Facultad de Ingeniería Universidad Nacional de Cuyo			
Asignatura: Proyecto Final de Estudios			
Carrera: Ingeniería de Industrial			
Año: 2018	**Semestre: 10º**	**Horas Semestre: 200**	**Horas Semana: 34**

PROFESORES DE LA CÁTEDRA

Titular:
ADJ: Ing. Alberto Garriga
ADJ: Lic. Mónica García Tello
JTP: Ing. Patricio Gonzalez Viescas
JTP: Ing. Juan Carlos Najul
JTP. Prof.: Ing. Daniel Clerici

2. METAS

Que el alumno:

- Adquiera una visión empresarial y detecte áreas de oportunidad para emprender y desarrollar proyectos.
- Comprenda el marco en el cual se desarrollan los proyectos en una región.
- Conozca y utilice herramientas metodológicas para gestionar proyectos de negocios.
- Desarrolle aptitudes para el análisis y la selección de alternativas, frente a problemas amplios, complejos y de soluciones múltiples.

3. CONTENIDOS:

Unidad 1: Introducción al desarrollo de proyectos

Concepto y su utilidad. El ciclo de vida de los proyectos y sus fases: alcance, calidad, programas, presupuestos. Requisitos: gente, oportunidad, recursos.

De la idea a la evaluación de la oportunidad del negocio: análisis de las viabilidades. Desarrollo de una guía para analizar la oportunidad de comenzar una empresa. Qué implica emprender.

Idea básica del proyecto: Bien o servicio a producir. Identificación del problema. Caracterización y estimación de los siguientes aspectos relacionados con la idea: Mercado consumidor; Mercado competidor; Proceso productivo, hacer y vender; Localización y Tamaño; Inversiones; Ingresos; Costos; Flujo de fondos; Impacto ambiental.

Escenarios para el desarrollo de proyectos: Competitividad y localización de empresas. Enfoque tradicional. Enfoque actual, los aspectos sociales y ambientales. Importancia relativa de los factores de localización La Competitividad sistémica. Los aglomerados Productivos.

Ciencia, Tecnología y Desarrollo: El conocimiento como factor estratégico. Las actividades y el proceso de Innovación. Avance Científico y Desarrollo Tecnológico: El Triángulo de Sábato – Botana. Nociones de Competitividad. El rol de conocimiento y la innovación. Redes Globales y Regionales. Oportunidades comerciales y tendencias a la especialización. Las fuentes de desarrollo de tecnologías para las empresas. Descripción del sector de Ciencia y Tecnología

Desarrollo de emprendedores. Incubación de empresas. Procesos de transferencia. Instrumentos. Situación de Argentina y Mendoza.

Planes de acción para la Implementación: Criterios de selección. Estrategias. Decisión y riesgos. Plan de acción para el marketing. Plan de acción de la producción. Plan de acción de los recursos humanos. Plan de acción de la gestión de la calidad y la mejora continua.

Proyectos de Inversión: definición y clasificación. Tipos de proyectos: derivados de estudios de mercado, ampliaciones y modernizaciones, sectoriales, regionales,

políticos, de nuevos productos. Etapas de un proyecto. Fases técnicas y económicas de un proyecto. Contenidos. Normas. Venture Capital. Private Equity Fund.

Unidad 2: Planeamiento comercial
Presentación de una guía para evaluar el atractivo del negocio: Diagnóstico y estrategia. Etapas de la parte comercial del proyecto: Misión; Diagnóstico del escenario competitivo. Proyección de la demanda. Objetivos y Pirámide estratégica. Presupuesto y programa comercial.
Mercados de consumo vs Mercados industriales. Comercio exterior: introducción a los mercados internacionales, Modelos de Planes de negocio. Comercio electrónico. Gestión de ventas.

Unidad 3: Planeamiento técnico – tecnológico – medio ambiental
El rol del diseño como interfase entre la gestión comercial y la técnica – tecnológica. Ingeniería concurrente. Identificación técnica del producto. Ingeniería de Proyecto, de Proceso, Básica y de Detalle. Selección de la tecnología. Distribución en planta y en terreno. Selección y especificación de máquinas y equipos. Obras civiles. Servicios auxiliares. Determinación de proveedores.
Localización y Tamaño: Fuerzas locacionales. Análisis de la localización. Localización y transportes. Disponibilidad y costo de insumos y recursos. Otros factores. Evaluación del impacto ambiental. Infraestructura. Elección de la ubicación. Selección del emplazamiento. Métodos de determinación de la localización. Tamaño y los otros aspectos del proyecto. Tamaño y mercado. Tamaño, tecnología e inversiones. Tamaño y financiamiento. Otros factores. Definición del tamaño.

Unidad 4: Planeamiento económico – financiero:
Herramientas de gestión contable - económica – financiera: cuadro integrado de datos: balance, indicadores, sensibilidad, flujo de fondos, etc. Fuentes de financiamiento. Análisis de riesgos
Ventas. Otros ingresos. Inversiones: Inversiones fijas - Rubros asimilables - Capital de trabajo. Cronograma de inversiones. Costos. Clasificación. Depreciaciones. Costos fijos y variables. Financiamiento. Criterios Generales. Capital propio o de terceros. Bancos. Financiamiento de proveedores y créditos de exportación. Créditos del comprador. Métodos y criterios de evaluación. Objetivos. Valuación. Homogeneidad. Extensión. Ordenamiento de Alternativas. Decisiones basadas en costos. Proyecciones a moneda constante y corriente. Evaluación como herramienta de análisis de negocios en general. Proyecciones: Estado de Resultados -Flujos de Caja. Relación y consistencia. Evaluación desde un enfoque empresario. Criterios Generales. Objetivos. Áreas de responsabilidad Determinación del punto de equilibrio. Punto Óptimo.
Indicadores de rentabilidad: Tasa de rentabilidad. Tasa de Corte. Tasa Interna de Retorno. Valor Actual Neto. Otros indicadores: económicos – financieros y contables. Análisis de Sensibilidad. Variables controlables y no controlables. Análisis de Riesgo. Decisiones bajo riesgo y bajo incertidumbre. Sensibilidad versus Riesgo. Aspectos Impositivos. Importancia de regímenes de promoción industrial. Influencia de los cambios en la política Fiscal sobre los proyectos.
Valuación de empresas. Venta de Empresas. Fusión. Adquisición. Valor Llave.

4. ASPECTOS DIDÁCTICOS

- Asignatura de promoción directa, la calificación final surge del promedio de las asistencias, los parciales / recuperatorios, de las entregas intermedias del proyecto, evolución del alumno , precoloquio (exposición del proyecto terminado) y el coloquio (la exposición final del proyecto).
- Se toma un examen teórico práctico global con una instancia de recuperatorio al final del cursado.

- Disertaciones especiales sobre avances de los proyectos de los alumnos, experiencias de graduados con emprendimientos de proyectos de negocios, especialistas en temas vinculados a los proyectos como financiamiento, incubación y diseño.
- Los alumnos conforman equipos de trabajo definitivos para esta asignatura de hasta cinco integrantes, a quienes se les asigna un profesor tutor que los guiará en las etapas del proyecto en reuniones de consulta debiendo de manera excluyente los alumnos asistir con un cuaderno de avances del proyecto y una ficha grupal según indique el profesor.
- El tema del proyecto debe ser aprobado por la cátedra mediante la presentación de la guía de la idea del proyecto en el trayecto del mes de agosto.
- Los alumnos que aprobaron el plan de marketing en la cátedra comercialización deben adecuar y actualizar los contenidos a los indicados en la guía de planeamiento comercial y continuar con los planeamientos técnico, tecnológico, económico y financiero.