

1. Record Nr.	UNINA9910672262303321
Autore	Cordoba Padilla Marcial
Titolo	Formulacion y evaluacion de proyectos // Marcial Cordoba Padilla
Pubbl/distr/stampa	Bogota, : Ecoe Ediciones, 2011
ISBN	1-4619-1216-4 1-4492-6196-5
Edizione	[2a ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (362 p.)
Collana	Textos universitarios. Administracion
Disciplina	658404
Soggetti	Evaluacion de Proyectos Administración de Proyectos Libros electrónicos Libros electronicos.
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; PAGINA LEGAL; TABLA DE CONTENIDO; TABLAS DE GRAFICAS; INTRODUCCION; JUSTIFICACION; OBJETIVO GENERAL; OBJETIVOS ESPECIFICOS; RESUMEN EJECUTIVO; PRIMERA UNIDAD; SEGUNDA UNIDAD; 2 DEFINICION DEL PROYECTO; 2.1 EL PROCESO DE DEFINICION; Inconvenientes en el proceso de definicion del proyecto y causas mas comunes; 2.2 . LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO; Definicion e identificacion de la poblacion objetivo; Algunos temas relativos a los beneficiarios a tener en cuenta en la formulacion y evaluacion de los proyectos; 2.3. ENTIDAD EJECUTORA 2.4. NECESIDADES A SATISFACER Objetivo; Importancia; Productos o servicios a ofrecer; 2.5. JUSTIFICACION DEL PROYECTO; Aportes sociales; Aportes economicos; Aportes tecnologicos; Aportes ambientales; 2.6. METODOLOGIA PARA LA ELABORACION DEL PROYECTO; 2.7. MARCO LOGICO; ¿Que es el sistema de marco logico?; ¿Que nos permite el marco logico de proyectos?; Definicion del marco logico; Resumen; Evaluacion; Lectura complementaria; TERCERA UNIDAD; 3. ESTUDIO DE MERCADO; 3.1 ANTECEDENTES; Objetivos; Ventajas y desventajas; Fuerzas que determinan su atractivo; Aspectos a tener en cuenta 3.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO Mercados competitivos; Mercados

monopolicos; Mercados monopsonicos; Mercados oligopolicos; Mercado de competencia monopolistica; 3.3 EL PRODUCTO; 3.4 EL CLIENTE; El perfil del consumidor; 3.5 LA DEMANDA; Analisis de la demanda; Tipos de demandas; Elasticidad de la demanda; La proyeccion de la demanda; 3.6. LA OFERTA; Ley de la oferta; Elasticidad de la relacion precio-oferta; Los competidores en el mercado del producto; Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados; 3.7 EL PRECIO; Categorias; Aspectos; 3.8 LA DISTRIBUCION
Canales de distribucionLos intermediarios; 3.9 PLANEACION DE LAS VENTAS; Analisis de la situacion; Pasos para la planeacion de las ventas; Importancia de planificar las ventas; Tecnicas para presupuestar las ventas; 3.10 ESTRATEGIAS DE MERCADEO; Proceso en el establecimiento de la estrategia de mercadeo; 3.11. MERCADO DE INSUMOS; Fases; Funciones; Aspectos a tener en cuenta; Seleccion de proveedores; Los tipos, cantidades estimadas, precios y condiciones de la mercancia y servicios; Procedimientos de proceso del ciclo de adquisicion y pago; 3.12 PRONOSTICO DEL MERCADO
Caracteristicas de los pronosticosSeleccion del metodo de pronostico; 3.13 RELACION ENTRE LAS VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO; RESUMEN; EVALUACION; LECTURA COMPLEMENTARIA; CUARTA UNIDAD; 4. ESTUDIO TECNICO; 4.1 TAMANO DEL PROYECTO; Capacidad; Factores que determinan el tamano de un proyecto; Optimizacion del tamano; Economia del tamano; Planes de ampliacion o ensanche; 4.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO; Factores que influyen en la localizacion; Estudio de la localizacion; Procedimiento del analisis de localizacion; Metodos de evaluacion; a) Metodos de evaluacion por factores no cuantificables
b) Metodo cualitativo por puntos
