

MÓDULO 8: EL PROYECTO EN NÚMEROS

Entender las bases para la cuantificación de un proyecto comercial

PRESENTACIÓN

El Objetivo del curso/módulo es brindar al alumno los conocimientos necesarios para poder cuantificar un proyecto comercial de productos y/o servicios tanto para una empresa, como para una PYME o su propio emprendimiento.

En este espacio de aprendizaje la propuesta es conocer las herramientas para cuantificar una idea o proyecto, cuál es el alcance y qué herramientas de análisis utilizar para facilitar la gestión diaria y poder proyectarse. En cada clase, los alumnos abordarán de manera teórico-práctica los conocimientos que los ayuden a cuantificar y proyectar a futuro los proyectos comerciales o personales.

OBJETIVOS (Generales y Específicos)

- Adquirir conocimientos generales para lograr la cuantificación de un plan de marketing.
- Conocer las herramientas y matrices de análisis estratégico.
- Que los participantes aprendan a coordinar y organizar recursos.
- Incentivar una mirada crítica a la hora de pensar en la proyección de un negocio.
- Aprender a usar herramientas de análisis cuantitativo para analizar la viabilidad de los planes.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

DESTINATARIOS

Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar un negocio y/o emprendimiento.
- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos en relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.

REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

No se requieren conocimientos previos de Marketing.

DURACIÓN

10,5 horas distribuidas en 3 encuentros presenciales de 3,5 hs. Carga horaria semanal: 3,5 hs.

TEMARIO

- Elementos básicos de planificación estratégica en Marketing. Herramientas de Cuantificación. Estimación de demanda.
- Análisis del proyecto a 3 años, contemplando todas las variables de crecimiento, índices, ajuste por Inflación.
- Evaluación de proyectos de inversión

Cronograma de clases:

Clase 1: Herramientas de cuantificación. Escenarios Estimación de demanda - Método Cascada.

Clase 2: Objetivos. Fijación de precios. Ajuste por inflación.

Clase 3: Cashflow. ROI. TIR. VAN. Evaluación de proyectos de inversión.

DOCENTE

[Gustavo González](#)

Coordinadora: [Lic. Andrea Del Grecco](#)

METODOLOGÍA DEL TRABAJO

El curso propone un contexto de aprendizaje dinámico en el que el docente sea nexo entre los contenidos teórico-prácticos y los alumnos, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y retroalimentación de experiencias entre los asistentes.

Una de las premisas que regirá la cursada es la de tratar casos reales para su análisis, crítica y mejora. La idea es que, con la teoría como marco, el aula se convierta en un taller en el que se estimule la producción de contenidos creativos para proyectos personales o de empresas.

Durante los encuentros, que serán presenciales, se utilizarán presentaciones en Power Point, notas periodísticas y material audiovisual. Además, los asistentes contarán con material digital. Se podrán requerir participaciones virtuales a través del campus y/o actividades domiciliarias individuales y/o grupales.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN – CERTIFICACIÓN

Los criterios y metodología de evaluación se basarán en prestar atención en la participación y feedback en clase de los alumnos. Se considerará también la realización de los ejercicios propuestos en clase (análisis de casos y aplicación de la teoría en la práctica) o bien a través del campus virtual.

Al final de cada curso/módulo el docente a cargo evaluará a los alumnos a través de una actividad integradora de cierre.

La sumatoria del desarrollo del Trabajo Práctico Final, las actividades integradoras del módulo y el 80% de asistencia al curso habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura.

