



PROGRAMA ANALÍTICO

FACULTAD: INGENIERÍA

DEPARTAMENTO: TELECOMUNICACIONES

CARRERA: INGENIERÍA MECÁNICA

PLAN DE ESTUDIO: 2005

MODALIDAD DE CURSADO: PRESENCIAL

ORIENTACIÓN: No posee

ASIGNATURA: ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

CÓDIGO: 0345

DOCENTE RESPONSABLE:

NOMBRE	GRADO ACAD. MAX	CARGO	DEDICACIÓN
Pedro Ducanto	Master en Dirección de Empresas	Profesor Asociado	Simple

EQUIPO DOCENTE:

NOMBRE	GRADO ACAD. MAX	CARGO	DEDICACIÓN
Pedro Ducanto	Master en Dirección de Empresas	Profesor Asociado	Simple
Eliana Chiacchiera	Contadora Pública	Profesor Adjunto	Exclusiva
Ayelen Lifschitz	Licenciada en Administración de Empresas	Ayudante de Primera	Exclusiva

AÑO ACADÉMICO: 2022

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa

RÉGIMEN DE LA ASIGNATURA: Cuatrimestral

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIO: 1ER. CUATRIMESTRE DE 5TO. AÑO

RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES:

<i>Aprobada</i>
2232 Hs

ASIGNACIÓN DE HORAS:

Horas Totales		(90 h.)
Semanales		(6 h.)
Teóricas		(20 h.)
Prácticas	Resolución de problemas	(20 h.)
	Laboratorio	(... h.)
	Proyecto	(10 h.)
	Trabajo de campo	(10 h.)
Teórico-Prácticas		(30 h.)

f



FUNDAMENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS, CONTENIDOS, PROPUESTA METODOLÓGICA Y EVALUACIÓN DEL PROGRAMA:

Los fundamentos de los contenidos del programa propuesto se consustancian con los contenidos mínimos indicados en el plan de estudios de la carrera de Ingeniería Mecánica según resoluciones RCD N° 204/18 y RCS 037/19.

Se parte de considerar los posibles ámbitos laborales en los que un Ingeniero Mecánico se puede desempeñar en su trayectoria profesional, reconociendo tres alternativas genéricas: el camino académico- científico, el trabajo en relación de dependencia o la generación y puesta en marcha de su propio emprendimiento.

Esta asignatura se fundamenta en la necesidad de otorgar herramientas sobre todo a quienes integren los dos últimos grupos mencionados. El desempeño de estas tareas, requiere de conocimientos teóricos propios del campo de la Administración, las Finanzas y la Economía y el desarrollo de habilidades para aplicarlos en el proceso cotidiano de toma de decisiones.

OBJETIVOS PROPUESTOS:

El objetivo de la asignatura es preparar al alumno para enfrentar las diversas situaciones que se plantean al desempeñarse en el ámbito profesional:

- En un puesto de carácter gerencial/ejecutivo en una Empresa.
- Como impulsor de emprendimientos personales y/o grupales
- Como generador de propuestas innovadoras

COMPETENCIAS:

- **Competencias genéricas:**

- Concebir, diseñar y desarrollar proyectos de ingeniería.
- Aprender en forma continua y autónoma.
- Actuar con espíritu emprendedor.

- **Competencias específicas:**

- Planificar, dirigir y ejecutar proyectos de ingeniería

EJES TEMÁTICOS ESTRUCTURANTES DE LA ASIGNATURA Y ESPECIFICACIÓN DE CONTENIDOS:

UNIDAD 1: UNA MIRADA DEL CONTEXTO PARA LA GESTIÓN

Administración y contexto de aplicación.



Mercado de bienes y servicios. Dimensiones – Precios.
El Sistema Financiero – Mercados del Sistema Financiero
Mercado del dinero – Mercado de divisas – Mercado de Capitales
Mercado del Capital de Riesgo (Venture Capital)
El sistema monetario – Teorías del dinero
Inflación – Consecuencias y causas – Las distintas explicaciones de la inflación - Costos de la Inflación.
Precios Nominales y Reales.
Monedas digitales – Criptomonedas – Blockchain.

UNIDAD 2: INNOVACIÓN ABIERTA

Innovación ¿Qué es?

Tipos de Innovación - Innovación incremental - Innovación disruptiva (radical) – Pasos
Tipos de Innovación por nivel – Nivel Producto – Nivel categoría – Nivel Industria
Mapa de actores del contexto del emprendimiento – Mas allá de las cinco fuerzas de Porter.
Herramientas para la innovación - Pensamiento de diseño (Design Thinking)

UNIDAD 3: ADMINISTRACIÓN

Concepto de Administración. El Objeto de Estudio de la Administración. Organizaciones: concepto, clasificación. Empresa: concepto y clasificación. PyMES: concepto. Ley 24.467. Proceso administrativo. El Proceso Administrativo y la Jerarquía Organizacional. La Administración y su relación con las otras ciencias.

UNIDAD 4: EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO

Escuela de la Administración Científica: principales aportes, exponentes: Taylor, Gantt y Gilberth.
Escuela de la Administración Industrial y General: los 14 principios de Fayol.
Escuela de las Relaciones Humanas: principales aportes.
Escuela Sociológica: principales aportes.
Escuela de la Psicología: Pirámide de Maslow.
Escuela Neoclásica: diferencias entre la autoridad de línea y staff, criterios de departamentalización.
Escuela de Burocracia: principales aportes.
Teoría de las Organizaciones: exponente Simón, comunicación formal e informal.
Otras experiencias organizacionales: Enfoque de la Contingencia. Diseño de la estructura organizacional actual. Diseño organizacional a la medida.

UNIDAD 5: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Herramientas de la planificación: misión, visión, estrategias genéricas, presupuesto maestro.
Análisis del macroentorno: consideración de variables demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, político-legales y socioculturales.
Análisis del mercado: las 5 fuerzas de Michael Porter (barreras al ingreso creadas por la empresa, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, rivalidad entre los competidores existentes).
Análisis del ambiente interno: resumen ejecutivo (Información esencial sobre el negocio, Objeto del Negocio, etc.)
Análisis de situación: FODA. Ventaja competitiva. Dirección Estratégica





UNIDAD 6: ÁREA MARKETING

Producto: niveles de producto.

Estrategias de Producto: atributos de los productos, etapas del ciclo de vida del producto, matriz BCG.

Estudio de mercado: demanda.

Precio: Estrategias generales para la fijación del precio.

Mezcla de comunicación: estrategias.

UNIDAD 7: ÁREA PRODUCCIÓN

Localización de Planta.

Distribución interna de Planta: Layout. Objetivos. Tipos de Layout.

Capacidad. Nivel de actividad. Tamaño óptimo de planta.

Costos. Elementos del costo. Clasificación de los costos.

Punto de Equilibrio. Margen de Seguridad.

UNIDAD 8: ÁREA RECURSOS HUMANOS

Análisis de puestos: descripción de puestos y especificación de puestos.

Costos atribuibles al personal: sueldo bruto, sueldo neto, aportes y contribuciones.

UNIDAD 9: ÁREA FINANZAS

Inversión circulante. Recupero de la inversión.

Elaboración del flujo de fondos. Indicadores Financieros: VAN, TIR, Periodo de recupero.

Incidencia de la inflación. Tasas de interés y de descuento. Financiamiento propio o de terceros.

Sistemas de amortización de préstamos.

Estados Contables Presupuestados. Análisis de sensibilidad. Análisis de ratios.

FORMAS METODOLÓGICAS:

Se procurará un fluido y activo intercambio de ideas, opiniones e información entre los alumnos y los docentes.

En las clases teórico-prácticas, no se tratarán todos los temas, su objetivo es orientar el estudio, aprender y razonar en términos de la disciplina. Tampoco es posible tratar todas las situaciones factibles de presentarse en la realidad. Se intenta que los alumnos incorporen a su cultura los conceptos, lenguaje y principios para lograr estar en condiciones de resolver las situaciones que se le presenten en la práctica aunque no hayan sido tratadas específicamente.

La asignación de horas semanales será de 6 horas.

PROGRAMAS Y/O PROYECTOS PEDAGÓGICOS E INCLUSIVOS:

No se contemplan este tipo de actividades.





CRONOGRAMA TENTATIVO DE CLASES Y PARCIALES y NÓMINA DE TRABAJOS PRÁCTICOS:

Nº de Semanas	Docente	Temas Teóricos	Trabajos Prácticos	Observaciones
1	Ducanto	Administración y contexto de aplicación. Mercado de bienes y servicios. Dimensiones – Precios. El Sistema Financiero – Mercados del Sistema Financiero - Mercado del dinero – Mercado de divisas – Mercado de Capitales - Mercado del Capital de Riesgo (Venture Capital)		
1	Ducanto	El sistema monetario – Teorías del dinero Inflación – Consecuencias y causas – Las distintas explicaciones de la inflación - Costos de la Inflación. Precios Nominales y Reales. Monedas digitales – Criptomonedas – Blockchain.		
2	Ducanto	Innovación ¿Qué es? Tipos de Innovación - Innovación incremental - Innovación disruptiva (radical) – Pasos Tipos de Innovación por nivel – Nivel Producto – Nivel categoría – Nivel Industria		
2	Ducanto	Mapa de actores del contexto del emprendimiento – Más allá de las cinco fuerzas de Porter. Herramientas para la innovación - Pensamiento de diseño (Desing Thinking)		
3	Lifschitz A.	Concepto de Administración. Proceso administrativo. El Proceso Administrativo y la Jerarquía Organizacional. El Objeto de Estudio de la Administración. Administración: Ciencia, Técnica y Arte. La Administración y su relación con las otras ciencias.		
3	Chiacchiera	Visión de emprendimientos. Ideas de negocio, creatividad. Desarrollo –		



		Capacidad y Talento – Capital de Riesgo – Conservadurismo – Mercado Global		
4	Lifschitz A.	Escuela de la Administración Científica: principales aportes, exponentes: Taylor, Gantt y Gilberth. Escuela de la Administración Industrial y General: proceso administrativo definido por Fayol, los 14 principios de Fayol, funciones de la empresa.		
4	Lifschitz A.	Escuela de las Relaciones Humanas: experiencia Hawthorne. Escuela Sociológica: principales exponentes Sayles y Lewis. Escuela de la Psicología: Pirámide de Maslow, teoría X e Y. Escuela Neoclásica: diferencias entre la autoridad de línea y staff, criterios de departamentalización.	Prácticos de organigrama. Práctico de la Pirámide de Maslow.	
5	Chiacchiera	Herramientas de la planificación: misión, visión, valores, estrategias, programas, planes, presupuestos, procedimientos. Análisis del macroentorno: consideración de variables demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, político-legales y socioculturales. Análisis del mercado: las 5 fuerzas de Michael Porter (barreras al ingreso creadas por la empresa, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, rivalidad entre los competidores existentes).		
5	Lifschitz A.	Escuela de Burocracia: principales exponentes Weber y Merton. Teoría de las Organizaciones: exponente Simón, comunicación formal e infomal. Teoría del Conflicto. Teoría de los Sistemas.		



6	Chiacchiera	Análisis del ambiente interno: resumen ejecutivo (Información esencial sobre el negocio, Objeto del Negocio, etc.) Análisis de situación: FODA. Ventaja competitiva. Dirección Estratégica.		
6	Lifschitz A.	Otras experiencias organizacionales: Enfoque de la Contingencia. Diseño de la estructura organizacional actual. Diseño organizacional a la medida. Responsabilidad Social Empresaria (RSE).	Análisis de casos RSE	
7	Ducanto/ Chiacchiera	Análisis de casos		
7	Lifschitz A.	Herramientas de la calidad: Diagrama de Pareto, Diagrama Causa- Efecto, Espina de Pescado o Diagrama de Ishikawa. Gráfico de Dispersión o Correlación. Gráfico de Control o de Shewart. Gráfico de Control six sigma. Histogramas. Enfoque de la calidad de servicio.		
8	Ducanto/ Chiacchiera	Plan de marketing: Métodos para la fijación de precios. Plan operativo: inversión (fija y circulante), recupero de la inversión. Plan financiero: elaboración del flujo de fondos. Indicadores Financieros: VAN, TIR, Periodo de recupero.		
8	Lifschitz A.	Administración de recursos humanos: Concepto. Evolución de las funciones de los recursos humanos en el tiempo. Funciones de línea y staff. Análisis de puestos. Descripción de puestos. Funciones de los Recursos Humanos: planeación y reclutamiento del personal, selección, desarrollo de recursos humanos, compensaciones y prestaciones, relaciones laborales.	Práctico de Personal de línea y staff	
9	Ducanto/ Chiacchiera	Ejercicios prácticos		
9	Lifschitz A.	Otros conceptos: equipos de trabajo. Coaching. Pensamiento lateral. Liderazgo	Ejercicios de Pensamiento Lateral	



10	Ducanto/ Chiacchiera	Aspectos técnicos de costos y finanzas (costos para la toma de decisiones) el sistema de costos y las decisiones. Incidencia de la inflación. Tasas de interés y de descuento. Financiamiento propio o de terceros. Sistemas de amortización de préstamos.		
10	Lifschitz A.	Marketing. Segmentación. Producto: niveles de producto, clasificaciones de los productos y servicios, etapas del ciclo de vida del producto. Precio: Métodos generales para la fijación del precio.		
11	Chiacchiera	Ejercicios prácticos		
11	Lifschitz A.	Plaza: número de intermediarios. Mezcla de comunicación: promoción, publicidad, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo.		
12	Ducanto/ Chiacchiera	Estados Contables Presupuestados. Análisis de sensibilidad		
12	Lifschitz A.	Marketing en las Redes Sociales: Origen del Marketing en las Redes Sociales. Facebook y demás redes sociales. Community Manager. E-commerce. Estudios de Casos.	Estudios de Casos en Marketing Digital	
13	Ducanto/ Chiacchiera	Análisis de ratios. Punto de equilibrio. Contribución marginal.		
13	Lifschitz A.	Exposición de Trabajos		
14	Ducanto/ Chiacchiera	Ejercicios prácticos		

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA Y DE CONSULTA ESPECIFICANDO EL EJE TEMÁTICO DE LA ASIGNATURA:

Título	Autor/s	Editorial	Año de Edición	Ejemplares Disponibles
Administración en Contexto	DOVAL, Inés María	EDUNER (Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos)	2016	



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA				
Marketing en las Redes Sociales	BENEDETTI, Ariel M.	Editorial AMDIA (Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina)	2016	
Otra forma de estudiar Administración	CAVALLO, Sergio José	EDUNER (Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos)	2016	
Administración de recursos humanos- Gestión del capital humano	WERTHER, William B. - DAVIS Keith - GUZMÁN BRITO, Martha Patricia	MC Graw Hill	2014	
Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión	SCHNARCH KIRBERG Alejandro	ECOE Ediciones	2014	
Evaluación Financiera de Proyectos	MEZA Jhonny de Jesús	ECOE Ediciones	2013	
Ética para los empresarios: por qué las empresas y los países ganan con la Responsabilidad Social Empresarial	KLIKSBERG, Bernardo	Ediciones Ética y Economía S.A.	2013	
Marketing	LAMB- HAIR- MCDANIEL,	CENGAGE Learning	2011	
La revolución horizontal	ALONSO, Gonzalo y ARÉBALOS. Alberto	Libros en Red	2011	
Comportamiento Organizacional	ROBBINS, Stephen.	Pearson	2009	
Teoría Microeconomica	NICHOLSON Walter	CENGACE Learning	2008	10
Marketing Versión Latinoamérica	KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary	Editorial: Pearson	2007	
Introducción a la Administración: Teoría General Administrativa: origen, evolución y vanguardia.	HERNÁNDEZ, Sergio y RODRIGUEZ	Mc Graw Hill	2006	



Gestión en Pymes: Administración, Organización y Práctica	BARRÓN, Jorge	Área de Coordinación de Comunicación Institucional de la U.N.R.C.	1999	
Ventaja Competitiva	PORTER Michael E.	CECSA	1997	3
Administración de Responsabilidad Global	NARVAEZ Jorge - VOLPENTESTA Jorge	CyC	1995	
Producción: su organización y administración en el umbral del tercer milenio	SOLANA, Ricardo f.	Ediciones Interoceánicas s.a.,	1994	
Dirección de la Mercadotecnia	KOTLER Philips	Prentice Hall	1993	3
Las Herramientas de Calidad	LAFAYE, Hugo		Cuarta Edición	
El sistema de Producción y Operaciones	CARRO PAZ, Roberto y GONZÁLEZ GÓMEZ, Daniel			
Apuntes de cátedra	DUCANTO Pedro		2020	Disponible versión digital

HORARIO DE CLASES:

DIA	HORARIO
Jueves	18 a 21 h.
Viernes	14 a 17 h.

HORARIO Y LUGAR DE CONSULTAS:

DIA	HORARIO	LUGAR
Lunes	15:00 a 17:00 h	Sec. Extensión
Martes	10:00 a 12:00 h.	Cubículo G Pabellón i
Miércoles	10:00 a 12:00 h.	Cubículo G Pabellón i

REQUISITOS PARA OBTENER LA REGULARIDAD Y LA PROMOCIÓN:

La asignatura no es promocional, por lo cual todos los estudiantes deben aprobar una instancia final. La regularidad en el cursado se logra con la aprobación de siete trabajos prácticos, presentados, tratando con ello de que los alumnos adquieran habilidades para analizar y resolver problemas del entorno.

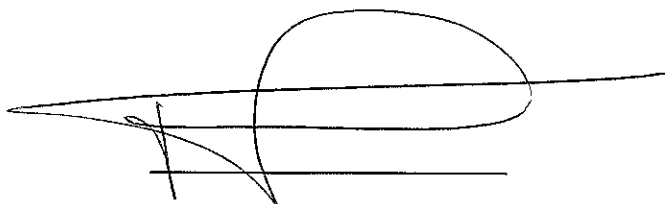
Para la evaluación final existen dos modalidades dependiendo de si el estudiante es regular o libre. En el primer caso se deberá resolver una situación problemática propuesta, referente a un caso preferentemente real y emanante del entorno. El grado de complejidad y los límites propuestos de la tarea a realizar será tal que deberá ser presentado en forma grupal o individual, debiendo los grupos estar conformados por estudiantes que aporten sus propios conocimientos útiles para la resolución del problema. De esta forma se pretende reforzar la conciencia acerca de la necesidad de trabajar en equipos integrados para lograr los mejores resultados.

Para el caso de los alumnos libres además de lo planteado precedentemente, deberán rendir una instancia oral teórica-práctica, referente a todos los temas de la asignatura.

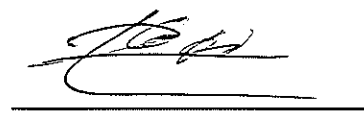
CARACTERÍSTICAS, MODALIDAD Y CRITERIOS DE LAS INSTANCIAS EVALUATIVAS, INCLUYENDO EXAMEN FINAL, ESTABLECIENDO TIEMPOS DE CORRECCIÓN DE LAS MISMAS Y LA DEVOLUCIÓN A LOS ESTUDIANTES:

EXÁMENES PARCIALES				
INSTANCIA EVALUATIVA	CARACTERÍSTICAS	MODALIDAD	TIEMPO DE CORRECCIÓN	TIEMPO DE DEVOLUCIÓN A LOS ESTUDIANTES
Parcial	Trabajo de campo	Escrito	10 días	10 días

EXAMENES FINALES	
CARACTERÍSTICAS	MODALIDAD
Examen Regular: Defensa de Trabajo	Oral
Examen Libre: Teórico - Práctico	Oral – Escrito



Firma Docente Responsable



Firma Secretario Académico