



PROGRAMA DE ESTUDIOS

ORGANIZACIÓN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Identificación

Carrera	Contabilidad
Curso	Tercero
Área de formación	Profesional
Código	4363
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	75
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales:	2 horas reloj teóricas: 1 prácticas: 1
Responsable	
Fecha	2015

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Organización Administración de Empresas tiene el propósito de preparar a los alumnos en la administración de empresa, con conocimientos teóricos y prácticos, de cómo iniciar la creación de una empresa, con la investigación de mercado, la oferta, la demanda, estudio de la competencia y los conocimientos de cómo administrar los equipos de producción y los materiales utilizados en la producción y comercialización.

Así mismo, como diseñar las políticas y estrategias de administración y el control de los diversos planes formulados en la misma.

Para tal fin, los conceptos teóricos van acompañados de ejercicios y casos prácticos que le permitan construir conocimientos significativos; con vista a profundizar el manejo de una empresa, tener dominio suficiente de los procedimientos básicos y una actitud de trabajo y disposición para poder desempeñar con propiedad las labores de gestión administrativa de una empresa.

Formula y Analiza elementos de la administración, por tanto prepara al estudiante en la utilización de las herramientas fundamentales de la gerencia administrativa.

2.2. Objetivo general del programa

La asignatura propone actividades para que los alumnos desarrollen capacidades en la administración de empresa, adquieran conocimientos teóricos y prácticos, de cómo iniciar la creación de una empresa, con la investigación de mercado, la oferta, la demanda, estudio de la competencia, y la administración de los equipos de producción y materiales utilizados en la producción y comercialización, así como en el diseño de las políticas y estrategias de administración y el control.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Comprender los aportes de la empresa a la sociedad.
- Comprender y aplicar el proceso de la creación de una empresa.



- Comprender y aplicar las funciones del proceso administrativo en la empresa.
- Diseñar la estructura administrativa de una empresa.
- Elaborar los procesos básicos y normas de Administración. (Planeación, Organización, Ejecución y Control).
- Aplicar las normas y procedimientos administrativas más usuales.
- Identificar y aplicar correctamente las normas y los principios básicos de la Administración.
- Reconocer aspectos éticos y legales sobre los Activos de planta, Equipos y Herramientas, materiales e insumos.
- Investigar el mercado, analizar las ofertas, demandas y el entorno competitivo de la empresa.
- Aplicar los procedimientos de ventas y control presupuestario.
- Desarrollar el punto de equilibrio de las inversiones en publicidad y promoción y los gastos que esos rubros significa.

2.4. Contenidos

Unidad I - Nacimiento y futuro de la empresa

Proceso inicial de la creación: a) análisis de la demanda, b) estudio de la competencia, c) estudio del emplazamiento, d) determinación del capital requerido.

Planteamiento y desarrollo de un plan de negocios para la nueva empresa: análisis de los diferentes sectores de actividad. Elección del negocio: a) estudio de la demanda, b) estudio de la oferta, c) estudio de la competencia, d) estudio de la tecnología. Características del plan de negocio. El plan financiero de la empresa.

Unidad II - Estructura organizativa

Definiciones y conceptos básicos.

Departamentalización. Diagrama de estructura organizativa: Normalización de organigrama. Normas. Metodología. Análisis estructural. Optimización de estructuras. Administración por objetivos. Conceptos básicos.

Unidad III - Organización de la dirección superior

La función del mandato. La función administrativa o de dirección general. La función de la duración divisional o departamental.

El Directorio: funciones, composición representación externa. Elección de directores, renovación total y parcial. Cargos en el Directorio.

Comisiones. Reuniones. Orden del día. Presentación de los Ejecutivos ante el Directorio honorarios y compensaciones de gastos. Informe al Directorio.

Unidad IV - Los recursos humanos y materiales

La localización geográfica de la empresa. Locales edificios y terrenos: compras o arrendamientos. Las maquinarias y los suministros. Aprovechamiento y existencias. Los recursos humanos. Contratación del personal.

Unidad V - Control sobre la calidad del personal principal

Selección, adiestramiento: de estudiantes, supervisores y ejecutivos. Desarrollo mediante el desempeño de posición de responsabilidad.

Clasificación del personal que ocupa puestos importantes.

Apreciación de la actuación en términos de las exigencias del puesto. Formularios de calificaciones bien diseñados. Empleo efectivo de las calificaciones. Nombramientos para puestos importantes. Disposición del personal inadecuado que ocupe posiciones importantes.



Unidad VI - Previsiones y planificación de las diferentes actividades de la empresa

Los objetivos empresariales. Jerarquía e integración. Políticas, programas y presupuesto. Las previsiones y la planificación. Los modelos de la producción. Planificación de aprovechamiento y existencias. Planificación de la mano de obra. Planificación financiera.

Unidad VII - la planificación y el control de gestión en la administración de la empresa

La forma de decisiones en la empresa. La política de gestión y la dirección empresarial. Principios. Funciones de la dirección empresarial. Los instrumentos de la dirección empresarial. Concepto de administración de empresas. Objeto de la planificación. Objeto del control de gestión.

Unidad VIII - Políticas de productos

¿Qué es un producto? Calidad. Punto de vista del consumidor. Punto seguido de la empresa. Cantidad. Diseño y forma. Tamaño. Vida del producto. El posicionamiento del producto. Etapas para establecer su estrategia.

Envases y Embalajes: marketing y envasado de productos. Envases y Embalajes. Condiciones del envase relativas a la empresa. Condiciones del envase relativas a la distribución. Condiciones del envase relativas al consumidor. Envases recuperables o perdidos. Envase promocional. Envase fraudulento.

Unidad IX - Selección del equipo de producción

Selección del equipo exacto del equipo de producción. Tendencia en el equipo de producción. Factores intervinientes en la selección del equipo. Factores intervinientes para la elección del equipo para manejo de los materiales. Tipos de equipos.

Unidad X - Mantenimiento de la planta y del equipo

Sustitución del equipo. Depreciación y envejecimiento (obsolescencia). Criterio para la sustitución del equipo.

Seguridad de la planta: seguridad industrial. La Ingeniería de seguridad. Dispositivos de seguridad. Protección contra incendios.

Unidad XI - Control de los materiales

Tipos de Inventarios: materia prima, materiales en procesos, productos acabados, abastecimientos, equipos.

Elementos sistemáticos de materiales: localización del almacén, facilidades del almacenamiento, simbolización e identificación de los materiales, procedimientos para el registro de los inventarios, volumen de pedidos, métodos de evaluación de los materiales.

Unidad XII - Ventas

Distribución e impulsión. Organización de ventas. Funciones del departamento de ventas. Reclutamiento de vendedores. Selección. Formación. El manual de ventas. Información ascendente y descendente.

Asignación de zona de venta. Fijación de rutas. Estímulos. Remuneración. Apoyo a la labor del vendedor. Control. El arte de vender. Otros sistemas de venta.



Unidad XIII - Control de la actividad de venta

Concepto de control. Carácter del control. Estándares. Recogida de la información. Análisis de desviaciones. Acción correctiva. Como crear e implantar un sistema eficaz de información: a) objetivos básicos; b) diseño de los informes de vendedores; c) evaluación de los informes de vendedores; d) supervisión de la actividad de ventas; e) identificación de problemas y oportunidades.

Unidad XIV - Política de impulsión: publicidad, promoción

La publicidad. Su contenido. Sus principios. Directrices generales. Medios. Presupuesto publicitario.

Organización de la publicidad: las agencias. Eficacia de la publicidad. Productos publicitarios. Su medida. La campaña de publicidad.

Promoción: definición y características. Contenido de la promoción. Control. Rentabilidad de la promoción. El punto crítico. Juicio crítico de la promoción.

Unidad XV - Control presupuestario

Bases históricas de los presupuestos. Finalidad: planeación mediante el presupuesto. Control. Coordinación mediante el presupuesto. Tipos de presupuestos. Presupuesto rígido. Presupuesto variable.

Requisitos para la preparación de un presupuesto. Líneas de autoridad y responsabilidad en la preparación de un presupuesto. Presupuesto de ventas. Presupuesto de producción. Presupuesto Financiero. Duración del periodo de vigencia del presupuesto. Preparación de presupuesto en casos de la producción sobre pedidos especiales. Ampliación del presupuesto. Registro de operación, limitaciones del presupuesto.

2.5. Estrategias metodológicas

La propuesta metodológica para el desarrollo del programa estará centrada en la actividad cognitiva y actividad del estudiante. Se propone la integración teoría – práctica o práctica – teoría; mediante actividades contextualizadas y que estimulen la reflexión y acción del estudiante. Se realizarán ejercicios y casos prácticos con temas financieros reales.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y logros como producto. Los procesos evaluativos se centrarán a verificar las evidencias de desempeño (capacidades logradas) según los criterios preestablecidos en la definición de objetivos (aprendizajes esperados) de cada unidad. La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativo, por lo que servirán para la acumulación de puntajes de cada etapa, de acuerdo a los reglamentos vigentes de la FCE UNE.

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN Actividad	Ponderación
Primera parcial	20
Segunda parcial	20
Bitácora de trabajos prácticos	20
Examen final	40
Total	100

2.7. Criterios de evaluativos

- Cognitivo: se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender e inferir los aprendizajes para sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.
- Discursivo: este criterio obedece a capacidades de diálogo y expresión con el otro, de argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos.
- Aplicativo: este criterio responde a capacidades desarrolladas para el planeamiento, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en principios y teóricas, analizadas durante el curso.
- Actitudinal: durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso con relación a su propio proceso de formación de sus habilidades para el trabajo individual y grupal, además de la práctica de la vida ciudadana, del cuidado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos.

2.8. Bibliografía Básica

- MAQUEDA LAFUENTE, Francisco Javier (1990) *“Como crear y desarrollar una empresa”*. Ediciones Deusto S.A. Madrid, Barcelona, Bilbao.
- REIG HERNÁNDEZ, D. (2012) *Cómo crear y desarrollar una empresa: planificación y control de actividades*. España.
- DE CORDOBA, José Luis. *“Técnicas de marketing”*. Ediciones Deusto S.A. Madrid, Barcelona, Bilbao.
- LARDENT, Alberto / GOMES ECHARREN, Mabuel A. / LORO, Alberto. *“Técnicas de organización, sistemas y métodos”*. Editorial Club de Estudios. Buenos Aires.
- HOLDEN, Paul E. / LOUNSBURY S. Fish /SMITH, Humbertl. *“Dirección de empresas – prácticas de organización y control”*. Editorial Selección Contable. Buenos Aires.
- LAWRENCE L. Bethel y Otros. *“Organización y dirección industrial”*. Editorial Cultural Económica. México.
- ARANA, José A. *“Como organizar una empresa industrial”*. Ediciones Deusto S.A. Madrid, Barcelona, Bilbao.
- STRAFFORD, Jhon / GRANT, Colin. *“La dirección de ventas”*. Ediciones Deusto S.A. Madrid, Barcelona, Bilbao.
- DE CORDOBA, JOSÉ LUIS. *“Técnicas de marketing”*. Madrid, Barcelona, Bilbao: ediciones Deusto S.A.
- LARDENT, ALBERTO / GOMES ECHARREN, MABUEL A. / LORO, ALBERTO. *“Técnicas de organización, sistemas y métodos”*. Buenos Aires: editorial Club de Estudios.
- HOLDEN, PAUL E. / LOUNSBURY S. FISH /SMITH, HUMBERTL. *“Dirección de empresas – prácticas de organización y control”*. Buenos Aires: editorial Selección Contable.
- LAWRENCE L. BETHEL Y OTROS. *“Organización y dirección industrial”*. México: editorial Cultural Económica.
- ARANA, JOSE A. *“Como organizar una empresa industrial”*. Madrid, Barcelona, Bilbao: ediciones Deusto S.A.
- STRAFFORD, JHON / GRANT, COLIN. *“La dirección de ventas”*. Madrid, Barcelona, Bilbao: ediciones Deusto S.A.