

Asignatura: Administración General

Profesor Responsable: Juan Fabrizio

Modalidad: A distancia

Duración: 80 Hs - 16 semanas

Ciclo Lectivo: 2024

1. Fundamentación:

Fundamentación:

La materia de Administración General en el contexto de la Licenciatura en Negocios Digitales se posiciona como un pilar esencial durante el primer año de estudios. Su propósito fundamental es dotar a los estudiantes de las herramientas necesarias para comprender y gestionar el funcionamiento sistémico de las organizaciones en el entorno digital. Asimismo, busca cultivar un enfoque integral que vincule de manera específica las materias dentro del plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Digitales.

En el dinámico escenario digital, las organizaciones se ven constantemente desafiadas por la necesidad de desarrollar estrategias que no solo contrarresten los efectos negativos de la competencia, sino que también capitalicen las oportunidades emergentes en el ámbito digital. Este contexto demanda una visión estratégica actualizada y enfoques innovadores centrados en la creación de valor sostenible y ventajas competitivas dinámicas.

El futuro profesional en Negocios Digitales debe no solo comprender las etapas básicas del proceso administrativo (Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar), sino también aplicar estos principios de manera específica en el contexto digital, optimizando el uso de los recursos escasos y tomando decisiones pertinentes para alcanzar los objetivos estratégicos.

Objetivos de la Materia: Administración General en la Licenciatura en Negocios Digitales

- **Desarrollar Conocimientos Analíticos:**
 - Se espera que el estudiante adquiera conocimientos para analizar y comprender la complejidad de las organizaciones desde la perspectiva de la "Administración". Esto implica la capacidad de identificar variables fundamentales, comprender su impacto en empresas específicas y formular respuestas adaptadas a diversas situaciones.
- **Describir y Aplicar el Proceso Administrativo:**
 - El estudiante deberá ser capaz de describir el proceso administrativo, entender las relaciones entre sus etapas y aplicar este conocimiento en el contexto organizacional. Esto implica la habilidad para planificar, organizar, dirigir y controlar eficazmente los recursos en una organización.
- **Entender la Empresa en Todas sus Dimensiones:**
 - Al concluir la materia, el estudiante deberá haber adquirido la capacidad de entender la empresa en todas sus dimensiones. Esto implica un estudio detallado de las principales funciones y sus interrelaciones en el contexto específico de los negocios digitales.
- **Comprender la Esencia y Pasos del Proceso de Diseño Organizacional:**
 - El objetivo es que el estudiante, al finalizar la cursada, comprenda la esencia y los principales pasos del proceso de diseño organizacional, enfocándose especialmente en su aplicación y relevancia en el ámbito digital.
- **Contextualizar en el Entorno Nacional e Internacional:**
 - Al finalizar la cursada, el estudiante deberá ser capaz de reconocer el contexto nacional e internacional en el que operan las organizaciones. Esto implica comprender las influencias externas y evaluar cómo afectan el desempeño y las decisiones organizacionales.

Estos objetivos buscan no solo desarrollar conocimientos teóricos, sino también habilidades analíticas y críticas, así como actitudes propositivas y adaptativas, fundamentales para el éxito en el entorno cambiante de los negocios digitales.

Organización de los Contenidos Curriculares:

UNIDAD TEMÁTICA 1 - Concepto de Organización y Empresa

- Definición de organizaciones y empresas.
- La Administración general en el contexto organizacional.
- Tipologías, enfoques y modelos organizacionales.
- La visión mecanicista y sistémica de la organización.
- La Empresa como Organización: Características y Factores.
- Áreas Funcionales de las Empresas y Tipos de Empresas. Rueda operativa.
- Dimensión internacional y Globalización en los negocios.

UNIDAD TEMÁTICA 2 - Administración

- Concepto de Administración.
- Habilidades y Funciones de los Administradores.
- Proceso administrativo y Valores en la Gestión.
- Responsabilidad Social. Ética.
- Competitividad, Gestión de la Calidad y Benchmarking.
- Actitud emprendedora y Creación de Valor.
- Concepto de productividad y estándar. Eficiencia y eficacia.
- Introducción a Modelos de negocio: Cadena de Valor y Modelo Canvas.

UNIDAD TEMÁTICA 3 - Planeamiento y Administración Estratégica

- Concepto y Principios de planeamiento.
- Jerarquía de planes estratégicos.
- Misión, Visión, Metas y Objetivos.
- Proceso de Planeamiento y Administración Estratégica.
- Formulación de estrategias. Estrategias Corporativas, de Unidad de Negocio y Funcionales.
- Planeamiento y control de la producción. Función de Aprovechamiento: Compras, Planeamiento y Control. Modelo “Just in Time”.
- Internacionalización de los negocios y Estrategias Internacionales.

UNIDAD TEMÁTICA 4 - Estructura de la Organización

- Concepto y parámetros de Diseño Organizacional.

- Estructuras: Jerárquicas, Transversales y Combinadas.
- Relaciones, División del trabajo y Departamentalización.
- Delegación, Descentralización y Ámbito de control.
- Funciones organizacionales y Gestión de Cambios.
- Funciones organizacionales específicas.
- Gestión de recursos humanos. Clima organizacional. Cultura organizacional.
- Aspectos comportamentales y operativos.

UNIDAD TEMÁTICA 5 - Modelos de Negocios

- Desarrollo y análisis de modelos de negocios.
- Canvas de Modelo de Negocios y su aplicación.
- Innovación y evolución de modelos de negocios.
- Estrategias para la sostenibilidad del modelo de negocios.
- Evaluación de la viabilidad y rentabilidad del modelo.

UNIDAD TEMÁTICA 6 - Dirección: Autoridad, Poder e Influencia

- Bases de la Autoridad Formal.
- Autoridad de línea; staff y funcional.
- Fuentes del Poder y Diseño del puesto de Trabajo.
- Motivación, Liderazgo y Estilos de Dirección.
- Influencia, Manejo del Conflicto y Negociación.
- Organización Formal e Informal.

UNIDAD TEMÁTICA 7 - Control

- Concepto, Elementos y Enfoques del Control.
- Pasos básicos del proceso de control.
- Tipos de controles y Retroalimentación.
- Cualidades de un Sistema de Control Efectivo.
- Control Interno y de Gestión.
- Indicadores Claves de Desempeño (KPI).

- Elementos básicos de los Sistemas de Información: Análisis y presentación de la información gerencial. Concepto e importancia del proceso de planeamiento. Funciones de la gerencia.

UNIDAD TEMÁTICA 8 - Toma de Decisiones

- Concepto y Racionalidad.
- Proceso de toma de decisiones.
- Estilos y Modelos en la Toma de Decisiones.
- Ambiente de decisión: Certeza, Riesgo e Incertidumbre.
- Resolución de problemas específicos.

UNIDAD TEMÁTICA 9 - Comunicación y Trabajo en Equipo

- La organización como red de comunicación.
- Importancia de una Comunicación efectiva.
- Comunicación interpersonal y organizacional.
- Equipos y Trabajo en Equipo.
- Factores que influyen en la comunicación organizacional.
- Tecnologías de Información y nuevas formas de comunicación.

UNIDAD TEMÁTICA 10 - Función Comercial

- Diferencias entre marketing estratégico y operativo.
- Análisis del "mix" de marketing: Producto, distribución, precio y comunicación.
- Segmentación de mercados. Mercados meta.
- Investigación de mercado.

UNIDAD TEMÁTICA 11 - Función Financiera

- Análisis de los mercados financieros.
- Decisiones de financiamiento e inversión.
- Capital de trabajo, Liquidez y Rentabilidad.
- Presupuesto financiero e Indicadores.

Este programa aborda los fundamentos esenciales de la Administración General, desde la conceptualización de las organizaciones hasta aspectos específicos como la toma de decisiones, la

comunicación, y las funciones comerciales, de producción, recursos humanos y financieras. Además, se profundiza en temas contemporáneos como la administración estratégica, la globalización y la innovación en modelos de negocios. Cada unidad temática proporciona una comprensión integral de los principios y prácticas de la administración, brindando a los estudiantes las herramientas necesarias para abordar los desafíos en un entorno empresarial dinámico.

Bibliografía:

- **Bibliografía Básica:**

- Koontz, H., Weihrich, H. et al. (2012). Administración, una perspectiva global y Empresarial. México: Mc. Graw–Hill.
- Stoner, J. A., Freeman, E. y Gilbert, D. R. (1996). Administración. México: Prentice Hall.
- Hellrieger, D., Jackson, S. E., Slocum, J. W. y Sacristán, P. M. (2009). Administración, un enfoque basado en Competencias. México: Thomson.
- Hitt, M., Ireland, R. D., Hoskisson, R. E. y Sacristán, P. M. (2008). Administración Estratégica. México: Thomson.

- **Bibliografía Complementaria:**

- Robbins, S. P. y Coulter, M. K. (2010). Administración. México: Prentice Hall.
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a La Teoría General de la Administración. México: Mc. Graw–Hill.
- Ghemawat, P. (2007). Estrategia y Panorama Empresarial. Madrid: Prentice Hall.
- Bilancio, G. (2006). Estrategia. México: Pearson-Prentice Hall.
- Osterwalder, A. (2012). Generación de Modelo de Negocios. Editorial Deusto.
- Osterwalder, A. (2015). Diseñando la Propuesta de Valor. Editorial Deusto.

Metodología de Trabajo y Enseñanza:

La metodología de enseñanza de la materia se adapta a la modalidad a distancia, combinando clases sincrónicas y asincrónicas para asegurar la participación de los estudiantes y facilitar su proceso de aprendizaje. El enfoque pedagógico se basa en estrategias didácticas que fomentan la comprensión profunda de los contenidos y la aplicación práctica de los conceptos, con una evaluación específica al final de cada unidad.

- **Clases Sincrónicas:**

- Se realizarán sesiones en tiempo real mediante plataformas virtuales, donde el docente presentará los temas de manera expositiva, promoviendo el diálogo y la participación activa de los estudiantes.
- Se utilizarán recursos visuales, casos prácticos y ejemplos para ilustrar y contextualizar los conceptos teóricos.
- Las clases sincrónicas permitirán el intercambio directo de ideas, preguntas y aclaraciones, promoviendo la interacción entre docente y estudiantes.
- **Clases Asincrónicas:**
 - Se proporcionarán materiales didácticos anticipados, como lecturas, videos y ejercicios prácticos, para que los estudiantes puedan acceder y revisar según su propio ritmo y disponibilidad.
 - A través de foros de discusión y plataformas colaborativas en línea, se fomentará la participación, donde los estudiantes podrán plantear preguntas, compartir reflexiones y debatir sobre los temas abordados.
 - Actividades prácticas, como análisis de casos y resolución de situaciones problemáticas, se realizarán de manera asincrónica para que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos y recibir retroalimentación.
- **Estrategias Didácticas:**
 - Se llevarán a cabo clases con un enfoque dialógico para presentar formalmente los temas y facilitar la comprensión. Se emplearán casos reales para abordar situaciones prácticas, permitiendo a los estudiantes visualizar la aplicación de los conocimientos adquiridos.
 - Actividades prácticas que promuevan la reflexión, comprensión y producción de conocimientos, como análisis de textos, ejemplificación de conceptos, elaboración de informes con opinión crítica y resolución de situaciones problemáticas.
 - Uso de tecnologías interactivas, como plataformas de simulación empresarial, herramientas colaborativas en línea y recursos multimedia para enriquecer la experiencia de aprendizaje.
- **Evaluación por Unidades:**
 - Al finalizar cada unidad, se realizará un ejercicio de evaluación que permitirá a los estudiantes demostrar la adquisición de conocimientos y habilidades específicas relacionadas con la temática abordada.

- Estos ejercicios podrán incluir la resolución de casos prácticos, análisis de situaciones, elaboración de informes, entre otros, con el objetivo de aplicar los conceptos aprendidos.
- La retroalimentación proporcionada en cada evaluación contribuirá al proceso de aprendizaje continuo y permitirá a los estudiantes mejorar sus habilidades a lo largo del curso.

La modalidad a distancia busca mantener un equilibrio entre la estructuración formal de los temas, la participación y la evaluación continua, estimulando el pensamiento crítico y reflexivo de los estudiantes. Se espera que, al finalizar el curso, los participantes hayan desarrollado habilidades prácticas y sólidos conocimientos aplicables al ámbito de la Administración General.

Pautas de Acreditación y Evaluación:

- **Modalidad de Evaluación:**

- La evaluación de la asignatura será parte de un proceso que evidencia el trabajo cotidiano del estudiante, manteniendo coherencia con los objetivos de la asignatura y el plan de trabajo propuesto.

- **Seguimiento Permanente:**

- Se realizará un seguimiento constante del desarrollo de las actividades propuestas a través del docente/tutor.
- Este seguimiento se retroalimentará en un intercambio permanente entre el grupo de estudiantes.
- El mismo será considerado por el profesor en la nota final de la materia.

- **Evaluación:**

- La evaluación de la materia comprenderá dos etapas: un parcial a la mitad del curso y un trabajo final integrador al finalizar la cursada.

- **Examen Parcial:**

- Se realizará un examen parcial durante la semana 8, abordando los conceptos aprendidos hasta la clase anterior (semana 7). La fecha está sujeta a cambios por parte del profesor.

- **Examen Final:**

- Habrá un examen final fuera de las 16 semanas de cursada. La fecha será determinada al finalizar el curso.

- **Trabajo Final Integrador:**
 - Trabajo individual que evidencie la capacidad de aplicar conocimientos y habilidades desarrolladas en la asignatura. Se evaluará la comprensión y aplicación de los conceptos aprendidos. La elección del tipo de trabajo final dependerá de los objetivos que dará el profesor.
- **Criterios de Evaluación:**
 - Los criterios permitirán inferir sobre la adquisición de competencias y conocimientos. Se evaluará:
 - Coherencia con las consignas de trabajo y los objetivos de la asignatura.
 - Comprensión y expresión adecuada de los conceptos fundamentales.
 - Adecuación de las respuestas a la teoría y bibliografía.
 - Calidad, originalidad y creatividad.
 - **Para la acreditación y aprobación de la asignatura, se requerirá:**
 - Participación mínima del 60% en actividades planificadas.
 - Cumplir con las propuestas de trabajo obligatorias.
 - Cumplir con las horas prácticas de formación.
 - Aprobación de evaluación parcial obligatoria y complementaria. Obtención de un mínimo de 60% de respuestas correctas en evaluación de parcial y final, que demuestre el conocimiento de los temas estudiados.
 - Presentar y aprobar el trabajo final en un plazo estipulado por el profesor, después de finalizado el curso.
 - Dos instancias recuperatorias disponibles.
- **Nota Final:**

La nota final se compondrá de la siguiente manera. Para aprobar la materia, se requiere cumplir con todos los siguientes componentes:

- Examen Parcial: 25%
- Participación en actividades: 30%
- Examen Final: 25%

- Trabajo Final: 20%

-

Cronograma del Curso:

Semana	Unidad	Actividad	Encuentro Sincrónico	Entrega Trabajo Práctico
1	Unidad 1: Concepto de Organización y Empresa	Introducción y temas iniciales	-	-
2	Unidad 2: Administración	Análisis del entorno de la empresa	Encuentro 1	-
3	Unidad 3: Planeamiento y Administración Estratégica	Planeamiento y administración estratégica	-	-
4	Unidad 4: Estructura de la Organización	Diseño organizacional y estructuras	Encuentro 2	Entrega 1: Misión y Visión
5	Unidad 5: Modelos de Negocios	Desarrollo y análisis de modelos de negocios	-	-
6	Unidad 6: Dirección: Autoridad, Poder e Influencia	Motivación y Liderazgo	Encuentro 3	Entrega 2: Análisis PESTEL y FODA
7	Unidad 7: Control	Proceso de control	Encuentro 4 (antes del parcial)	-
8	Examen Parcial	Evaluación de las unidades 1-7	-	-

Semana	Unidad	Actividad	Encuentro Sincrónico	Entrega Trabajo Práctico
9	Unidad 8: Toma de Decisiones	Proceso de toma de decisiones	-	Entrega 3: Fuerzas de Porter y Matriz de Ansoff
10	Recuperatorio Parcial	Recuperación del examen parcial	Encuentro 5	-
11	Unidad 9: Comunicación y Trabajo en Equipo	Comunicación efectiva y trabajo en equipo	-	-
12	Unidad 10: Función Comercial	Marketing estratégico y operativo	Encuentro 6	Entrega 4: Modelo Canvas y Matriz BCG
13	Unidad 11: Función Financiera	Análisis de los mercados financieros	-	-
14	Revisión	Revisión de unidades y trabajos prácticos	Encuentro 7	-
15	Preparación	Preparación para el examen final	-	-
16	Cierre del curso	Evaluaciones y feedback final	-	-

Encuentros Sincrónicos:

1. **Encuentro 1:** Semana 2
2. **Encuentro 2:** Semana 4
3. **Encuentro 3:** Semana 6
4. **Encuentro 4:** Semana 7 (antes del parcial)
5. **Encuentro 5:** Semana 10 (después del recuperatorio)
6. **Encuentro 6:** Semana 12

7. Encuentro 7: Semana 14

Ejemplos de Actividades:

1. Foro de Debate:

- Un foro donde los estudiantes pueden debatir e intercambiar opiniones sobre los temas tratados en clase.

2. Pizarra Interactiva:

- Herramienta colaborativa donde los estudiantes pueden compartir documentos, links y audios, y dejar comentarios en las publicaciones.

3. Cuestionarios de Autoevaluación:

- Permiten al profesor diseñar y plantear cuestionarios con preguntas tipo opción múltiple, verdadero/falso, emparejamiento, etc. Se califican automáticamente y proporcionan retroalimentación instantánea.

4. Glosario Colaborativo:

- Los estudiantes pueden ingresar definiciones de conceptos clave de la materia de manera colaborativa, que luego se pueden usar en actividades como crucigramas o sopas de letras.

5. Wiki Colaborativa:

- Permite a los estudiantes añadir y editar un documento en forma conjunta, conservando un histórico de las versiones previas de cada página de la wiki.
-

Trabajo Práctico Final Integrador:

El trabajo práctico final consiste en realizar un análisis de una empresa real utilizando las siguientes herramientas y conceptos clave:

1. Misión y Visión:

- Definir la misión y visión de la empresa.

2. Búsqueda de Evidencia y Datos de Mercado:

- Buscar y presentar datos de mercado relevantes.

3. Estrategia General:

- Definir la estrategia general de la empresa (liderazgo en costos, diferenciación, enfoque).
4. **Análisis de Macroentorno (PESTEL):**
- Evaluar factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.
5. **Análisis FODA:**
- Realizar un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
6. **Fuerzas de Porter:**
- Analizar las cinco fuerzas competitivas de Porter.
7. **Matriz de Ansoff:**
- Identificar estrategias de crecimiento mediante la Matriz de Ansoff.
8. **Estrategia Océano Azul:**
- Proponer una estrategia de Océano Azul.
9. **Matriz BCG:**
- Realizar un análisis de la cartera de productos usando la Matriz BCG.
10. **Modelo Canvas:**
- Completar el modelo de negocio Canvas detallando los nueve bloques.

Requisitos del Trabajo:

- **Introducción:** Breve presentación de la empresa seleccionada.
- **Desarrollo:** Aplicación detallada de cada una de las herramientas mencionadas.
- **Conclusión:** Resumen de los hallazgos y recomendaciones estratégicas.
- **Formato:** Extensión mínima de 15 páginas y máxima de 20 páginas en formato PDF.