1. Identificación del Curso/ Módulo							
Nombre del Curso/ Módulo: PROYECTO: EN PROFUNDIZACIÓN I	Línea de conocimiento NUIN	Código materia: NUIN16013	Crédito: 1	Horas totales	48	Horas Clase	30
						Horas Independientes	18
Facultad/ Departamento	CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES						
Programa que Administra el curso o módulo	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS FORMACION DUAL UNIVERSITARIA						

Niveles de Formación	Técnico Profesional		Especialización	
	Tecnológico Profesional		Maestría	
	Profesional	X	Doctorado	

Modalidad	Presencial		Dual	X	Virtual	

Fecha de actualización de la guía:	23/01/2020

2. Restricciones de:		
Conocimiento		Orden
Prerrequisito	NUIN 16007 MARK 18029 ECON 16075 DEGE 15093 NUIN 16008 NUIN 16009 INVE 16005 PRAC 16004	Aprobación del 100% de los componentes del examen Intermedio.
Correquisitos	NUIN 16010 NUIN 16011 NUIN 16012 DEGE 15094 INVE 16006 ADMI 16339 PRAC 16005	

3. Justificación

El proyecto le aporta al estudiante la capacidad de investigación y análisis, en temas relacionados con las profundizaciones de operaciones, mercadeo y finanzas, optimizando los recursos y ayudando a la toma de decisiones estratégicas. El proyecto de profundización I crea un espacio para que el estudiante desarrolle habilidades en el manejo de herramientas teóricas y metodológicas propias de la disciplina mediante un ejercicio práctico de carácter investigativo.

4. Competencias de formación	
Competencia	**Resultado de aprendizaje esperado**
GESTIÓN DE MERCADEO Con base en las necesidades del mercado, estructura un marco de acción que le permita a una empresa competir y satisfacer a sus clientes.	Identifica necesidades y analiza el impacto que tiene la oferta de productos y servicios en el mercado. Formula estrategias de mercadeo coherentes con los objetivos de la organización. Elabora un plan de mercadeo para desarrollar la estrategia formulada por la organización.
GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES Gestiona integralmente los recursos de la organización con el fin de agregar valor a los grupos de interés relacionados con la organización	Formula e implementa estrategias con el propósito de crear valor para la organización y sus grupos de interés Evalúa el desarrollo de las funciones administrativas y organizacionales Evalúa el sector industrial y el macroambiente
GESTIÓN FINANCIERA Explica la gestión financiera y contable, sobre la base del concepto de creación de valor	Analiza las opciones de inversión, financiación y gestión de los recursos a partir de la información contable y financiera para la toma de decisiones en el corto y largo plazo.
FORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Propone proyectos coherentes con el área de estudio que permitan la producción de nuevos conocimientos y respondan a las necesidades del entorno	Comprende contextos y situaciones que exige la toma de decisiones argumentada y las posibilidades de análisis y de crítica ante diversos enunciados. 14.2 Formula preguntas de investigación 14.3 Construye marcos teóricos y estados del arte para la argumentación de la toma de decisiones

5. Contenido de la actividad académica*			
Unidad/CPC	**Temáticas**	**Tiempo Semana/ Total horas**	**Evaluación del aprendizaje**
VIABILIDAD DE MERCADO /MKT; COM	• Identificación de necesidades. • Identificación del consumidor objetivo. • Propuesta de Valor. • Validación de mercado. • Métricas de ventas. • Lanzamiento de producto. • Estrategias de comercialización.	5/10	Desarrollo de proyecto viable de diseño de Producto.
VIABILIDAD TÉCNICA /GEST; COM	• Validación de material. • Proveedores. • Proceso Productivo. • Capacidad Instalada. • Ubicación de Instalaciones. • Distribución en Planta.	4/10	

VIABILIDAD FINANCIERA /FIN; COM; SI	• Estructura de Costos. • Validación Financiera.	4/10	

Recursos:

- Microsoft Office
- Base de datos Benchmark
- Recusos Digitales

6. Estrategias Pedagógicas

1. Informe
2. Trabajo de Indagación
3. Consulta de Fuentes
4. Aprendizaje basado en Proyectos

7. Evaluación y Registro de resultados

Evaluar:

La heteroevaluación se realiza de forma progresiva con base en:

Se evalúa el grado de apropiación de los conceptos adquiridos en las profundizaciones en Mercadeo, Operaciones, y Finanzas a través de la toma de decisiones y generación de un proyecto viable desde las tres áreas de conocimiento.

Calificar:

Según Reglamento de Exámenes Modelo de Evaluación Dual:

La Nota UNICA (100%):

- 50% desarrollo de Informe Grupal (Valor Promedio de las calificaciones de cada uno de los docentes Núcleo)
- 50% Sustentación Individual (Valor Promedio de las calificaciones de cada uno de los docentes Núcleo y los Jurados Invitados)

Registro:

En el sistema cosmos de acuerdo con las fechas establecidas en la programación semestral

8. Referencias Bibliográficas

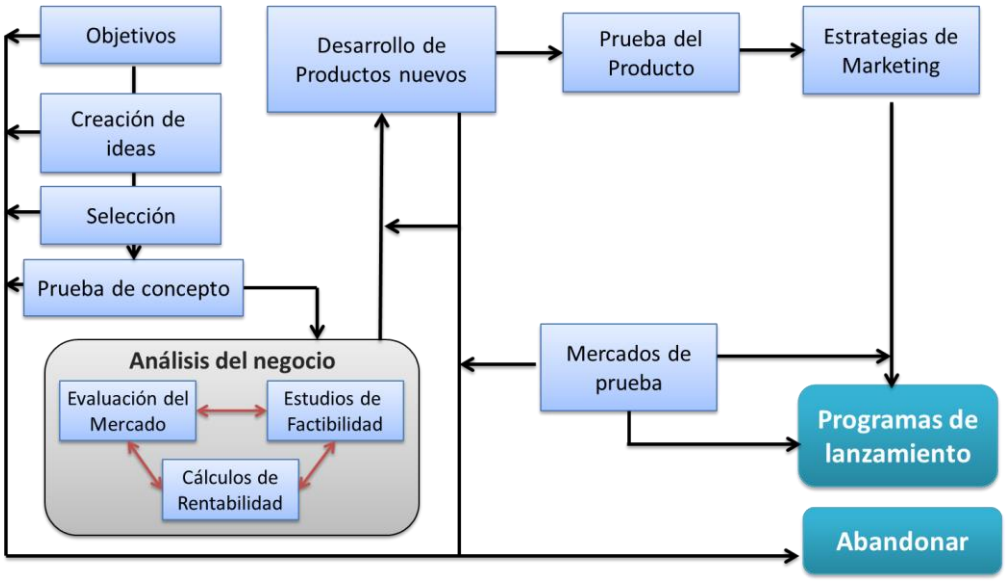
Bibliografía UNAB	Notación topográfica
- CHASE. R, Jacobs. F.R. y Aquilano. N.J. 2014. Administración de Operaciones. Producción y cadena de suministros (13e), McGraw Hill, México D.F.	658.5 C386a
- BALLOU, Ronald H. 2004. Logística: Administración de la cadena de suministro. New Jersey. (5e), Editorial Prentice Hall. -	658.78/B193
- STANTON, W. J., ETZEL, M. J., & WALKER, B. J. 1992. Fundamentos de Marketing(No. 04; HF5415, S7 1992.). México: McGraw-Hill.	658.83/S792fu/Ej. 2
- KOTLER, Philip. 1989 Mercadotecnia. Prentice Hall Hispanoamericana. Mexico D.F.	658.83/K87mer/Ej. 2

Bibliografía Complementaria

http://unab.edu.co/nosotros/sistema-bibliotecas-unab

9. Observaciones

Esquema de desarrollo:



La presente guía de cátedra es un documento de referente para que estudiantes y docentes ejecuten la planeación y la apropiación de los conceptos establecidos en la cátedra de proyecto: en profundización I.

Este curso aporta al logro de la CP2- GESTIÓN DE MERCADEO y CP11- GESTIÓN FINANCIERA, por tanto, garantizar la apropiación de las temáticas impacta las métricas del Estándar 4:

- SUMATIVA DIRECTA: Práctica Final de Carrera.
- SUMATIVA INDIRECTA: Saber Pro- Prueba Objetiva Externa.
- FORMATIVA DIRECTA: Examen Final de Carrera.