



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE
CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
Secretaría Académica

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA

1. Nombre de la materia

**TÓPICOS AVANZADOS DE MARKETING II
(EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS
DE MERCADOTECNIA)**

2. Clave de la materia

D0885

3. Prerrequisitos

Ninguno

4. Seriación

Ninguno

5. Área de formación

Optativa Abierta.

6. Departamento

Mercadotecnia y Negocios Internacionales

7. Academia

Administración Internacional

8. Modalidad de asignatura

Presencial enriquecida (con apoyos alternativos)

9. Tipo de asignatura

CURSO-TALLER

10. Carga horaria

BCA	10.AMI	11.Global
48	64	112

11. Créditos

7

12. Nivel de formación

Maestría

13.- PRESENTACIÓN

En la planeación de inversiones es de vital importancia el conocimiento de los mercados a satisfacer para adecuar los activos tecnológicos y la estructura administrativa y productiva de la empresa que permita eficientar los recursos, y que todo ello sea plasmado en un estado económico de inversión que permita evaluar de forma correctamente los proyectos. El curso desarrolla en el participante conocimientos, habilidades y capacidad para desarrollar estudios de formulación y evaluación de proyectos de inversión en mercadotecnia con una visión integral y multidisciplinaria.

14.- PERFIL FORMATIVO DEL ESTUDIANTE

Al finalizar el curso el participante será capaz de evaluar y formular proyectos de mercadotecnia en cualquier tipo de empresa dedicada a los negocios internacionales, evaluando la viabilidad técnica, económica y financiera.

15.- OBJETIVOS DEL PROGRAMA

A. Objetivo General: Proporcionar a los participantes los participantes el conocimiento de las teorías, métodos y procedimientos. Así como el dominio de los programas electrónicos y las herramientas financieras que le permitan conocer los diferentes escenarios en la formulación y evaluación de proyectos para tomar decisiones de conveniencia o no de la inversión, culminando con la elaboración de un proyecto de inversión de mercadotecnia.

B. Objetivos Particulares: En los objetivos particulares se contempla la utilización del software para planear, organizar, poner en marcha, dirigir, controlar y cerrar, el trabajo de un proyecto de mercadotecnia para cumplir con los objetivo, metas y dar garantía a las demandas principales de las organizaciones:

1. Valor
2. Reducción del tiempo de desarrollo
3. Agilidad
4. Flexibilidad
5. Fiabilidad

1. Valor. La gestión ágil se necesita en los mercados rápidos. Su objetivo es dar el mayor valor posible al producto, cuando éste se basa en: Innovación y Flexibilidad

2. Reducción del tiempo de salida al mercado. En la década de los 90, el tiempo medio de salida al mercado de los nuevos productos en EE.UU. se redujo de 35,5 a 11 meses
3. Agilidad. Capacidad para producir partes completas del producto en periodos breves de tiempo.
4. Flexibilidad. Capacidad para adaptar la forma y el curso del desarrollo a las características del proyecto, y evolución de los requisitos.
5. Resultados fiables. Fiabilidad en el valor del resultado.

16.- CONTENIDO TEMÁTICO

SESIÓN 01 Y 02

- PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA Y UBICACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL CONTEXTO FINANCIERO.
(TEMAS ABIERTOS SOPORTADOS EN BIBLIOGRAFÍA DIVERSA)
- LA ESTRATEGIA GENERAL Y LA ESTRATEGIA FINANCIERA.
(TEMAS ABIERTOS SOPORTADOS EN BIBLIOGRAFÍA DIVERSA)
- PANORAMA GENERAL DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN
- EL MERCADO
- PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

SESIÓN 03 Y 04

- PUNTO DE EQUILIBRIO
- ESTRUCTURA DE CAPITAL

SESIÓN 05 Y 06

- EXAMEN DE MEDIO CURSO
- JERARQUIZACIÓN DE PROYECTOS: VAN, TIR, TIR MODIFICADA.

SESIÓN 07, 08 Y 09

- LLUVIA DE IDEAS (PROGRAMA VISIO)
 - GESTIÓN DEL PLAN
 - GESTIÓN DEL EQUIPO
 - ELABORACIÓN DEL ORGANIGRAMA (PROGRAMA VISIO)
 - WBS (PROGRAMAS EXCEL Y VISIO)
 - GRAFICA DE GANTT (PROGRAMA PROYECT)
 - RED, RUTA CRÍTICA (PROGRAMA PROYECT)
 - GESTIÓN DE RECURSOS (PROGRAMA PROYECT)
 - PRESUPUESTO (PROGRAMA PROYECT)
 - EJECUCIÓN Y CONTROL (PROGRAMA PROYECT)
 - INFORME Y CIERRE (PROGRAMA PROYECT)
 - ABC HERRAMIENTA DE CONTROL
 - BALANCED SCORECARD
 - ADMINISTRACIÓN LEAN DE PROYECTOS
 - VALUACIÓN CONTINUA DEL PROGRAMA
 - **SESIÓN 10**
-

EXAMEN FINAL

ENTREGA DEL TRABAJO FINAL

17.- BIBLIOGRAFÍA

A. Básica

PROGRAMA MICROSOFT PROYECT
PROGRAMA MICROSOFT VISIO

Nota: si no cuentan con los programas se proporcionará una copia

PROGRAMA EXCEL

EVALUACIÓN DE PROYECTOS
BACA URBINA GABRIEL
MC GRAW HILL, 6 Edición, 2010

FINANZAS CORPORATIVAS
ROSS, WESTERFIELD, JORDAN
EDIT. McGraw Hill, 9a. EDICIÓN. 2009

FUNDAMENTOS DE FINANZAS CORPORATIVAS
ROSS, WESTERFIELD, JORDAN
EDIT. McGraw Hill, 9ª, EDICIÓN.2010

B. Complementaria

PROYECTOS DE INVERSIÓN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN
NASSIR SAPAG CHAIN
PRENTICE HALL, QUINTA EDICIÓN, 2007

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS
ALBERTO DOMINGO ALEJANDRO
ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, S.A. DE C.V., SEGUNDA EDICIÓN 2005

ADMINISTRACIÓN LEAN DE PROYECTOS
PABLO LLEDÓ, GUSTAVO RIVAROLA
PEARSON EDUCACIÓN DE MÉXICO, S.A. DE C.V. 2006

GESTION DE PROYECTOS
GREGORY M. HORINE
EDICIONES ANAYA MULTIMEDIA, PRIMERA EDICIÓN 2005

GERENCIAMIENTO DE PROYECTOS CON EXCEL Y PROYECT
JULIÁN SALVARREDI, VERÓNICA GARCÍA FRONTI, FAVIER I. GARCÍA
FRONTI
OMICRON SYSTEM S.A. 2004

PROYECT MANAJEMENT con VISIO y PROYECT
VERONICA GARCÍA FRONTI, JULIÁN SALVARREDI, JAVIER GARCÍA FRONTI
OMICRON SYSTEM, S.A. 2004

MODELOS FINANCIEROS EN EXCEL
MA. CRISTINA ALEMÁN CASTILLA, EDMUNDO GONZALEZ ZAVALETA
CECSA 2005

MÉTODOS Y MODELOS BÁSICOS DE PLANEACIÓN FINANCIERA
ABRAHAM PERDOMO MORENO
EDICIONES PEMA

18.- APLICACIÓN PROFESIONAL

La evaluación y formulación de proyecto tiene aplicación en cualquier tipo de empresa, para validar la viabilidad técnica, económica y financiera de sus proyectos de mercadotecnia. Así como la aplicación del software en la evaluación y gestión de proyectos con la finalidad de evitar problemas recurrentes:

1. Desbordamiento de agendas.
2. Desbordamiento de costos.
3. Calidad o utilidad del resultado obtenido.

La aplicación del software incorpora agilidad y facilita la predicción en los proyectos:

- a) Ágiles: Crystal, VISIO, DSDM, Lean, modelos ágiles de Unified Process (Open UP, OUM, AUP), MSF, PROJECT
- b) Predictivos: PMBOK, PRINCE2

19.- PROFESORES QUE IMPARTEN LA MATERIA

DR. JUAN GAYTÁN CORTÉS

20.- PERFIL DEL PROFESOR

Contar con maestría o doctorado de preferencia en área económico administrativa que le permitan emplear e interrelacionar conocimientos de Planeación, Mercadotecnia, Investigación de Mercados, Administración, Producción y Finanzas.

Una experiencia deseable en el área de 2 años mínimo.

21.- PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

- Estudio previo de contenidos
- Exposiciones conceptuales interactivas, que permitan debatir e identificar los aspectos conceptuales de cada uno de los temas, a través del debate dirigido
- Dinámica de discusión
- Resolución de casos, individual y en equipo.

22.- ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

Elaboración y exposición por parte del participante de un Proyecto de Inversión de Mercadotecnia.

23.- FORMULACIÓN, APROBACIÓN Y VALIDACIÓN

La formulación del programa se realizó tomando en cuenta la opinión de los empresarios, egresados de las carreras en Mercadotecnia y Negocios Internacionales así como de otras carreras del área económico administrativa, además de empleadores agremiados en organismos patronales, colegiados y de funcionarios con responsabilidad en la planeación económica de los diferentes sectores gubernamentales, para posteriormente ser aprobado y validado por los profesores de la Academia y del Colegio Departamental; y finalmente por el alumno como receptor del proceso de enseñanza y aprendizaje quién con sus comentarios, opiniones y sugerencias evalúa los contenidos y la metodología utilizada .Aprobado por la Junta Académica en el Acta de Acuerdos 001/2012, del 23 de Febrero del 2012.

24.- EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

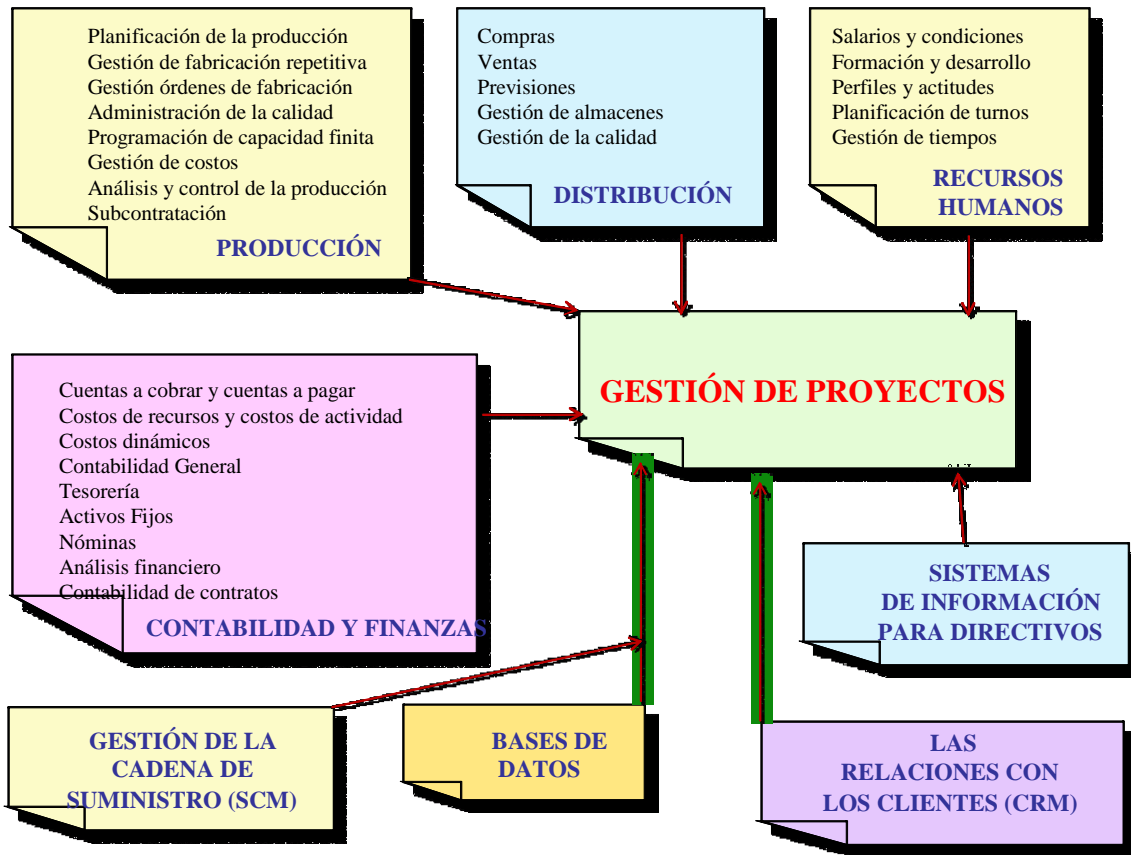
- Desarrollo de Tareas y Casos Individuales 25
- Trabajo Práctico 25
- Examen de Medio Curso 25
- Examen de Fin de Curso 25

- ***Las tareas y el trabajo individual se podrán entregar elaborados a mano, impresos o cd. y se recibirán únicamente en la fecha acordada sin excepción alguna.***

25.- EVALUACIÓN CURRICULAR

Los criterios de evaluación del curso se definen por los Miembros de la Academia y la Junta Académica de la Maestría .Está centrado en evaluar las competencias propias de un mercadologo en el campo del conocimiento correspondiente.

26.- MAPA CURRICULAR



27.- PARTICIPANTES Y FECHA EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA

Diseñado por el Dr. Juan Gaytán Cortés, Enero de 2012, aprobado por la Junta Académica como propuesta en el Acta de Acuerdos 001/2012, del 23 de Febrero del 2012. Y validado por la Academia.