

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:

1) Introducción a la Ingeniería Comercial.

ÁREAS DE COORDINACIÓN CURRICULAR

VERTICAL

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

HORIZONTAL

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

- | | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">9) Rodríguez Valencia J., Como elaborar y usar manuales10) Gandolfo Gahan J., Seis pasos del planeamiento estratégico11) Monserrat Ole y otros, El plan de empresa12) Serra Roberto, Katiska Eduardo, Re-estructurando empresas13) Rodríguez Darío, Diagnostico Organizacional14) Costa Ramón, La empresa hacia el 2010. |
|--|---|