



UNIDAD	IZTAPALAPA	DIVISION	CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD	1 / 3
NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN INGENIERIA BIOQUIMICA INDUSTRIAL				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CRED.	8
2331068	ANÁLISIS DE MERCADO Y FORMULACION DE PROYECTOS		TIPO	OBL.
H.TEOR.	4.0	SERIACION	TRIM.	XI
H.PRAC.	0.0		2331077	

OBJETIVO(S) :

Objetivo General:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

Reconocer la teoría general de la administración, así como su aplicación a la creación de nuevas empresas industriales.

Objetivos Específicos:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

- Reconocer y aplicar los métodos para identificar proyectos biotecnológicos en base al análisis de necesidades y recursos del entorno.
- Reconocer y aplicar las técnicas necesarias para formular los estudios técnicos y de mercado de un proyecto.
- Definir las necesidades de un proyecto biotecnológico a escala industrial a través de la detección de recursos y necesidades en una población objetivo, en donde por medio del análisis de los entornos socio-cultural, científico-tecnológico, económico, político-legal y ambiental se determinen los productos o servicios que requiere dicha población.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Introducción al estudio de los proyectos.
 - 1.1 Etapas del proceso administrativo.
 - 1.2 Fases de ciclo de vida de los proyectos (CVP).
 - 1.3 Matriz de ubicación del desarrollo de un proyecto.
 - 1.4 Introducción al paquete tecnológico.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 365

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN INGENIERIA BIOQUIMICA INDUSTRIAL	2/ 3
CLAVE 2331068	ANALISIS DE MERCADO Y FORMULACION DE PROYECTOS

- 2. Identificaciones de proyectos.
 - 2.1 Análisis de necesidades.
 - 2.2 Análisis de recursos.
 - 2.3 Identificación de proyectos.
 - 2.4 Selección de proyectos.

- 3. Análisis del mercado.
 - 3.1 Producto.
 - 3.2 Análisis del sector y su entorno.
 - 3.3 Plaza.
 - 3.4 Análisis de la demanda.
 - 3.5 Análisis de la oferta.
 - 3.6 Precio.
 - 3.7 Comercialización.
 - 3.8 Mercado de insumos.

- 4. Formulación de proyectos.
 - 4.1 Tamaño de planta.
 - 4.2 Localización.
 - 4.3 Macrolocalización.
 - 4.4 Microlocalización.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

Al inicio del curso el profesor presentará el contenido de la UEA, las modalidades de conducción y los criterios de evaluación. El profesor expondrá y discutirá con los alumnos, apoyado por medios como pizarrón y medios audiovisuales.

Se fomentará el uso de Excel o algunos otros paquetes computacionales para resolver problemas de modelamiento. En esta UEA se deberá identificar, formular y evaluar de manera grupal varios proyectos potenciales, entre los cuales se seleccionará uno para realizar un estudio de mercado (producto, plaza, precio y comercialización) y un estudio técnico (localización y tamaño de planta). Para este fin será recomendable que el alumno cuente con la orientación de los profesores responsables de la UEA, quienes deberán orientar los aspectos tecnológicos del proyecto y la recopilación de la información a través de una investigación bibliográfica intensiva. El alumno leerá, presentará y discutirá artículos en temas seleccionados, de forma individual o en equipo.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 365

EL SECRETARIO DEL COLEGIO

MODALIDADES DE EVALUACION:

Evaluación Global:

Incluirá al menos tres evaluaciones periódicas y una evaluación terminal. Las primeras podrán realizarse por medio de la participación del alumno, tareas, reportes escritos, exposiciones y evaluaciones escritas. Los factores de ponderación serán a juicio del profesor y se darán a conocer al inicio del curso.

Evaluación de Recuperación:

A juicio del profesor, consistirá en una evaluación escrita que incluya todos los contenidos teóricos y prácticos de la UEA, o sólo aquellos que no fueron cumplidos durante el trimestre.

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

Bibliografía Necesaria:

Arteaga-Martínez, M. R. y González-Castillo, O. F. (2003) Identificación de proyectos y análisis del mercado, México: Colección de libros de textos y colección DCBS. Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.

Bibliografía Recomendable:

1. Baca-Urbina, G. (2000) Evaluación de Proyectos, México: Mc Graw-Hill.
2. Cleland, I. and Ireland, L. R. (2002) Project Management: Strategic Design and Implementation, 4a ed., EUA: Mc Graw-Hill.
3. Instituto Latinoamericano para Estudios Sectoriales. (2002) Guía para la presentación de proyectos, 25a ed., México: Siglo XXI.
4. Kotler, P. (2001) Dirección de marketing, México: Pearson.
5. Sapag, C. N. (2001) Evaluación de proyectos de inversión en la empresa, México: Pearson.
6. Sapag, C. N. and Sapag, C. R. (2003) Preparación y evaluación de proyectos, 5a ed., Colombia: Ed. McGraw-Hill Interamericana.
7. Sapag-Puelma, J. M. (2000) Evaluación de proyectos: Guía de ejercicios, México: McGraw-Hill.
8. Stanton, W. (2004) Fundamentos de Marketing, EUA: Mc. Graw-Hill.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 365 *Waul*

EL SECRETARIO DEL COLEGIO