

	Facultad de Ingeniería - Universidad Nacional de Cuyo PROGRAMA DE ASIGNATURA	
	Asignatura:	PROYECTO
	Carrera:	Ingeniería Industrial
	Año:	2007

OBJETIVOS:

- a) Que el alumno comprenda el marco en el cual se desarrollan proyectos en una región.
- b) Que el alumno conozca y utilice herramientas metodológicas para la formulación y evaluación de proyectos de inversión.
- c) Iniciar al alumno en el trabajo de grupos multidisciplinarios
- d) Que desarrolle aptitudes para el análisis y la selección de alternativas, frente a problemas amplios, complejos y de soluciones múltiples.
- e) Introducir al alumno en el campo de la búsqueda de datos con fabricantes, vendedores, técnicos y proveedores de bienes y servicios.
- f) Contribuir a la formación de ingenieros preparados para el cambio, capacitados para innovar tecnológicamente y con capacidad de generar nuevos emprendimientos.

UNIDAD 1 - Formulación de proyectos

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

UNIDAD 2 - Idea básica del proyecto

Definición del mix de productos o servicios a producir. Breve descripción de las principales actividades del proyecto.- Localización del proyecto. Breve justificación y antecedentes. Riesgo Técnico y Comercial. Objetivo. Grado de desarrollo actual del proyecto. Otras entidades participantes.

UNIDAD 3 - Mercado

Segmentación: Criterios. Condiciones de segmentación. Determinación de segmentos. Operatividad de la segmentación

Factores claves de éxito: Factores claves de éxito de cada segmento y ponderación. Dominio de los factores claves de éxito de cada segmento propio y de los competidores.

Análisis por segmento: Posición relativa de mercado y tasa de crecimiento. Posición competitiva y grado de madurez. Ventajas y atractivo

Marco del concepto de comercialización. Costos e ingresos de comercialización Ventas.

UNIDAD 4 - Ingeniería

Programa de producción y capacidad de la planta. Selección de la tecnología. Selección y especificación de equipos. Disposición en planta. Obras civiles. Mano de obra: directa, indirecta, de administración, recursos: materia prima, materiales, energía eléctrica, combustibles, servicios auxiliares, impacto ambiental.

UNIDAD 5 - Localización

Análisis de la localización. Factores locacionales. Evaluación del impacto ambiental. Infraestructura. Elección de la ubicación. Selección del emplazamiento. Macrolocalización y Microlocalización. Estimaciones de costos vinculados a la localización.

UNIDAD 6 - 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: Nivel meta, Nivel macro, Nivel meso, Nivel micro. Situación de Argentina y Mendoza.

Ciencia, investigación y tecnología, definiciones. Etapas en la generación de conocimientos. Innovación tecnológica. Innovadores. Desarrollo de emprendedores.

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

UNIDAD 7 - Fortalezas y debilidades

Recursos, potencial a desarrollar:

Producción. I+D. Marketing, venta y distribución. Finanzas. Sistemas de información. Recursos humanos. Control de gestión. Estructura organizativa. Sistemas de calidad.

Cadena de valores Actividades principales: Logística interna. Producción Logística externa. Comercialización y venta. Servicios

Actividades de apoyo: Aprovechamiento. Desarrollo tecnológico. Gestión de recursos humanos. Organización.

Cadena de conocimientos

UNIDAD 8 - Amenazas y oportunidades - Matriz FODA

Macroambiente: Tendencias económicas y socioculturales Ambiente político, legal y reglamentario Evolución del sector

Microambiente

Proveedores Clientes Distribuidores Competencia actual Nuevos competidores

Oportunidades y amenazas del ambiente

Matriz FODA

UNIDAD 9 - 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.

UNIDAD 10 - Plan financiero

Ventas Programa de ventas anual.

Inversiones Inversiones fijas - Rubros asimilables - Activo de trabajo - Moneda extranjera en la inversión - Cronograma de inversiones. Financiamiento

Costos Clasificación. Amortizaciones. Costos fijos y variables. Punto de equilibrio Economía de escala.

Evaluación: Estado de resultados proyectos Fuentes y usos. Rentabilidad. Escenarios de riesgo. Análisis de sensibilidad

RÉGIMEN DE EVALUACIÓN

Presentación "Idea de proyecto" para el **15 de setiembre 2004**

1 Evaluación parcial **20 de setiembre de 2004. Recuperatorio 7 de octubre 2004.**

1 Evaluación parcial 28 de octubre 2004, recuperatorio 18 de noviembre 2004 p/ la aprobación de las evaluac. parciales se necesita tener un puntaje mínimo de 70 %. Proyecto final como Trabajo en equipo.

Para la promoción de la materia se deben cumplir los siguientes requisitos:

- 75% de asistencia a clases.
- Aprobar las dos evaluaciones parciales.
- Tener aprobado el proyecto para el 31 de julio de 2005.
- Realizar la presentación final del proyecto una vez aprobado el mismo.

ASPECTOS GENERALES

Temática principal para el año 2004

- Sustitución de importaciones, exportaciones
- Búsqueda de empresa que apoye y colabore con el proyecto
- Innovación tecnológica.
- Los grupos deberán llevar un libro de actividades del proyecto y una hoja de seguimiento.

BIBLIOGRAFÍA:

W. Behrens - P. M. Hawranek: Manual p/ la preparación de estudios de viabilidad industrial. ONUDI. Viena 1994.

George de Sainte-Marie: Dirigir una PYME. Ed. PAIDOS. Buenos Aires 1992

Kenneth J. Albert: Manual de Administración Estratégica. McGraw-Hill. México - 1984

G. Baca Urbina: Evaluación de proyectos. Administración y administración del riesgo. McGraw-Hill - México - 1990.

ONUDI: Pautas para la evaluación de Proyectos. ONUDI. Nueva York - 1972.

Instituto Alemán del Desarrollo: Competitividad sistémica - 1994

NASIR Y R. SAPAG CHAIN: Preparación y evaluación de proyectos. McGraw-Hill México 1990.