UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS, QUÍMICAS Y NATURALES
Félix de Azara 1552 - 3300 Posadas - Tel. 03752- 425414

"2008. Año de la Enseñanza De las Ciencias"

FOLIO Nº 55 CONSEJO DIR

POSADAS, 18 NOV 2008

VISTO: El Expte Nº 1.598 "Q"/08 Departamento Ingeniería Química s/Modificación de Programas; y

CONSIDERANDO:

QUE el Director del Departamento de Ingeniería Química presenta una propuesta de modificación de programas y reglamentos de las asignaturas: Plan de Negocios de Ingeniería en Alimentos (Optativa); Gestión de la Tecnología de Ingeniería en Alimentos (Optativa) y la incorporación al de las siguientes asignaturas optativas: Plan de Negocios de Ingeniería Química (Optativa) y Gestión de la Tecnología de Ingeniería Química (Optativa) (Fojas 1);

QUE fueron aprobadas en sesión del Consejo Departamental y que las mismas se ajustan al Reglamento interno del Departamento aprobado por Resolución CD Nº 030/04 (Fojas 1);

QUE la Comisión de Asuntos Académicos toma conocimiento y expresa en su Despacho Nº 118/08 lo siguiente: "....Se sugiere aprobar los Programas y Reglamentos de las materias Plan de Negocios de la Carrera Ingeniería Química, Plan de Negocios de la Carrera Ingeniería en Alimentos, Gestión de la Tecnología de la Carrera Ingeniería Química, Gestión de la Tecnología de la Carrera Ingeniería en Alimentos a partir del año 2009";

QUE puesto a consideración del Honorable Consejo Directivo en la VI Sesión Ordinaria, realizada el 5 de noviembre de 2008, se aprobó el mencionado despacho;

POR ELLO:

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS, QUÍMICAS Y NATURALES
R E S U E L V E :

ARTÍCULO 1º: APROBAR para el Ciclo 2009 los Programas y Reglamentos de las siguientes asignaturas:

- **PLAN DE NEGOCIOS** de la Carrera Ingeniería Química,
- **PLAN DE NEGOCIOS** de la Carrera Ingeniería en Alimentos,
- **GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA** de la Carrera Ingeniería Química,
- **GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA** de la Carrera Ingeniería en Alimentos.

ARTÍCULO 2º: INCORPORAR como anexo de la presente resolución los programas y reglamentos de las asignaturas mencionadas en el artículo anterior.

ARTÍCULO 3º: REGISTRAR. Notificar al Señor Decano. Comunicar. Cumplido. **ARCHIVAR.**

RESOLUCIÓN CD Nº 299-08

Prof. Graciela E. SKLEPEK
Secretaria Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Exactas,
Químicas y Naturales

Dra. Marta E. YAJIA
Presidente Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Exactas,
Químicas y Naturales

Fac. Cs. Ex. Qcas. y NAT. FOLIO 351 Nº ..... CONSEJO DIRECTIVO

PROGRAMA 2009

Asignatura	PLAN DE NEGOCIOS
CARRERA	INGENIERIA QUÍMICA
AÑO del Plan	2003
Departamento	Ingeniería Química
REGIMEN DE DICTADO	Cuatrimestral

DOCENTES	Apellido y Nombres	Cargo y Dedicación	Función en la Cátedra
	BRIGNARDELLO, Adriana	Prof. Adjunto E	Profesor a cargo
	GALIAN, Carlos	Prof. Adjunto SE.	Integrante
	MARTINEZ, Claudia	Ayte de 1ra. S	Auxiliar

CRONOGRAMA: Distribución de modalidad de Dictado	Las actividades desarrolladas comprenden: a) Clases teórico-prácticas. Dos clases por semana	**Introducción a la materia:** 1 clase **Clases teórico-prácticas:** Tema 1: 1 clase Tema 2: 1 clase Tema 3: 1 clase Tema 4: 1 clase Tema 5: 1 clase Tema 6: 1 clase Tema 7: 1 clase Tema 8: 2 clases Tema 9: 2 clases Tema 10: 1 clase Tema 11: 1 clase Tema 12: 1 clase Discusión y análisis grupal de los avances de los Planes de Negocios y Presentación del grado de avance final: 14 clases

FUNDAMENTACIÓN	Es una asignatura optativa dentro del Plan de Estudios de la carrera, dirigida a alumnos que previamente hubiesen regularizado la materia obligatoria ECONOMÍA, ORGANIZACIÓN Y LEGISLACIÓN –primer cuatrimestre de 4to año-, dado que los contenidos de la misma están íntimamente relacionados con la elaboración de un Plan de Negocios. Esta asignatura incluye conceptos que coadyuvan a promover aptitudes e incorporar conocimientos existentes sobre la necesidad de planificación de los negocios, fortaleciendo así, la gestión empresarial y gerencial del futuro profesional.

299-08

Prof. GRACIELA E. SKLEPER
SECRETARIA CONSEJO DIRECTIVO
Facultad de Ciencias Exactas
Químicas y Naturales
U. Na. M.

Lic. MARTA E. YAJIA
Presidente Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Exactas,
Químicas y Naturales

OBJETIVOS	**Objetivos Generales** • Promover aptitudes para incorporar conocimientos existentes sobre la necesidad de planificación de los negocios. • Fortalecer la gestión empresarial y gerencial. • Generar oportunidades de negocios. **Objetivos Particulares** • Aportar a desarrollar la creatividad y nuevas capacidades especialmente en formulación de planes de negocios. • Promover la comprensión de que un Plan de Negocios es un documento formal que sirve de guía de gestión durante u período o para una misión determinada. • Comprender que un Plan de Negocios es una base sólida para obtener fondos y recursos para la organización. • Expandir nuevas concepciones y diseño de estrategias que faciliten toma de decisiones y su negociación. • Diseñar un Plan de Negocios de un proyecto que se va a poner en marcha, utilizando los conocimientos y técnicas básicas desarrolladas a lo largo de la asignatura.

CONTENIDOS MÍNIMOS	Definición de Plan de Negocios. Ventajas de su utilización. Qué tipo de herramienta es. Creación de Negocios. Orientación para la elaboración de un Plan de Negocios. Conceptos básicos de un Plan de Negocio. Distintos formularios de Planes de Negocios. Análisis FODA. Marketing: Producto; Precio de Venta; Publicidad y Promoción; Canales de Distribución; Clientes; Competidores; Proveedores; Ventas. Ingeniería de Proyecto. Producción. Organización empresarial. Contabilidad y Finanzas. Plan de Trabajo. Protección y normativas. Resumen esquemático. Presentación de la Idea. Mercado de Trabajo. Plan de Producción. Función producción. Ubicación de la Empresa. Plan de Financiación. Pronóstico de Resultados. Plan de Trabajo. Período de investigación y desarrollo. Técnicas de Negociación.

CONTENIDOS POR UNIDAD	**TEMA 1:** ¿Qué es un Plan de Negocios? ¿Para qué sirve el Plan de Negocios? ¿Qué incluye el Plan de Negocios? ¿Por qué es importante contar con un Plan de Negocios? **TEMA 2:** Información general de la Empresa: Datos generales de la Empresa. Reseña Histórica. Socios. Representante Legal. Principales Productos. Explicación del Proceso Productivo. Mercado objetivo. **TEMA 3:** Descripción de la Empresa: Visión de la Empresa. Misión de la Empresa. Objetivos de la Empresa. Organigrama. **TEMA 4:** Descripción del Producto o Servicio: Descripción de las características funcionales de cada uno de los productos y/o servicios ofrecidos. Información Técnica del Producto o Servicio. Procedencia de la Materia Prima/Insumos. Legislación. Valor Agregado. **TEMA 5:** Información de Mercado: Demanda. Períodos de Demanda. Tendencias de la Demanda. Competencia. Proveedores. Plan de Marketing (Objetivos. Políticas de Producto, de Precio, de Promoción/Publicidad, de Venta y Distribución. Estrategia de Marketing. **TEMA 6:** Información Productiva: Localización de la Empresa. Infraestructura. Servicios. Descripción e Inversiones en Maquinarias, equipos, herramientas, vehículos, mobiliario disponible, capital de trabajo, activos intangibles. Capacidad de producción. Diseño del proceso productivo. Control de calidad. Mano de obra requerida. **TEMA 7:** Equipo de Gestión: Antecedentes y experiencia. **TEMA 8:** Análisis Económico Financiero: Equipos. Mano de obra. Insumos de producción y Servicios. Capacidad de producción/prestación de servicio. Precios particulares. Ingresos. Capital de Trabajo. Caja y Bancos. Inversiones del Proyecto. Fuente de financiamiento. Egresos. Estado de fuentes y usos de fondos. Estado de Resultados. Flujo de Fondos. Indicador de Endeudamiento y Punto de Equilibrio. **TEMA 9:** Análisis FODA: Fortalezas y Debilidades en cuanto a capacidad administrativa, económica financiera, estrategia de mercados, procesos productivos, recursos humanos, calidad. Amenazas y Oportunidades en el mercado interno y externo. **TEMA 10:** Período de Investigación y Desarrollo: I&D. GANTT de Etapas y Actividades. **TEMA 11:** Resumen Ejecutivo: Fundamentos del Negocio. Procesos Involucrados. Fuentes de Financiamiento Requerido. Ventas proyectadas en cantidad y valores estimados. Indicadores de Rentabilidad y otros. **TEMA 12:** Técnicas de Negociación: Cómo negociar.

Prof. GRACIELA E. SKLEPEK
SECRETARIA CONSEJO DIRECTIVO
Facultad de Ciencias Exactas
Químicas y Naturales
U. Na. M.

Lic. MARTA E. YAJIA
Presidente Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Exactas,
Químicas y Naturales

299-08

Fac. Cs. Ex. Qcas. y Nat. FOLIO 82 CONSEJO DIRECTIVO

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	Se tratará con un ejemplo práctico desarrollar las ideas y conceptos de una manera accesible al método que conducirá a la elaboración de un Plan de Negocios y su defensa en una negociación. También se brindarán ideas de cómo hacer una buena presentación con diapositivas. Los contenidos y el ejemplo práctico se discutirán en clases teórico-prácticas. Los avances en la elaboración de los Planes de Negocios por parte de los alumnos (el tema deberá previamente acordarse con el profesor a cargo) también serán discutidos y analizados en clase en una puesta en común. Las estrategias docentes y las correspondientes experiencias de aprendizaje están dirigidas a capacitar al estudiante *para asegurar la adquisición progresiva e integrada de los conocimientos.* Se dará especial importancia a Planes de Negocios de productos de la región.

SISTEMA DE EVALUACIÓN	La clases teórico-prácticas serán de asistencia obligatorias, teniendo el alumno que asistir a no menos del 80 (ochenta) % de las mismas para mantener su condición de regular. Se establece un régimen de evaluación del grado de avance del desarrollo de un Plan de Negocio para la regularidad del alumno, debiendo alcanzar antes de la finalización del curso un avance en su desarrollo del 50% no condicionante a la promoción de la materia. **Evaluación final**: se desarrollarán en los turnos de exámenes establecidos en el calendario académico de la Facultad. Constarán de dos partes: • Una primer parte donde el alumno expondrá su Plan de Negocios elaborado que deberá presentar (dos ejemplares encuadernados) al profesor a cargo, como mínimo, con dos semanas de anticipación a la fecha de examen. El alumno deberá utilizar diapositivas para la presentación del mismo. Un disco compacto conteniendo la presentación deberá ser entregada en el momento del examen al *presidente del tribunal examinador.* • Una segunda parte donde el tribunal examinador interrogará sobre temas del programa vigente con el objeto de evaluar los conocimientos del alumno y su nivel de preparación. **Calificación Final:** la aprobación de la asignatura requiere la calificación total de 4 (cuatro) sobre 10 (diez) (Art. 2º de la Ordenanza Nº 056/99 H.C.S.) **Exámenes Finales Libres:** se tomarán en las fechas establecidas en las convocatorias oficialmente realizadas por la Dirección de Estudios, ajustándose a las siguientes normas: • Contemplarán los dos aspectos de la materia: teoría, y presentación de un Plan de Negocio. El tema del Plan de Negocios deberá previamente acordarse con el profesor a cargo. El Plan de Negocios (dos ejemplares encuadernados) deberá ser presentado al profesor a cargo, como mínimo, con un mes de anticipación a la fecha de examen. • El examen consistirá en: ◦ Una primera parte donde el tribunal examinador interrogará sobre todos los temas del programa vigente con el objeto fe evaluar los conocimientos del alumno y su nivel de preparación. ◦ Una segunda parte donde el alumno expondrá su Plan de Negocios elaborado. El tribunal examinador interrogará sobre distintos aspectos del mismo. El alumno deberá utilizar diapositivas para la presentación del mismo. Un disco compacto conteniendo la presentación deberá ser entregada en el momento del examen al presidente del tribunal examinador. • Se calificarán de acuerdo a lo establecido por el art. 2º de la Ordenanza Nº 056/99 HCS.

299-08

Prof. GRACIELA E. SKLEPEK
SECRETARIA CONSEJO DIRECTIVO
Facultad de Ciencias Exactas
Químicas y Naturales
U. Na. M.

Lic. MARTA E. YAJIA
Presidente Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Exactas,
Químicas y Naturales

BIBLIOGRAFÍA GENERAL	1. BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA. Guía para empresarios PyMEs para elaborar Plan de Negocios. 2. La Revista de Clarín para las PyMes y el Comercio. *CUADERNOS DE CAPACITACION PARA LAS PyMes 1*. 2005 3. STUTELY, Ricard. Plan de Negocios. La estrategia Inteligente. Pearson Educación. 2000. 4. OLIVÁN, Miranda. Cómo elaborar un Plan de Empresa. Thomson Learning Ibero. 2004. 5. ILPES, *Guía para la presentación de proyectos*. Siglo veintiuno editores. 2004. 6. DRUCKER, P.; *La Gerencia de Empresas*. Editorial Sudamericana. 1993. 7. DRUCKER, P. La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios. Editorial Sudamericana. 1994. Cuarta Edición 8. De GARMO Paul, SULLIVAN Willian, LUXHOJ, James, WICKS, Elin M. *Ingeniería Económica de De Garmo*. Pearson Education. 2004. 9. LEÓN, Orfelio, *Análisis de las decisiones. Técnicas y situaciones aplicables a directivos y profesionales*. McGraw-Hill. 1995. 10. URBINA Baca Gabriel. *Fundamentos de Ingeniería Económica*.. Mc Graw Hill. México. 2007. 11. URBINA Baca Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. México. 2006. 12. URBINA Baca Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. México. 2000. 13. URBINA Baca Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. México. 1991. 14. SAPAG CHAIN. *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*. Pearson. 2007. 15. SAPAG CHAIN Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. 2003. 16. SAPAG CHAIN Nassir, SAPAG CHAIN Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill. 2003 17. SAPAG CHAIN Nassir. *Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa*. Prentice Hall. 2001. 18. SAPAG CHAIN Nassir. *Criterios de Evaluación de Proyectos*. Ed. Continental. México. 1993. 19. BOCCO G. L. – VENCE L. A., *Proyectos de Inversión. Métodos de Evaluación. Problemas y Aspectos Especiales*. ERREPAR. 2000. 20. MANKIW N. Gregory. *Principios de Economía*. Mc Graw Hill. México. 2007 21. MOCHÓN MORCILLO, F. y BEKER V. Alberto. *Economía. Principios y Aplicaciones*. Mc Graw Hill. 2003. 22. ALVAREZ, HÉCTOR F., *Principios de Administración*. Ediciones Eudecor. 1997. 23. ROBBINS-COULTER, *Administración*. Pearson. Prentice Hall. 2005. 24. LAROCCA H.A., FAINTEIN H. Y otros. *¿Qué es la Organización? Las Organizaciones del Futuro*. Ediciones Macchi. 1999. 25. SERRA Roberto y KASTIKA Eduardo. *Re-estructurando Empresas*. Ediciones Machi. 1999. 26. KASTIKA, Eduardo; *Desorganización creativa. Organización Innovadora*. Ed. Macchi. 1994. 27. RÉGIMEN DE CONTRATO DE TRABAJO. Ley Nº 20.744 y modificatorias 28. LEY DE SEGURIDAD E HIGIENE LABORAL – Ley 19.587 y modificatorias. 29. LEY DE RIESGOS DEL TRABAJO – Ley 24.557 y modificatorias. 30. KOTLER, Philip. *Fundamentos del Marketing*. Pearson Educación. 2003. 31. KOTLER, Philip. *Los 10 pecados capitales del Marketing*. Gestión 200.com. 2004. 32. KOTLER, Philip. *Los 80 conceptos esenciales de marketing. De la A a la Z*. 2005. 33. BRAIDOT Néstor P. *Marketing Total*. Edic. Macchi. Argentina. 1997. 34. BRAIDOT, Néstor P. *Los que venden. Las ventas desde el Marketing Total*. Edic. Macchi. Argentina. 1997. Segunda Edición Ampliada. 35. CARIOLA, Horacio Oscar. *Marketing – Plan para Emprendedores*. Ediciones Geka. 2003. 36. FERRÉ TRENZANO, José María. *Estrategias de productos y servicios*. OCÉANO. 2003 37. FERRÉ TRENZANO, José María. *Estrategias de distribución*. OCÉANO. 2003 38. FERRÉ TRENZANO, José María. *La investigación de mercados en la práctica*. OCÉANO. 2003 39. TRIGO, Gustavo. *Marketing internacional*. OCÉANO. 2003. 40. LEY DE PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA INNOVACIÓN – Ley 23.877. Decreto Reglamentario 1331 (1996). Resolución SCyT Nº 194/97 41. LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL – Ley 11.723 42. LEY DE MARCAS - Ley 22.362 43. LEY DE PATENTES DE INNOVACIÓN Y MODELOS DE UTILIDAD - Ley 24.481 44. FISHER R, URY W, PATTON B. *Si...¡de acuerdo! Cómo negociar sin ceder*. Editorial Norma. 1996
BIBLIOGRAFÍA POR UNIDAD	**TEMAS 1 al 11**: Libros y Leyes (1) a (43) **TEMAS 5:** Libros (30) a (39) **TEMA 10:** Leyes (40) a (43) **TEMA 12:** Libro (44)

299-08

Prof. GRACIELA E. SKLEPER
SECRETARIA CONSEJO DIRECTIVO
Facultad de Ciencias Exactas
Químicas y Naturales
U. Na. M.

Lic. MARTA E. YAJIA
Presidente Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Exactas,
Químicas y Naturales

Fac. Cs. Ex. Qcas. y Nat. FOLIO 59 No..... CONSEJO DIRECTIVO

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	Se tratará con un ejemplo práctico desarrollar las ideas y conceptos de una manera accesible al método que conducirá a la elaboración de un Plan de Negocios y su defensa en una negociación. También se brindarán ideas de cómo hacer una buena presentación con diapositivas. Los contenidos y el ejemplo práctico se discutirán en clases teórico-prácticas. Los avances en la elaboración de los Planes de Negocios por parte de los alumnos (el tema deberá previamente acordarse con el profesor a cargo) también serán discutidos y analizados en clase en una puesta en común. Las estrategias docentes y las correspondientes experiencias de aprendizaje están dirigidas a capacitar al estudiante para asegurar la adquisición progresiva e integrada de los conocimientos. Se dará especial importancia a Planes de Negocios de productos de la región.

SISTEMA DE EVALUACIÓN	La clases teórico-prácticas serán de asistencia obligatorias, teniendo el alumno que asistir a no menos del 80 (ochenta) % de las mismas para mantener su condición de regular.
	
	Se establece un régimen de evaluación del grado de avance del desarrollo de un Plan de Negocio para la regularidad del alumno, debiendo alcanzar antes de la finalización del curso un avance en su desarrollo del 50%.
	
	Evaluación final: se desarrollarán en los turnos de exámenes establecidos en el calendario académico de la Facultad. Constarán de dos partes:
	
	• Una primer parte donde el alumno expondrá su Plan de Negocios elaborado que deberá presentar (dos ejemplares encuadernados) al profesor a cargo, como mínimo, con dos semanas de anticipación a la fecha de examen. El alumno deberá utilizar diapositivas para la presentación del mismo. Un disco compacto conteniendo la presentación deberá ser entregada en el momento del examen al presidente del tribunal examinador.
	• Una segunda parte donde el tribunal examinador interrogará sobre temas del programa vigente con el objeto de evaluar los conocimientos del alumno y su nivel de preparación.
	
	Calificación Final: la aprobación de la asignatura requiere la calificación total de 4 (cuatro) sobre 10 (diez) (Art. 2º de la Ordenanza Nº 056/99 H.C.S.)
	
	Exámenes Finales Libres: se tomarán en las fechas establecidas en las convocatorias oficialmente realizadas por la Dirección de Estudios, ajustándose a las siguientes normas:
	• Contemplarán los dos aspectos de la materia: teoría, y presentación de un Plan de Negocio. El tema del Plan de Negocios deberá previamente acordarse con el profesor a cargo. El Plan de Negocios (dos ejemplares encuadernados) deberá ser presentado al profesor a cargo, como mínimo, con un mes de anticipación a la fecha de examen.
	• El examen consistirá en:
	  • Una primera parte donde el tribunal examinador interrogará sobre todos los temas del programa vigente con el objeto fe evaluar los conocimientos del alumno y su nivel de preparación.
	  • Una segunda parte donde el alumno expondrá su Plan de Negocios elaborado. El tribunal examinador interrogará sobre distintos aspectos del mismo. El alumno deberá utilizar diapositivas para la presentación del mismo. Un disco compacto conteniendo la presentación deberá ser entregada en el momento del examen al presidente del tribunal examinador.
	• Se calificarán de acuerdo a lo establecido por el art. 2º de la Ordenanza Nº 056/99 HCS.

299-08

Prof. GRACIELA E. SKLEPEK
SECRETARIA CONSEJO DIRECTIVO
Facultad de Ciencias Exactas
Químicas y Naturales
U. Na. M.

Lic. MARTA E. YAJIA
Presidente Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Exactas,
Químicas y Naturales