



Universidad Guadalajara
Centro Universitario del Sur
Programa de Estudio

1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

División

Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento

Ciencias Económicas Administrativas

Academia

Innovación y emprendimiento

Programa(s) educativo(s)

Licenciatura en Nutrición

Denominación de la unidad de aprendizaje:

Gestión de Proyectos Productivos

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Carga horaria global:	Valor en créditos:
I8861	17	51	68	5

Tipo de curso:		Nivel en que se ubica:	Prerrequisitos:
C = curso		Técnico Medio	
CL = curso laboratorio		Técnico Superior	
L = laboratorio		Universitario	
P = práctica		Licenciatura	
T = taller		Especialidad	
CT = curso - taller	X	Maestría	
N = clínica		Doctorado	
M = módulo			
S = seminario			

Área de formación:

Básico particular obligatoria

Perfil docente:

Licenciado en Nutrición con enfoque en Administración de Servicios de Alimentos y Ciencias de los alimentos, Licenciado en Administración con experiencia en el área de alimentos y desarrollo de productos y servicios relacionados con la Nutrición
 En constante actualización disciplinar, capaz de formar recursos humanos en nutrición competentes para el desarrollo de proyectos productivos en apego a los lineamientos y normatividad nacional e internacional vigente.

Elaborado por:	Actualizado por:
Dra. Diana Rojo Morales	Mtro. José Luis Zúñiga Vargas Dra. Maria del Rocío Padilla Galindo

Fecha de elaboración:	Fecha de última actualización:	Fecha de última evaluación:	Fecha de aprobación por Colegio Departamental:
Enero 2017	22/06/2023	26 de Junio del 2023	28 de Junio del 2023

1. PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta asignatura forma parte del área de formación básica particular obligatoria de la licenciatura en Nutrición y supone un campo disciplinar que busca desarrollar la capacidad de participar, dirigir e integrarse a grupos colaborativos y transdisciplinarios con una actitud de liderazgo democrático. Analiza los segmentos laborales actuales y emergentes, para generar propuestas innovadoras de empleo y autoempleo, a través de la gestión de proyectos, construcción de redes sociales, considerando su proyecto de vida, la dinámica del mercado laboral y las necesidades sociales

2. OBJETIVO GENERAL/COMPETENCIA

Genera, implementa y desarrolla un proyecto productivo acorde a su proyecto de vida profesional, utilizando las teorías de la gestión, leyes y metodologías del mercado de servicios y productos nutrimentales, con espíritu emprendedor, ética profesional y competitividad, de acuerdo a la normatividad vigente.

3. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS

Desarrollo de proyectos productivos vinculados a la nutrición y alimentación en beneficio de la sociedad y la industria alimentaria. Desarrollo de nuevos productos así como proporcionar valor agregado a la materia prima que predomina en la Región

4. SABERES:

Prácticos	Elabora un proyecto productivo con su capital cultural de acuerdo a su proyecto de vida. Genera y desarrolla un proyecto productivo (plan de negocio). Realiza la gestión del proyecto productivo.
Teóricos	Domina las teorías de la gestión y las leyes del mercado laboral. Identifica los fundamentos teórico-metodológicos de la gestión de proyectos productivos. Conoce las teorías y métodos de liderazgo, grupos, desarrollo de redes sociales, toma de decisiones y comunicación asertiva
Formativos	Actúa con ética profesional, creatividad, competitividad y espíritu emprendedor en la generación y desarrollo de proyectos productivos. Actúa de acuerdo con la normatividad nacional e internacional vigente. Promueve la cultura de paz y el apego a los objetivos de desarrollo sostenible

5. CONTENIDO TEMÁTICO (TEÓRICO-PRÁCTICO)

<p>1.- Naturaleza del Proyecto</p> <p>Proceso Creativo para determinar el producto o servicio Justificación de la empresa Propuesta de valor Nombre de la empresa, misión, visión, análisis FODA Objetivos de la empresa</p>
--

Ventaja competitiva
Análisis de la industria
Descripción del producto o servicio de la empresa.

2.- El mercado

Objetivos del departamento de Marketing
Investigación de mercado
Estudio de mercado
Distribución y puntos de venta, promoción del Producto o Servicio
Fijación y Políticas de Precios
Plan de Introducción al mercado

3.- Producción

Objetivos del departamento de producción,
Especificaciones del producto o servicio
Descripción del proceso de producción
Diagrama del flujo del proceso, características de la tecnología
Equipo e Instalaciones
Materias primas, capacidad instalada, manejo de inventarios, ubicación de la empresa
Diseño y Distribución de la planta, mano de obra requerida
Procedimiento de mejora continua

4.- Organización

Objetivos del departamento. de Organización
Estructura Organizacional
Descripción de Funciones
Captación de Personal
Desarrollo del Personal
Administración de Sueldos y Salarios
Evaluación del Desempeño
Relaciones de trabajo
Marco legal de las organizaciones

5.- Finanzas

Objetivos del departamento
Sistema contable de la empresa, costos y gastos
Estados Financieros proyectados
Indicadores financieros.

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El docente

- Expondrá temas específicos
- Asignará actividades en la plataforma Classroom
- Proporcionará material de apoyo para consulta
- Revisará y retroalimentará las actividades asignadas
- Asesorará y guiará el desarrollo de del proyecto producto

El alumno

- Expondrá frente al grupo el tema asignado
- Subirá las actividades en la plataforma de Classroom
- Desarrollará un proyecto productivo viable y factible apegado a nutrición y alimentación
- Participará en la Expo Emprende en la modalidad que sea conveniente a su proyecto

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

8.1. Evidencias de aprendizaje	8.2. Criterios de desempeño
<p>Las tareas son un requisito, así como el uso de TIC's será constante y obligatorio.</p> <p>Los avances deberán ser entregados en la fecha descrita en las instrucciones de la plataforma de classroom.</p> <p>Elaboración de mapas mentales, presentaciones, vídeos, infografías, etc. para su elaboración deberán consultar la bibliografía asentada en el presente programa.</p> <p>Estos conocimientos teóricos ayudarán al estudiante a comprender como generar los avances de su proyecto. La entrega de los avances del proyecto productivo será conforme a lo planeado a la plataforma de classroom,</p> <p>Análisis crítico mediante mapas conceptuales, de lecturas, investigaciones de campo y análisis de videos.</p> <p>Participación en la Feria de Emprendimiento al final del semestre defendiendo su proyecto.</p>	<p>Se deberá trabajar con las herramientas que sean asignadas por el profesor en la web, si la actividad no cumple con este precepto, el profesor tendrá la facultad para considerarla o no.</p> <p>El profesor tendrá la facultad para considerar o no las actividades entregadas fuera del plazo límite señalado en la plataforma de classroom. En cuanto a la asistencia habrá una tolerancia de 10 minutos, después de ese tiempo se considerará como falta.</p> <p>Que el alumno comprenda y aplique los conocimientos y teorías sobre Planeación estratégica, planes de negocios y los elementos que lo integran en la práctica profesional, laboral y personal</p> <p>Que el alumno sea capaz de instrumentar e implementar diversas acciones productivas en las diferentes organizaciones o instituciones para su interacción de una Imagen Corporativa en un entorno competitivo.</p> <p>Que el alumno genere experiencia y argumente la defensa de su proyecto ante profesores evaluadores de proyectos en el evento Feria de Emprendimiento</p>

8. CALIFICACIÓN

Unidad de competencia	
<p>Productos de aprendizaje</p> <ul style="list-style-type: none"> Avances de su proyecto, productivo, calidad y puntualidad en la entrega de trabajos <p><i>Los trabajos deberán contener todos los puntos solicitados en las hojas de Excel de cada capítulo, excelente ortografía a la quinta falta ortográfica se deja de revisar el trabajo y se contará como trabajo nulo (es decir con un valor de 0)</i></p>	44 %
<ul style="list-style-type: none"> Actividades de aprendizaje, mapas mentales, cuadros sinópticos, cuestionarios, infografía, determinadas y planeadas en plataforma de classroom 	31%
<ul style="list-style-type: none"> Participación Feria de Emprendimiento 	10 %
<ul style="list-style-type: none"> Constancia de participación en la feria de emprendimiento 	5 %
<p>Proyecto productivo final</p> <ul style="list-style-type: none"> El documento debe ser presentado en tiempo y forma en la fecha señalada por el docente, debe incluir el desarrollo de cada uno de los elementos trabajados durante el ciclo, sin faltas de ortografía y de manera original e innovadora. 	10%
Total	100%

9. ACREDITACIÓN

<p>Periodo ordinario. De conformidad con el artículo 20 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro del resultado final de la evaluación en el periodo ordinario, establecido en el calendario escolar aprobado por el Consejo General Universitario, se requiere:</p> <ol style="list-style-type: none">I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, yII. Tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades registradas durante el curso.	<p>Periodo extraordinario. De conformidad con el artículo 27 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro de la calificación en el periodo extraordinario, se requiere:</p> <ol style="list-style-type: none">I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente.II. Haber pagado el arancel y presentar el comprobante correspondiente.III. Tener un mínimo de asistencia del 65% a clases y actividades registradas durante el curso. <p>Se exceptúan de este caso las materias de orden práctico que requerirán la repetición del curso (Art. 23 RGEYPA).</p>
---	---

10. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El Emprendedor de Éxito. Autor Rafael Alcaraz Rodríguez, cuarta edición, editorial Mc Graw Hill, 2011.
Dirección y Gestión de proyectos con un enfoque práctico. Alberto Domingo Ajenjo. Alfaomega. México 2005.
Fundamentos de la gestión de proyectos. Lock Dennis. AENOR Madrid 2003.
Gestión de proyectos: como planificarlos, organizarlos y dirigirlos. Antonio Durdis. Barcelona 2000.
Gerber, Michael E. El mito del emprendedor. España: Ediciones Paidós Ibérica SA, 1997.
Levitt, Theodore. Los mejores artículos de Ted Levitt sobre marketing. E.U.: Harvard Business Review, 2007.
Kim W. Chan y Renée Mauborgne. La estrategia del océano azul. Colombia: Harvard Business School Press y Grupo Editorial Norma, 2005.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Modelo Nacional para la Competitividad en: www.competitividad.org.mx
Osterwalder, Alexander (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Estados Unidos: Wiley.
Jay, Ros (2004). Prepare un buen plan de marketing en una semana, España: Gestión 2000.
Finch, Brian (2002). Cómo desarrollar un plan de negocios, Barcelona: Godisa, 2002.
O'Hara, Patrick D (1992). El plan empresarial integral, Madrid: Deusto.
González Salazar, Diana (2006). Plan de negocios para emprendedores al éxito, México: Mc Graw Hill – Interamericana de México.
Hernández Díaz, Edgar Alfonso. Formulación y evaluación de proyectos, México: Editorial Trillas.
Cajiga Calderón, Juan Felipe. El concepto de Responsabilidad Social Empresarial, Centro Mexicano para la Filantropía, www.cemefi.org
Manual de Autoevaluación, DERES Responsabilidad social empresarial. <http://deres.org.uy/>

11. RECURSOS COMPLEMENTARIOS (páginas web, mooc's, plataformas, objetos de aprendizaje)

Plataforma classroom , laboratorio dietología , youtube

Firma:



**Presidente de Academia
de Innovación y Emprendimiento**

Mtro. Enrique Azpeitia Torres

Vo. Bo.



**Jefa de Departamento de
Ciencias Económicas y Administrativas**

Dra. Martha Leticia Rujano Silva