

**Universidad Nacional de La Plata**

**Facultad de Artes**

**Departamento de Diseño Industrial**

- 1) **Ciclo Lectivo:** 2023
- 2) **Denominación asignatura:** Seminario II Gestión empresarial
- 3) **Sistema de promoción:** Directa
- 4) **Carga horaria semanal (teórico y práctico)** 4hs
- 5) **Fundamentación de la materia**

El propósito del seminario Gestión empresarial es brindar a los alumnos un acercamiento teórico y aplicado a la realidad de las empresas como método de aprendizaje para desarrollar y para fortalecer las competencias necesarias para realizar una adecuada oferta de sus servicios profesionales como diseñadores industriales y/o para facilitar la inserción en el mercado laboral actual.

Para ello, se deben incorporar conceptos sobre escenarios para el diseño de productos desde una visión integral que nos permita comprender los factores que lo condicionan y lo definen. Estos conceptos son: usuarios, materialidad, factores tecnológico-productivos, consumo, comunicación y responsabilidad.

Con respecto a los *usuarios*, la organización debe conocer las características y las particularidades de quienes usan sus productos, de manera tal que le permita brindar una mejor respuesta a sus necesidades y/o deseos, sean éstos explícitos o latentes. La *materialidad* combina los aspectos tangibles e intangibles, desde su aporte de valor hasta la identidad. Puede incluir, también, las problemáticas concretas de funcionamiento y la experiencia de uso.

Los *factores tecnológico-productivos* son aspectos que giran en torno a la gestión de los procesos necesarios para lograr la materialidad del producto. Se dimensiona la tecnología con la que se cuenta y las posibilidades futuras. Con respecto al *consumo*, debe ser pensado con una clara orientación hacia el mercado, enfocada en los clientes actuales, potenciales y en los nichos específicos. La *comunicación* involucra las acciones necesarias para identificar y para contar el producto. Es muy importante saber distinguir qué y cómo comunicar, dependiendo de los destinatarios de los mensajes y las necesidades de comunicación de la organización.

El producto o servicio lleva asociada información de diferente tipo según lo requieran distribuidores, vendedores, servicio técnico, organismos de control, clientes o consumidores. Por último, la *responsabilidad* implica el compromiso sobre los requerimientos de carácter obligatorio que regulan el producto, como aquellos voluntarios enfocados a la equidad y la sustentabilidad ambiental.

## Objetivos

### *Objetivo General*

Introducir al alumno de los últimos años de la carrera, en la concepción de las organizaciones y en el rol del Diseñador Industrial dentro de un marco comprensivo de la realidad e integrado con las restantes disciplinas, de modo de favorecer la inserción laboral e introducirlos al pensamiento sistémico del análisis organizacional.

### *Objetivos Específicos*

- Lograr comprensión en el alumnado de los conceptos y variables fundamentales en el análisis organizacional y específicamente en la Administración de Empresas.
- Que los alumnos conozcan y comprendan el rol del administrador, las actividades gerenciales y las funciones de las distintas disciplinas de la Gestión de Empresas.
- Desarrollar capacidades y habilidades para la utilización de métodos, técnicas y herramientas en el tratamiento de problemas y/o análisis de situaciones puntuales, tendientes al perfeccionamiento y optimización de la realidad.
- Desarrollar capacidades y habilidades para el análisis, evaluación, administración y presentación de proyectos.

## 6) Contenidos

### *Unidad N° 1: Las Organizaciones*

Características. Ambiente Organizacional. El Proceso de Cambio y Adaptación. Fines, objetivos y metas. Tipos de Organizaciones. Estructura Organizacional. Delegación. Departamentalización. Descentralización. Desconcentración. Recursos Organizacionales (humanos, materiales, financieros y tecnológicos). Complejidad Organizacional. Formalización.

### *Unidad N° 2: La Empresa*

Concepto de Empresa y Empresario. Origen y Evolución de la Empresa Moderna. Tipos de Empresas. Entorno mediato e inmediato. Áreas Funcionales (naturaleza, funciones e interrelaciones). Sistemas de Información Gerencial. Importancia de la Información. Proceso de Comunicación. Enfoque Sistémico.

### *Unidad N° 3: La Gestión Empresarial*

#### *Management estratégico.*

La Acción Empresarial. Las Funciones del Gerente General. El Gerente General Estratega. El Gerente General Organizador. El Gerente General Líder. Objetivos y Estrategia. La Estrategia Empresarial. La Planeación Estratégica. Análisis Marginal. Crecimiento Sostenible (nuevos productos y mercados). Segmentación Estratégica. Ciclos de Vida. Análisis de las Fuerzas Competitivas. Barreras de Entrada y Salida. La Cadena de Valor. Indicadores de Gestión.

### *Unidad N° 4: Análisis, Evaluación y Administración de Proyectos*

#### Marketing operativo.

Definición de Proyecto. Limitaciones de la Evaluación de Proyectos (variables del entorno). Viabilidad de un Proyecto (técnica, legal y económica). Estudio de Mercado (mercado de insumos, mercado de competidores directos e indirectos, mercado distribuidor y mercado consumidor). Estrategia Comercial. Estrategia de Producto (envase, tamaño, calidad, marca). Estrategia de Precio. Estrategia de Distribución. Estrategia de Comunicación. Modelos de Evaluación de Proyectos (VPN y TIR). Plan de Negocios y su aplicación. Sensibilidad. Flujo de Fondos Proyectado.

### *Unidad N° 5: Gestión de Proyectos mediante Ms Project – Diagrama de Gantt*

Gestión de proyectos. Determinación del camino crítico. Trabajo con sumarios, tareas, hitos y recursos. Descripción del diagrama de Gantt, elementos, características, ventajas. Definición de un calendario de trabajo. Consideraciones antes, durante y después de un proyecto. Administración de recursos, sobreasignaciones. Estimación de costos. Tipos de relaciones entre tareas (precedencias). Gantt de seguimiento, Evaluación de fin de proyecto

## 7) Metodología de trabajo

Operativamente, hemos configurado una cátedra interdisciplinaria con contenidos esenciales en estrategias de marketing, desarrollo de producto, organización y costos.

Cada clase se dicta un teórico correspondiente a cada uno de los módulos de la materia y cuyos contenidos serán aplicados en un trabajo práctico a desarrollar en clase.

Como forma de integrar los conocimientos vistos durante el curso, se pide a los alumnos el desarrollo de un trabajo final aplicado a una empresa/organización real, para el cual cuentan con información provista por la cátedra, visitas a las instalaciones de producción y con un interlocutor del comitente que comunica sus necesidades y que responde consultas

## 8) Modo de evaluación

Aprobación de cada trabajo práctico (individual) correspondientes a cada unidad de la materia.

Aprobación del trabajo práctico final que se desarrolla en forma grupal realizando un plan de negocios y la gestión de proyecto de un producto industrial para un comitente.

## 9) Bibliografía

### **Unidad N° 1**

KAST, F. E. Y ROSENZWEIG, J.E.: "Administración de las Organizaciones". Editorial Mc Graw Hill. México 1981. Capítulos 6, 7 y 8.

HALL, Richard: "Organizaciones: Estructura y Proceso". Editorial Prentice Hall Internacional. Madrid 1980. Capítulos 1, 2 y 3.

SOLANA, Ricardo F.: "Administración de Organizaciones". Editorial Interoceánica. Capítulos 11 y 16.

ETKIN, Jorge: "Viabilidad de las Organizaciones". Editorial Macchi. Buenos Aires 1984. Capítulos 1 y 2.

### **Unidad N° 2**

HERMIDA, Jorge, SERRA, Roberto y KASTICA, Eduardo: "Administración y Estrategia". Ediciones Macchi. Buenos Aires 1993. Capítulo 10.

DRUCKER, Peter: "La Gerencia". Editorial El Ateneo. Buenos Aires 1976. Capítulos 29, 30, 31 y 32.

KAST, F. E. Y ROSENZWEIG, J.E.: “Administración de las Organizaciones”. Editorial Mc Graw Hill. México 1981. Capítulo 5.

SOLANA, Ricardo F.: “Administración de Organizaciones”. Editorial Interoceánica. Capítulos 10 y 11.

LOSOVIZ, Eduardo A.: “Sistemas de Información”. Rev. Administración de Empresas, Tomo VI, páginas 501 a 525.

### **Unidad N° 3**

SALLENAVE, Jean Paul: “Gerencia y Planeación Estratégica”. Editorial Norma. Colombia 1993. Capítulos 1, 2, 3, 5, 6, 9.

PORTER, Michael E: “Estrategia Competitiva”. Editorial Continental. México 1982.

BOWER, Joseph L.: “Oficio y Arte de la Gerencia”. Artículos de Grandes Pensadores de la Escuela de Administración de Empresas de Harvard. Editorial Norma. Colombia 1995. Capítulos 1, 3 y 7.

SOLANA, Ricardo F.: “Administración de Organizaciones”. Editorial Interoceánica. Capítulo 6.

MOCCIARO, Osvaldo A.: “Presupuesto Integrado”. Ediciones Macchi. Buenos Aires 1992. Capítulos 1, 2, 3 y 10.

GENE Garofalo, “Ventas y Marketing”. Ediciones Pearson Educación 1998

### **Unidad N° 4**

ALONSO, Aldo H., QUIROGA, Eduardo, DELLA CROCE, Flavio y BALIHAUT, Daniel: “Fundamentos y Aplicaciones del Cash Flow”.

SAPAG CHAIN, Nassir: “Criterios de Evaluación de Proyectos”. Editorial Mc Graw Hill. España 1993. Capítulos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 14, 16, y17.

BOOZ ALLEN & HAMILTON “Globalizar desde Latinoamérica” El caso ARCOR. Editorial Mc Grau Hill

FINNERTY, John D.: “Financiamiento de Proyectos”. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México 1998.

MOCCIARO, Osvaldo A.: “Presupuesto Integrado”. Ediciones Macchi. Buenos Aires 1992. Capítulos 1, 2, 3, 8

## Unidad N° 5

### Libros:

MICROSOFT PROJECT 2013 CONFIGURACION – Rafael Ruiz Velasco de Lira

MICROSOFT PROJECT 2013 PLANEACION – Rafael Ruiz Velasco de Lira

MICROSOFT PROJECT 2013 SEGUIMIENTO Y CONTROL – Rafael Ruiz Velasco de Lira

GESTIÓN DE PROYECTOS CON MICROSOFT PROJECT 2013

**COLMENAR SANTOS, ANTONIO / CRUZ CASTAÑÓN, FCO. JAVIER / CASTRO GIL, MANUEL A. /  
BORGE DÍEZ, DAVID – RA MA Editorial 2014**

MANUAL IMPRESCINDIBLE PROJECT 2013

**FERNÁNDEZ TAMAMES, JOSÉ – Anaya 2013**

### Manuales:

[http://pcmanagement.es/editorial/Managem\\_powpoin/Manual\\_Project\\_2003.pdf](http://pcmanagement.es/editorial/Managem_powpoin/Manual_Project_2003.pdf)

<https://microsoft-project-professional.softonic.com/imagenes-videos>

### Tutoriales:

<https://support.office.com/es-es/article/Gu%C3%ADa-de-inicio-r%C3%A1pido-de-Project-2013-1c7a29f9-c0a1-486d-b945-c48cb0091ddb>

## 10) Contacto

**Correo electrónico:** [seminario2.gestionempresarial@gmail.com](mailto:seminario2.gestionempresarial@gmail.com)

**Instagram:** gestion\_fda

Departamento  
de Diseño Industrial

FACULTAD  
**DE ARTES**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA