

**PROGRAMA ANALÍTICO**

**Carrera:** INGENIERIA COMERCIAL

**Programa de:** TEORÍA Y TÉCNICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

**Código SIS:** 1301006

**Nivel:** Segundo Semestre

**N° Hrs. de clases Teóricas:** 6 Hrs.

**N° Hrs. de clases Prácticas:**

**Prerrequisitos:**

**ÁREAS DE COORDINACIÓN CURRICULAR**

**VERTICAL**

**HORIZONTAL**

1) Introducción a la Ingeniería Comercial.

- 1) Gestión de la Administración I
- 2) Derecho Comercial y Laboral.

- 1) Contabilidad para la Gestión
- 2) Estadística I.
- 3) Economía de empresas
- 4) Calculo II

**Objetivos:**

- Estructurar la Organización de una Empresa y sus áreas básicas: personal, producción, mercadotecnia, financiera, mediante la aplicación de los conceptos, principios y técnicas de la organización.
- Elaborar los distintos manuales (organización, funciones, etc) que acompañen a la estructura orgánica de la empresa.

**Contenidos Mínimos:**

**1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.**

- 1.1. Organización: Concepto
- 1.2. Principios de la Organización
- 1.3. Componentes de la Organización
- 1.4. Etapas de la Organización
- 1.5. Estructura de la Organización
- 1.6. Tipos de Organización
- 1.7. Defectos Comunes de la organización
- 1.8. Criterios de evaluación de Organizaciones
- 1.9. Modelos de Análisis – Diagnostico Organizacional

**2. LA EMPRESA MODERNA**

**2.1. GENERALIDADES Y CONCEPTO**

- 2.2.** Elementos y recursos organizacionales
- 2.3.** Fines organizacionales: Económicos y sociales
- 2.4.** Funciones básicas de la Empresa
- 2.5.** Clasificación de empresas (criterios varios)
- 2.6.** Diagnostico y tendencias de la Empresa Moderna: Capitalización, Privatización, Maquila, Alianzas Estratégicas, "Joint Venture" y Franquicias
- 2.7.** El plan de la empresa
- 2.8.** La creación de una empresa
- 2.9.** Nuevos conceptos de la Empresa

**3. ORGANIZACIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN**

Objetivos

	<p>Partes de la estructura  Funciones y atribuciones  Relación jerárquica</p> <p><b>4. ORGANIZACIÓN DEL ÁREA BÁSICA DE PERSONAL:</b></p> <p>4.1. Objetivos  4.2. Partes de la Estructura  4.3. Funciones y Atribuciones  4.4. RELACIÓN JERÁRQUICA</p> <p><b>5. ORGANIZACIÓN DEL ÁREA BÁSICA DE MERCADOTECNIA:</b></p> <p>5.1. Objetivos  5.2. Partes de la Estructura  5.3. Funciones y Atribuciones  5.4. Relación Jerárquica</p> <p><b>6. ORGANIZACIÓN DEL ÁREA FINANCIERA</b></p> <p>6.1. Objetivos  6.2. Partes de la Estructura  6.3. Funciones y atribuciones  6.4. Relación Jerárquica</p> <p><b>7. FORMALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.</b></p> <p>7.1. Organigramas.  7.2. Objetivos  7.3. Limitaciones  7.4. Tipos de Organigramas  7.5. Aplicación Practica</p> <p>Manuales  Objetivo  Limitación  Clasificación de Manuales  Planificación y Elaboración  Actualización.</p>
<b>Bibliografía:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) PEREL VICENTE Y OTROS; Organización y Control de Empresas; Ed. Macchi.</li> <li>2) SAROKA Raúl, FERRARI Carlos; Organigramas; Ed. Macchi</li> <li>3) KOTLER Philips; Mercadotecnia; Ed. MC GRAW HILL.</li> <li>4) McKarty, Comercialización</li> <li>5) Tims Edward, Producción</li> <li>6) Van Horne, Administración Financiera</li> <li>7) Werter W., Administración de Personal y Recursos Humanos</li> <li>8) Chiavenato Idalberto, Gestión del talento humano</li> </ol>

- |  |   |
|--|---|
|  | <ol style="list-style-type: none"><li>9) Rodríguez Valencia J., Como elaborar y usar manuales</li><li>10) Gandolfo Gahan J., Seis pasos del planeamiento estratégico</li><li>11) Monserrat Ole y otros, El plan de empresa</li><li>12) Serra Roberto, Katiska Eduardo, Re-estructurando empresas</li><li>13) Rodríguez Darío, Diagnostico Organizacional</li><li>14) Costa Ramón, La empresa hacia el 2010.</li></ol> |
|--|---|