

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS
LICENCIATURA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES**

Área de formación: Integradora
Unidad académica: Formulación de proyectos
Ubicación: Noveno semestre
Clave: _____
Horas semana-mes: 8
Horas teoría: 3
Horas prácticas: 5
Créditos: 11

PRESENTACIÓN

Los conocimientos necesarios para proponer ideas innovadoras deben ser formulados con diversas metodologías de proyectos y ser evaluados para su propuesta formal ante las instancias que proporciona recursos económicos para su desarrollo. Saber diseñar la estructura de un proyecto determina en gran medida su factibilidad y su aceptación. Todo esto, es de gran interés para los alumnos del presente curso y otorga posibilidades de competencia laboral a los egresados de esta carrera.

OBJETIVO GENERAL

El alumno relacionará los conocimientos de su área mediante la formulación de un proyecto de tecnologías de información.

UNIDAD I.- MARCO CONCEPTUAL DE LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS

TIEMPO APROXIMADO: 10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Distinguir los conceptos básicos en la concepción de un proyecto.

CONTENIDO

1. Marco conceptual

- 1.1 ¿Qué son los proyectos?
- 1.2 ¿Porqué surgen los proyectos?
- 1.3 ¿De dónde surgen?
- 1.4 ¿Qué tipos existen?
- 1.5 ¿Beneficios de formular un proyecto?
- 1.6 ¿Quiénes lo pueden realizar?
- 1.7 ¿Qué es el ciclo de un proyecto?
- 1.8 ¿Cómo se constituye un proyecto?
- 1.9 ¿Porqué se invierte?
- 1.10 ¿Porqué son necesarios los proyectos?
- 1.11 ¿Qué es la evaluación de un proyecto?

UNIDAD II.- FORMULACIÓN DE PROYECTOS

TIEMPO APROXIMADO: 15 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Aplicar métodos para la construcción de un proyecto.

CONTENIDO

2. Estructura de proyectos

- 2.1 ¿Qué significa elaborar y diseñar proyectos?
- 2.2 Diferencias entre plan, programa y proyecto
- 2.3 Requisitos para la buena formulación de un proyecto
- 2.4 Formular la idea primaria
- 2.5 Determinación de la situación – problema – empresa
- 2.6 Organización de sus ideas
- 2.7 Enfocar la idea
- 2.8 Acotar la idea
- 2.9 Responder al qué, porqué, para qué, cuánto, cómo, dónde, quiénes, a quiénes, con qué se va a realizar, con qué se va a costear
- 2.10 Formular la idea como un proyecto
- 2.11 Aplicar la metodología básica
- 2.12 Ejemplos.

UNIDAD III.- PROYECTOS DE INVERSIÓN

TIEMPO APROXIMADO: 10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Integrar los componentes con base en una metodología para elaboración de un proyecto de inversión.

CONTENIDO

3. Metodología de desarrollo

- 3.1 Proceso de preparación y evaluación de proyectos
- 3.2 Partes generales de la evaluación de proyectos
- 3.3 Evaluación de proyectos como un proceso y sus alcances
- 3.4 Introducción y antecedentes del marco de desarrollo
- 3.5 Estudio de mercado
- 3.6 Estudio técnico
- 3.7 Estudio económico
- 3.8 Evaluación económica
- 3.9 Análisis y administración de proyectos

UNIDAD IV.- PROYECTO EN DESARROLLO

TIEMPO APROXIMADO: 15 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Aplicar la metodología para la preparación y evaluación de un proyecto.

CONTENIDO

4. Desarrollo del proyecto
 - 4.1 Identificación y aplicación de su metodología
 - 4.2 Desarrollo de su proyecto
 - 4.3 Elaboración de la idea primaria
 - 4.4 Construcción de la justificación
 - 4.5 Marco de desarrollo

UNIDAD V.- ESTUDIO DE MERCADO

TIEMPO APROXIMADO: 10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Aplicar un estudio de mercado para la evaluación de un proyecto de inversión de tecnologías de información.

CONTENIDO

5. Estudio de mercado
 - 5.1 Qué es el estudio de mercado
 - 5.2 Cuáles son sus objetivos
 - 5.3 Cuáles son sus elementos que lo integran
 - 5.4Cuál es el producto que lo integra
 - 5.5 Cuáles son los medios del proyecto
 - 5.6 Qué es la demanda
 - 5.7 Qué es la oferta
 - 5.8 Cuáles son los métodos de proyección
 - 5.9 Qué canales de distribución deben de seguirse
 - 5.10 Qué es el análisis de los precios
 - 5.11 Cuáles son los pasos que deben de seguirse
 - 5.12 Selección y aplicación de los instrumentos de investigación
 - 5.13 Análisis de la demanda
 - 5.14 Análisis de la oferta
 - 5.15 Análisis de los precios
 - 5.16 Comercialización del producto
 - 5.17 Conclusión del estudio de mercado

UNIDAD VI.- ESTUDIO TÉCNICO

TIEMPO APROXIMADO: 10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Aplicar un estudio técnico enfocado a la evaluación de un proyecto de inversión de tecnologías de información.

CONTENIDO

6. Estudio técnico
 - 6.1 Ingeniería del proyecto
 - 6.2 Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y tecnología de información y comunicación.
 - 6.3 Marco legal de la empresa, políticas, procedimientos y controles.

- 6.4 Organización y estructura de la administración.
- 6.5 Formulación de estudio técnico.

UNIDAD VII.- ESTUDIO ECONÓMICO

TIEMPO APROXIMADO: 10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Aplicar un estudio económico para la evaluación de un proyecto de inversión de tecnologías de información.

CONTENIDO

- 7. Estudio Económico
 - 7.1 Determinación de costos
 - 7.1.1 Costos de producción
 - 7.1.2 Costos administrativos
 - 7.1.3 Costos de mercadotecnia
 - 7.1.4 Costos financieros
 - 7.2 Determinación de la inversión
 - 7.2.1 Capital de trabajo
 - 7.2.2 Depreciación y amortización
 - 7.2.3 Estado de resultados pro forma
 - 7.2.4 Balance general proyectado
 - 7.3 Formulación del estudio económico

UNIDAD VIII.- EVALUACIÓN ECONÓMICA

TIEMPO APROXIMADO: 10 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Seleccionar una técnica de evaluación económica en su proyecto de inversión de tecnologías de información.

CONTENIDO

- 8. Evaluación económica
 - 8.1 Valor presente neto (VPN)
 - 8.1.1 Definición, ventajas y desventajas.
 - 8.2 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)
 - 8.2.1 Definición, ventajas y desventajas
 - 8.3 Evaluación económica en caso de reemplazo de maquinaria
 - 8.4 Métodos de evaluación que no tienen en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.
 - 8.5 Formulación del estudio de la evaluación económica.

UNIDAD IX.- INTEGRACIÓN FINAL DEL PROYECTO

TIEMPO APROXIMADO: 38 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD: Integrar el proyecto final.

CONTENIDO

- 9.1 Presentación del proyecto
- 9.2 Antecedentes
- 9.3 Estudio de mercado
- 9.4 Estudio técnico
- 9.5 Estudio económico
- 9.6 Evaluación de la inversión

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

- Explicación del uso del sitio electrónico
- Participación activa dentro del sitio
- Uso del correo electrónico para recepción de tareas
- Participación en el foro de discusión
- Identificación de un producto de tecnologías de información y su desarrollo correspondiente
- Identificación de una Institución pública que presente una necesidad de las tecnologías de comunicación e información
- Diseño y desarrollo del proyecto de inversión de las tecnologías de información y comunicación de la institución pública
- Acreditación del desarrollo del producto desarrollado mediante entrega formal al docente y a la empresa
- Acreditación del desarrollo del proyecto en todas sus etapas

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del curso se llevará a efecto mediante la revisión de las tareas semanales, participación en el foro, avance del proyecto y entrega del producto desarrollado de las TIC's.

Exámenes parciales	20%
Trabajos y tareas fuera del aula	20%
Participación activa en concursos	25%
Participación en el foro	10%
Entrega del producto	<u>25%</u>
T o t a l	100%

El punto 4 y 5 deben culminarse, en caso contrario el curso será reprobatorio. Cada punto descrito estará en función de 1 a 100, según la calidad del trabajo, participación, exámenes, asistencia, proyecto y producto; por lo mismo, la calificación de cada rubro estará en función de la pertinencia y calidad de las actividades asignadas.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

SAPAG Puelma, José Manuel., Evaluación de proyectos guía de ejercicios (2000), Editorial, McGraw. Hill, 2ª edición, 2000.

GARCÍA Mendoza Alberto., Evaluación de proyectos de inversión, McGraw Hill, 1998.

SAPAG Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo., Preparación y evaluación de proyectos Editorial McGraw Hill, 4ª. Edición, Colombia, 2000

BACA Urbina Gabriel., Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw Hill. México, 1995

BARAJAS Nova, Alberto. Finanzas para Ingenieros. Pontificia Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá, 1998

PARKINSON, C. N, Rustomji, M. K., y Viera, W. E. Manual Básico de Mercadotecnia. Editorial Diana, México, 1994.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Rutas de Internet y medios electrónicos.