales	21
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno formulará propuestas técnicas de ideas de negocio para determinar la factibilidad operativa del proyecto.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Definición del producto o servicio	<p>Describir la importancia de la definición del bien o servicio.</p> <p>Reconocer las características y propiedades del bien o servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nombre - marca - diseño - tamaño - color(es) - sabor(es) - textura - empaque - presentación - imagen. 	Proponer bienes y servicios tomando en cuenta todas sus características y propiedades.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Iniciativa</p> <p>Investigador</p> <p>Analítico</p> <p>Creativo</p> <p>Proactivo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Análisis de la demanda	<p>Reconocer el proceso de investigación de mercados.</p> <p>Describir el proceso de caracterización de la demanda:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mercado objetivo - ubicación geográfica - nivel socioeconómico - género - rango de edad. 	Determinar la demanda potencial del bien o servicio.	Responsable Honesto Disciplinado Ético Iniciativa Investigador Analítico Creativo Proactivo Objetivo
Análisis de la oferta	<p>Reconocer el proceso de análisis de la competencia.</p> <p>Describir el proceso de caracterización de la oferta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - competidores - presencia de mercado - calidad de los productos - precios - canales de distribución. 	Determinar la oferta del bien o servicio existente.	Responsable Honesto Disciplinado Ético Iniciativa Investigador Analítico Creativo Proactivo Objetivo
Mezcla de mercadotecnia	<p>Reconocer la mezcla de mercadotecnia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producto - Precio - Plaza - Promoción. 	Desarrollar una propuesta de mezcla de mercadotecnia para un bien o servicio.	Responsable Honesto Disciplinado Ético Iniciativa Investigador Analítico Creativo Proactivo Objetivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
A partir de una idea de negocio, elabora un estudio de mercado que contenga: - descripción del bien o servicio - análisis de la demanda - análisis de la oferta - propuesta de mezcla de mercadotecnia	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender la importancia de la definición del bien o servicio.2. Identificar las características del bien o servicio.3. Analizar la oferta y demanda.4. Identificar los elementos de la mezcla de mercadotecnia.5. Establecer la factibilidad del mercado de la idea de negocios.	Proyecto Rúbrica

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación Agregar aprendizaje basado en proyectos	Computadora Proyector Pintarrón Materiales impresos Internet

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. El estudio técnico a nivel perfil
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	13
4. Horas Totales	21
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno formulará propuestas técnicas de ideas de negocio para determinar la factibilidad operativa del proyecto.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Tamaño y localización del proyecto	<p>Definir los factores que determinan la magnitud del proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tamaño del mercado - zona geográfica - capacidad financiera - tecnológicos - legales - disponibilidad de insumos, materiales y recursos humanos - organizacionales. <p>Describir los factores y el proceso para la determinación de la localización del proyecto.</p>	Determinar el tamaño y localización óptima de proyectos.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Iniciativa</p> <p>Investigador</p> <p>Analítico</p> <p>Creativo</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Ingeniería del proyecto	<p>Describir el proceso de diseño de distribución de planta.</p> <p>Describir el proceso de prestación del servicio.</p> <p>Describir el proceso de manejo de insumos.</p> <p>Comprender la importancia del estudio de impacto ambiental en los proyectos.</p>	Desarrollar una propuesta de ingeniería de proyectos.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Iniciativa</p> <p>Investigador</p> <p>Analítico</p> <p>Creativo</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Infraestructura y equipo	<p>Identificar las características y capacidad de la infraestructura y equipo requerida en el proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - proveedor(es) - precio - capacidad instalada - infraestructura 	Realizar una propuesta de infraestructura y equipamiento.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Iniciativa</p> <p>Investigador</p> <p>Analítico</p> <p>Creativo</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Análisis de proveedores	<p>Describir las necesidades de insumos y materiales del proyecto.</p> <p>Identificar el proceso de evaluación de proveedores.</p>	Seleccionar proveedores de insumos y materiales.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Iniciativa</p> <p>Investigador</p> <p>Analítico</p> <p>Creativo</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Estructura organizacional	<p>Reconocer los elementos de la filosofía organizacional.</p> <p>Reconocer los tipos de estructura organizacional.</p> <p>Explicar la metodología de descripción de puestos.</p>	Realizar una propuesta de estructura organizacional.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Iniciativa</p> <p>Investigador</p> <p>Analítico</p> <p>Creativo</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una idea de negocio, elabora un estudio técnico que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tamaño y localización - ingeniería del proyecto - infraestructura y equipo - justificación de proveedores - estructura organizacional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los factores que determinan el tamaño y localización del proyecto. 2. Identificar el proceso de ingeniería de proyectos. 3. Comprender el proceso de evaluación de proveedores. 4. Identificar la metodología de descripción y perfil de puestos. 5. Presentar una propuesta técnica. 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación Agregar aprendizaje basado en proyectos	Computadora Proyector Pintarrón Materiales impresos Internet Software especializado

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	IV. El estudio financiero a nivel perfil
2. Horas Teóricas	10
3. Horas Prácticas	25
4. Horas Totales	35
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno formulará propuestas financieras de ideas de negocio para proyectar el comportamiento operativo de la idea de negocios.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Presupuesto de capital y fuentes de financiamiento	<p>Identificar la estructura del presupuesto de capital y su proceso de elaboración:</p> <ul style="list-style-type: none"> - inversión fija - inversión diferida - capital de trabajo <p>Identificar las fuentes de financiamiento en proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - internas: capital - externas: públicas y privadas. 	Elaborar presupuestos de capital y de fuentes de financiamiento.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Manejo del estrés</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Presupuesto maestro	Reconocer la estructura del presupuesto maestro y su proceso de elaboración.	Elaborar presupuesto maestro.	Responsable Honesto Disciplinado Ético Organizado Analítico Proactivo Objetivo Capacidad de planeación Manejo del estrés
Proyección de Estados Financieros	Reconocer el proceso de elaboración de estados financieros. Describir el proceso de elaboración de los estados financieros proforma.	Proyectar estados financieros para el horizonte propuesto.	Responsable Honesto Disciplinado Ético Organizado Analítico Proactivo Objetivo Capacidad de planeación Manejo del estrés
Análisis de Estados Financieros	Definir el concepto de análisis e interpretación de estados financieros. Describir los métodos de análisis de estados financieros: - verticales: - porcentos integrales - razones financieras - punto de equilibrio - horizontales: - tendencias - aumentos y disminuciones.	Interpretar la situación financiera de los proyectos para su horizonte de planeación.	Responsable Honesto Disciplinado Ético Organizado Analítico Proactivo Objetivo Capacidad de planeación Manejo del estrés

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una idea de negocio, elaborar un estudio financiero que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - presupuesto de capital - fuentes de financiamiento - presupuesto maestro - estados financieros proforma - análisis de estados financieros 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la estructura del presupuesto de capital y las fuentes de financiamiento. 2. Reconocer la estructura del presupuesto maestro. 3. Comprender el proceso de elaboración de estados financieros proforma. 4. Identificar los métodos de análisis de estados financieros. 5. Realizar estudios financieros. 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Ejercicios prácticos Realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Proyector Pintarrón Materiales impresos Internet Procesador de textos Hojas de cálculo

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	V. La evaluación financiera a nivel perfil
2. Horas Teóricas	7
3. Horas Prácticas	14
4. Horas Totales	21
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno evaluará la rentabilidad de proyectos de negocios para determinar su viabilidad.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Valor del dinero en el tiempo	<p>Identificar el concepto del valor del dinero en el tiempo.</p> <p>Distinguir los conceptos de interés simple e interés compuesto y sus elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tasa - tiempo - valor presente o capital - valor futuro o monto - interés. <p>Describir el proceso de cálculo de interés simple y compuesto.</p>	Calcular el valor del dinero en el tiempo.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Organizado</p> <p>Análítico</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Manejo del estrés</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Tasa de rendimiento esperada mínima aceptable (TREMA)	<p>Explicar el concepto de tasa de rendimiento esperada mínima aceptable (TREMA).</p> <p>Describir los criterios para el establecimiento de la TREMA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - índice inflacionario - tasas líderes - crecimiento del sector 	Establecer la TREMA.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Manejo del estrés</p>
Valor actual neto (VAN)	<p>Explicar el concepto de valor actual neto (VAN).</p> <p>Describir el proceso de cálculo del VAN y sus criterios de decisión.</p> <p>Explicar el procedimiento para calcular el periodo de recuperación de la inversión con flujos descontados.</p>	<p>Calcular el VAN.</p> <p>Estimar el periodo de recuperación de la inversión.</p>	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Manejo del estrés</p>
Tasa interna de retorno (TIR)	<p>Explicar el concepto de tasa interna de retorno (TIR).</p> <p>Describir el proceso de cálculo de la TIR y sus criterios de decisión.</p>	Calcular la TIR.	<p>Responsable</p> <p>Honesto</p> <p>Disciplinado</p> <p>Ético</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Proactivo</p> <p>Objetivo</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Manejo del estrés</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una idea de negocios, elaborar un estudio de pre factibilidad financiera que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - TREMA - VAN - periodo de recuperación - TIR - conclusiones y recomendaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los conceptos de valor del dinero en el tiempo, interés simple y compuesto. 2. Distinguir el concepto y proceso de determinación de la TREMA. 3. Distinguir el concepto y proceso de cálculo del VAN y el periodo de recuperación. 4. Distinguir el concepto y proceso de cálculo de la TIR. 5. Realizar estudio de prefactibilidad financiera. 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


GESTIÓN DE PROYECTOS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Ejercicios prácticos Realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en proyectos	Equipo de cómputo Proyector Pintarrón Materiales impresos Internet Procesador de textos Hojas de cálculo

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


GESTIÓN DE PROYECTOS

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Diagnosticar la situación de la empresa a través del uso de herramientas financieras, administrativas y de investigación, así como análisis de las áreas funcionales, para planificar el proceso de comercialización.</p>	<p>Elabora un diagnóstico de la empresa que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - filosofía organizacional - objetivos organizacionales - análisis financiero: <ul style="list-style-type: none"> - Método vertical <ul style="list-style-type: none"> - razones financieras - porcentos integrales - punto crítico - Método horizontal <ul style="list-style-type: none"> - tendencias - variaciones porcentuales - capacidad instalada - posicionamiento en el mercado - análisis del producto - canales de distribución - competitividad de la fuerza de ventas - comportamiento de la cartera de clientes - percepción de los públicos - identifica fortalezas y debilidades.
<p>Realizar investigaciones de mercados nacionales e internacionales mediante un análisis del entorno y el uso de métodos cuantitativos y cualitativos, para la toma de decisiones comerciales.</p>	<p>Presenta un informe de la investigación de mercados que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - resumen ejecutivo - planteamiento de la investigación (problema, objetivo, hipótesis, metodología de la investigación, propuesta técnica, instrumento para la recolección de información) - recolección y tratamiento de datos - análisis e Interpretación de resultados - conclusiones y recomendaciones

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Formular ideas de negocios nacionales e internacionales a través de la metodología de proyectos de negocios, para aprovechar las oportunidades detectadas.</p>	<p>Presenta un anteproyecto a nivel perfil que contenga: Resumen ejecutivo Definición del bien o servicio Análisis de mercado Análisis técnico: - organizacional - legal - producción - impacto ambiental Análisis Financiero Análisis de prefactibilidad Conclusiones</p>
<p>Elaborar programas de ventas con base en pronósticos de ventas, y mediante el análisis de recursos y el diseño de estrategias, para lograr las metas comerciales.</p>	<p>Elabora un programa de ventas que contenga: - pronóstico - objetivos - metas - estrategias - presupuestos - calendarización de actividades</p>
<p>Supervisar procesos comerciales mediante herramientas de control e indicadores de desempeño, para establecer acciones de mejora y contribuir a la rentabilidad de la organización.</p>	<p>Elabora un reporte que incluye: - tipo de supervisión - instrumentos de control - medición de indicadores del área de ventas - evaluación de la satisfacción del cliente - evaluación del desempeño de la fuerza de ventas - propuestas de mejora.</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

GESTIÓN DE PROYECTOS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Araujo Arévalo, David	(2012)	<i>Proyectos de Inversión</i>	Ciudad de México	México	Trillas ISBN: 9786071710772
Díaz Mata, Alfredo	(2013)	<i>Matemáticas Financieras</i>	Ciudad de México	México	Mc Graw-Hill Interamericana ISBN: 9786071509437
Izar Landeta, Juan Manuel	(2016)	<i>Gestión y Evaluación de Proyectos</i>	México	México	Cengage Learning ISBN: 9786075224596
Kotler, Philip	(2016)	<i>Dirección de Marketing</i>	Ciudad de México	México	Pearson ISBN: 9786073237000
Scott Besley, Eugene F. Brigham	(2016)	<i>Fundamentos de Administración Financiera</i>	México	México	Cengage Learning ISBN: 9786075225272

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	