

	PLANIFICACIÓN ANUAL de ASIGNATURA Año 2023	
LICENCIATURA EN TECNOLOGÍA DE LOS ALIMENTOS - PROYECTO FORMATIVO		

ASIGNATURA : Organización y Gestión de Empresas / 2º año

Equipo Docente				
Docentes (Apellido y nombres)	Categoría docente /dedicación	Función	Horas destinadas a la asignatura	Actividades
Rodríguez, Gabriel	JTP/Exclusiva	Responsable	4 semanales	Clases teóricas y prácticas. Consultas
Ponssa, Eduardo	Profesor Asociado/Exclusiva	Participante	1 semanales	Clase teóricas.
Ferro, Enzo	Ayte. Diplomado/Simple	Participante	1,5 semanales	Clases teóricas y prácticas

De la Asignatura	
Carga horaria total: 90	Modalidad: no promocional
Horas teóricas: 45	Horas prácticas: 45
Modalidad especial: se incluyen clases teórico-prácticas	
SISTEMA INSTITUCIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (SIED) UNCPBA	
Opción	Soporte virtual / link
Horas no presenciales entre el 30 y 50%	
Horas no presenciales menor al 30%	
Uso de tecnologías como apoyo/complemento a actividades presenciales	x http://campusfcv.vet.unicen.edu.ar/moodle/course/view.php?id=577

Fundamentación
<p>Los conocimientos a adquirir en la asignatura aportaran al perfil del Licenciado en Tecnología de los Alimentos, completando conocimientos y habilidades en gestión de empresas alimenticias que el graduado debe tener. En este caso, la materia propone aportar conocimientos básicos del objeto de estudio: la empresa. Por ello parte de la organización y sus características, focalizando especialmente en aquellas que poseen fin de lucro.</p> <p>A partir de allí se aportan las bases de gestión de las empresas: el marketing, la administración de la producción y la gestión económico-financiera, aprendiendo metodologías de cálculo e interpretación de indicadores económicos y financieros.</p>

Aportes específicos al perfil del egresado

Según el plan de estudios, *el Licenciado en Tecnología de los Alimentos tendrá una formación científica y técnica que le permitirá adquirir conceptos y desarrollar capacidades profesionales para desempeñarse en el campo de conocimientos concernientes a (entre otros puntos):*

- *Formulaciones óptimas y desarrollo de alimentos.*
- *Productividad y calidad en la industria alimenticia.*
- *Eficiencia en la elaboración de alimentos en todas las fases productivas.*
- *Inversión y Costos de producción.*
- *Promover y apoyar la creación de pequeñas y medianas industrias alimenticias.*
- *Importancia de la integración social profesional del egresado en el sistema productivo.*

La asignatura, al abordar los principios básicos de la administración de empresas, aporta habilidades capacitar al egresado en los puntos señalados.-

Objetivos generales

Brindar conceptos básicos sobre la organización de empresas y herramientas para su administración

Objetivos específicos

Lograr que el estudiante sea capaz de:

- Comprender el concepto de organización y el de empresa
- Dominar las bases de la administración de empresas
- Comprender y aplicar los distintos tipos de estrategias que pueden usar las empresas para conducirlos a su objetivo.
- Dominar los principios básicos del marketing estratégico y operativo
- Comprender el concepto de aspectos económicos y financieros en la empresa y sus aspectos contables fundamentales (costos, ingresos, activo, pasivo, patrimonio neto)
- Calcular resultados económicos, rentabilidades e indicadores para la toma de decisiones.
- Realizar presupuestos financieros e interpretar los mismos
- Dominar los principios básicos de la administración de la producción
- Tener actitud proactiva en las organizaciones, a partir del conocimiento de su funcionamiento.

Prerrequisitos

Siendo la primera de las materias de la carrera correspondiente a la disciplina de la administración, no se requieren conocimientos específicos previos.-

Contenidos

Unidad 1 – **Introducción a la administración de empresas**

La empresa y el mercado. Tipos de mercado. Commodities y productos diferenciados. Cadena de agronegocios. Organizaciones. Clasificación: la empresa. La empresa como sistema: dimensión estratégica, social, económica y productiva. Flujo productivo, económico-financiero y de información. La toma de decisión empresarial. Modelo de tensiones. Las funciones de la administración. Características de las empresas: identidad y visión.

Unidad 2 – **Marketing estratégico y operativo**

La gestión estratégica y el marketing. Concepto y evolución del marketing. Marketing estratégico. Matrices de análisis estratégico: estrategias genéricas de Porter, matriz de Ansoff, BCG, esquema de fuerzas competitivas, Estrategia del Océano Azul. Segmentación. Targeting. Posicionamiento. Marketing Operativo. Marketing mix: Producto, Precio, Distribución y Comunicaciones.

Unidad 3 – **Factores de la producción**

El trabajo. Trabajo manual e intelectual. Estandarización y creatividad. Estructura jerárquica y en red. La empresa emergente. Trabajo innovador y contingente. El coaching empresarial. El capital. Fuentes de financiamiento. Capital monetario e intelectual. Capital humano y estructural. Factores de producción.

Unidad 4 – **Introducción a los costos**

Producción. Productividad. Costos de producción. Estructura de costos. Clasificaciones. Punto de Equilibrio. Punto de cierre.

Unidad 5 – **Introducción al cálculo económico**

Planeamiento y gestión. Presupuestación económica y financiera. Indicadores de gestión. Análisis de actividades. Control de gestión. Tablero de comando. Resultado Bruto. Resultado Neto. Resultado final. Rentabilidades. Apalancamiento. Indicadores de liquidez.

Unidad 6 – **Administración de la producción**

Planeamiento y control de la producción. Objetivos. Desafíos y decisiones de administración de la producción. Sistemas de producción. Dimensionamiento y localización. Organización de la producción. Calidad total. Logística y distribución.

Integración de contenidos con otras asignaturas de la carrera posteriores en el Plan de Estudios

Contenidos	Asignaturas relacionadas
Bases de microeconomía y macroeconomía	Principios de Economía
Formulación y evaluación de proyectos de inversión	Evaluación de proyectos

Planificación estratégica en empresas del sector alimenticio	Planeamiento Estratégico de la Empresa Alimenticia
--	--

Metodología de trabajo

Las estrategias didácticas en el Nivel Superior tienen como fundamento la organización y orientación de los alumnos hacia procesos de autoaprendizaje y de aprendizaje compartido. Desde este punto de vista, la función del docente no es solamente la de desarrollar explicativamente los contenidos, sino también la de plantear estrategias para que los alumnos puedan abordarlos por sí mismos y grupalmente.

Desde esta concepción, la reflexión y el análisis crítico son procedimientos adecuados para el desarrollo de las clases. La consulta bibliográfica y su discusión grupal, la argumentación y contra argumentación, son ejemplos de actividades que concuerdan con la índole de las estrategias señaladas.

Lo expuesto, sin embargo, no excluye las intervenciones necesarias y oportunas del docente para proveer a los alumnos de herramientas conceptuales y metodológicas que les permitan organizar el conocimiento.

La evaluación de la cursada se llevará a cabo a partir de la concepción de evaluación de proceso y continua, orientada a la participación de los alumnos mediante guías de trabajo y el planteo de situaciones problemáticas a resolver.

Con esta idea se propiciarán tareas para desarrollar tanto individual como grupalmente para poder evaluar las producciones y las intervenciones en las situaciones propuestas o aquellas que se produzcan espontáneamente durante las clases.

Serán criterios de evaluación:

- El uso pertinente de vocabulario específico.
- El manejo de contenidos específicos de cada uno de los temas trabajados y de los conceptos estructurantes del análisis de las problemáticas propias de la materia.
- El uso apropiado de los materiales bibliográficos y otras fuentes de información que se agreguen para la realización de las actividades.
- La responsabilidad en el cumplimiento de las tareas.
- La disposición favorable al debate y a la comunicación en el aula y con los pares.
- La capacidad de exposición de los trabajos en público.

Metodología: La evaluación de cursada se realiza mediante la aprobación con 4 (cuatro) o más puntos de un examen parcial escrito (o su correspondiente recuperatorio) en donde se incluyen contenidos tanto teóricos como prácticos, más un trabajo práctico grupal que consiste en un caso de relevamiento de mercado.

La acreditación final de la materia se realiza mediante un examen final (preferentemente oral) integrador, que privilegia la adecuada interpretación y aplicación de los conceptos claves del curso.

Asistencia: para lograr la acreditación final, se debe cumplir la asistencia mínima reglamentaria.

Recursos

El acercamiento a los objetos de estudio se realizará mediante la utilización de materiales didácticos diversos disponibles en el aula virtual, que permitan a los alumnos la comprensión conceptual y el desarrollo analítico. Se utilizarán, además de la bibliografía física y virtual, presentaciones powerpoint, la vinculación con sitios en la red, videos y otros recursos que ameriten la mejora de la comprensión de los temas a medida que transcurra el dictado de la materia.

También se usarán planillas de cálculo especialmente diseñadas para cálculo de costos, resultados, estados contables e indicadores.

Bibliografía

Libros

- Aaker, D. y Day, G. Investigación de mercados. McGraw, tercera edición, 1989.
- Alonso, Aldo. Administración de las finanzas de la empresa. Ediciones Macchi, 1989.
- Alvarado Ledesma, Manuel. Agronegocios, empresa y emprendimiento. El Ateneo, 2004.
- Anthony, R. Sistemas de Planeamiento y Control. El Ateneo, 2ª. Edición, 1984.
- Barker, J. Paradigmas. Tesis, 1986.
- Billene, Ricardo. Costos para Pyme. Errepar. 2002.
- Braidot, Nestor. Marketing Total. Ediciones Macchi. 1992.
- Chase, R. y Aquilano, N. Dirección y Administración de la Producción y de las Operaciones. Mc Graw Hill. 6ta. Edición. 1998.
- Cuatrecasas, Lluís. Claves del Lean Management en tiempos de máxima competitividad. Editorial Profit, 2016.
- Drucker, Peter. La Administración en una época de grandes cambios. Editorial Sudamericana, 1996.
- Drucker, Peter. La gerencia efectiva. Editorial Sudamericana, 13ª ed., 1989.
- Druker, Peter. Las fronteras de la Administración. Sudamericana, 1987.
- Dvoskin, Roberto. Fundamentos de Marketing. Granica. 2004.
- Echeverría, Rafael. La empresa emergente. Granica, 2003.
- Edvinsson L. y Malone M. El Capital Intelectual. Norma, 1998.
- Emery, J. C. Sistemas de Planeamiento y Control en la empresa. El Ateneo, 1984.-
- Galbraith, Jay. Diseño de la organización: Un enfoque de procesamiento de información. En Kolb, Rubin y McIntyre, Psicología de las Organizaciones, Prentice-Hall, 1993.
- García, Apolinar. Patología de la Empresa. Sainte Claire Ed., 2004.
- Hermida, R. y Serra, R. Administración y Estrategia. Macchi, 1990.
- Herrscher, E. Introducción a la Administración de Empresas. Granica, 2000.
- Kotler, Philip. Dirección de Mercadotecnia. Hispanoamericana. 2000.
- Kotler, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia. Hispanoamericana s.a. – Cuarta Edición.1998.
- Mintzberg, H. Diseño de organizaciones eficientes. El Ateneo, 1992.
- Mintzberg, Henry. La Naturaleza del Trabajo Directivo. Editorial Ariel, 1979.
- Peters, Tom. Del Caos a la Excelencia. Ediciones Folio, 1990.
- Porter, M. Estrategia Competitiva. CECSA, 1980.
- Ries A., Trout J. Posicionamiento. Mc Graw-Hill, 1989.
- Robbins, S. y Coulter, M. Administración. 5ta.ed. Prentice-Hall, 1996.
- Senge, Peter. La Quinta Disciplina. Granica, 1998.
- Serra R., Iriarte J. y Le Fosse G. El nuevo juego de los negocios. Norma, 2000.

- Serra, R. y Kastika, E. Re-estructurando empresas. Ediciones Macchi, 1994.
- Solana, Ricardo. Producción. Ediciones Interoceánicas, 1996.
- Solana, Ricardo. Producción. Su organización y administración en el umbral del tercer milenio. Ediciones Interoceánicas. 1994.
- Steiner, G. Planeamiento Estratégico. CECSA, 1998.
- Toffler, Alvin. La Tercera Ola. Plaza & Janes, 6ª. ed., 1981.
- Vinitzky, G. Planeamiento Estratégico y Presupuestos. Tesis, 1986.
- Walsh, Ciaran. Ratios clave para la dirección de empresas. Ediciones Folio. 1994.

Documentos de cátedra

- Documento de apoyo: Costos
- Documento temático Indicadores