



Universidad de Buenos Aires

Expte N° 171.900/90 A-1

- b -

ANEXO II

GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN EMPRESARIA

Duración: cuatrimestral

Carga horaria: tres (3) horas semanales

Fundamentación:

La finalidad de esta asignatura se vincula con la necesidad de capacitar a futuros profesionales, direccionados hacia una formación multidisciplinaria; ésta requiere de conocimientos integrados que darán sustento a una relación articulada para planificar la actividad económica productiva en la administración estratégica de los negocios en las empresas de producción de esta especialización.

La recolección de datos de la producción, su clasificación y registro correctos para la posterior evaluación económica de la empresa son actividades compartidas entre los niveles administrativos medios y superiores en la empresa. El conocimiento de los procesos de gestión y planeamiento son fundamentales para su correcta ejecución.

Frente a los problemas diarios que debe enfrentar quien está manejando un emprendimiento se requiere disponer de claros conceptos económicos sobre los procesos productivos para decidir las soluciones correctas.

Asimismo intenta responder a las demandas de un perfil profesional capacitado para dirigir en nombre del empresario y/o desempeñarse en el marco de las actividades de asesoramiento y prestación de servicios, en ámbitos no sólo de empresas privadas y en organismos oficiales, entidades de productores y organismos internacionales.

Objetivos:

El programa fue concebido dentro del encuadre de la "educación problematizadora" basado en que el alumno sea capaz de interpretar los conocimientos de planificación y gestión económica, sociales y legales, que rigen, regulan y condicionan las actividades productivas agrarias.

El objetivo es brindar los conceptos básicos y las herramientas para el análisis y el planeamiento económico de la empresa como también para ejecutar las decisiones apropiadas en los procesos productivos. La profundidad de estos conocimientos se presentan a nivel de colaborador del responsable principal de una empresa grande y/o ejecutor en la empresa pequeña.

Para dar cumplimiento a tal propósito, se requiere una participación activa y el diálogo entre alumnos y docentes en la resolución de los problemas, apuntando a la vinculación de los conocimientos teóricos con la realidad, para que se identifiquen sus problemas y se propongan soluciones.



Universidad de Buenos Aires

Expte N° 171.900/90 A-1

- c -

Metodología Didáctica:

1. El docente asume el rol de *facilitador* del proceso de enseñanza-aprendizaje, contribuyendo con el alumno, en el análisis y resolución de los problemas, y en la organización y sistematización de la información.
2. Las clases tienen la característica de teórico-prácticas que comprenden la enseñanza de los conceptos y de los métodos a aplicar como también la realización grupal del análisis económico y planeamiento de un caso real.

Evaluación:

Se tomarán varios cuestionarios, dos parciales y los alumnos deberán presentar un trabajo de realización grupal.

La materia es de promoción para quienes obtengan un promedio de siete (7) en una calificación de uno (1) a diez (10) para cada uno de los tres (3) elementos de evaluación.

Programa de Enseñanza:

Unidad I:

Conceptos generales de Economía. Factores de producción.
Producción y productividad. Valor y precios.

Unidad II:

Sistemas de precios y circuito económico. Gráficos
Mercados: competencia perfecta e imperfecta. Mercados de floricultura.
Determinación del precio en el mercado: oferta y demanda.
Principios básicos de oferta y demanda de la producción florícola. La estacionalidad.
Características de la demanda interna y externa. Calidad y volumen según destino.
Alteraciones en el mercado. Precios máximos y mínimos.
Impuestos y subsidios.

Unidad III:

Principios básicos de costos. Los costos directos, indirectos, fijos, variables, totales, medios, marginales, de oportunidad.

Unidad IV:

Los métodos de análisis. Margen bruto, margen neto, costos de producción.



Universidad de Buenos Aires



Expte N° 171.900/90 A-1

- d -

Unidad V:

El planeamiento. Principios básicos. El margen bruto como método de planificación. Comparación de alternativas. Los riesgos en el planeamiento.

Unidad VI:

Presupuestos financieros. El escalonamiento de ingresos y egresos. Las inversiones nuevas. Confección de presupuesto.

Unidad VII:

Los actores en la cadena de comercialización. Acopiadores, mayoristas, minoristas, supermercados, exportación.

Unidad VIII:

Marketing. Concepto, planificación de estrategias. El consumidor y su comportamiento de compra.

El producto: planificación y desarrollo del producto, precio y distribución.

La negociación: tipos de negociación.

Unidad IX:

La explotación como organización. (Sociología)

Caracterización de las organizaciones según su tamaño y complejidad. Estructuras organizacionales. Concepto. Tipos. Cultura empresarial y clima organizacional. La organización sociotécnica del trabajo. Gestión de Recursos Humanos.

Ciencia y práctica de supervisar explotaciones.

Unidad X:

Relaciones socio-jurídicas. (Legislación).

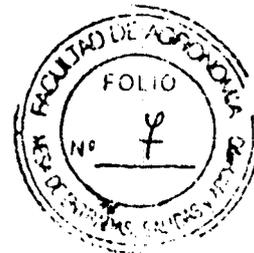
Las personas físicas y jurídicas: Capacidad. Derechos. Obligaciones. Clasificación de las cosas. Patrimonio. Contratos: definición y clasificación.

Definición económico y legal de la empresa. Relaciones jurídicas de la empresa con los factores de producción: tierra, trabajo y capital. Estrategias asociativas.

Impuestos.



Universidad de Buenos Aires



Expte N° 171.900/90 A-1

- e -

Unidad XI:

Relaciones socio-jurídicas. (Legislación).
Gestión y organización de las relaciones laborales. Régimen de contrato de trabajo.
Planificación de tareas. Derechos y obligaciones del empleador y del trabajador.
Cargas sociales. Riesgos del trabajo. Régimen previsional.
Locación de servicios profesionales

fernando DAVONTE
SECRETARIO GENERAL

