

**INSTITUTO SUPERIOR DEL**

**PROFESORADO DE SALTA Nº 6005**

**Av. ENTRE RÍOS Nº 1851 -SALTA- TEL. 431748**

PERÍODO LECTIVO

… 2.020…

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **CARRERA** | TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN CON ORIENTACIÓN EN COMERCIALIZACIÓN | | | |
| **ESPACIO CURRICULAR** | | **Año** | **Régimen** | **Hs. Cátedra** |
| PRÁCTICA PROFESIONAL II | | 2º | ANUAL | 6 Hs. |
| **Docente:** Prof.: ALMARAZ MONTERO CLAUDIO RAMÓN | | | | |

# FUNDAMENTACIÓN

|  |
| --- |
| El siguiente espacio curricular, cobra vital importancia, para los alumnos, como futuros profesionales de administración, ya que el mismo aborda todos los temas prácticos referido a la Planificación Estratégica, la principal etapa en el proceso de administración. Es por ello que el conocimiento y la aplicación de conceptos significativos aprendidos en materias anteriores, como por ej. (Práctica I, fundamento de administración, economía, teoría contable etc.), y la correcta aplicación de los distintos conceptos. Será el cimiento en donde cada uno construirá su profesión. Los lineamientos teóricos de la cátedra estarán siempre dentro de los establecidos, por las leyes, resoluciones y cualquier otro instrumento jurídico concerniente a la materia. El proceso de enseñanza y aprendizaje se orientará hacia el discernimiento global de la ordenación positiva vigente. Cuyo conocimiento constituirá el marco referencial para comprender los principales conceptos y métodos de aplicación, que se desarrollaran en este espacio curricular. |

# OBJETIVOS

|  |
| --- |
| * Interpretar crítica y reflexivamente la información de diferentes fuentes * Selección y aplicación, de acuerdo a las distintas circunstancias planteadas la estrategia correcta. * Identificación y formulación en forma correcta de la Misión y Visión de la Organización. * Elaboración de las distintas matrices, para los diferentes casos prácticos. * Investigación de los distintos temas relacionados a la materia. * Elaboración de un proyecto de aplicación final. |

# CONTENIDOS

|  |
| --- |
| Unidad Nº 1**) Revisión de conceptos:** Organización. Formal e informal. Distintos tipos de departamentalización (por función de la empresa, por zona geográfica, por grupos de clientes y por productos). Organigramas. Ventajas y limitaciones.  Administración y Planeación estratégica: Aplicación del concepto de administración estratégica en las organizaciones. Proceso de la administración estratégica. Análisis de la integración funcional y su incidencia en el negocio de la compañía. Proceso de la planeación estratégica. Tipos de planeación.  Unidad Nº 2**) Reconocer la Misión y Visión en una Org. Real:** Objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuesto. Elementos que componen la declaración de la misión. Declaración de la visión. Jerarquía de los objetivos. Guías para establecer los objetivos. Aplicación de los distintos conceptos a situaciones específicas.  Unidad Nº 3) **Análisis del entorno externo:** Desarrollo de los principales factores del ambiente externo: La competencia, el mercado, clientes, factores socio-culturales, tecnología, política-legal**,** factor demográfico. Identificación de oportunidades y amenazas. **Análisis del entorno interno:** Los recursos y capacidades de la empresa. Identificación de las fortalezas y debilidades. Análisis funcional de la empresa. Ventajas competitivas. Análisis y aplicación de ambos entornos a una organización real.  Unidad Nº 4) **Estrategias y políticas:** Formulación de estrategias y políticas. Jerarquía de las estrategias. Modelos de estrategias generales y su aplicabilidad en las organizaciones. Evaluación y selección de estrategias. Implementación de la estrategia seleccionada, a situaciones administrativas concretas.  Unidad Nº 5) **Matrices estratégicas:** Aplicación de las distintas matrices estratégicas. Matriz FODA (fortaleza, oportunidad, debilidad, amenaza). Matriz E.F.E – E.F.I (Matriz de evaluación de factores externos e internos). Matriz de Ansoff. Matriz crecimiento- cuota de mercado (BCG: Boston Consulting Group). Matriz de posición competitiva- atractivo de la industria (Mckinsey Consulting y General Electric).  Unidad N° 6) **Elaboración de un plan de negocio:** Concepto de plan de negocio. Estructura de un plan de negocio. Criterios para la presentación de un plan de negocio.  Unidad Nº 7) **Control:** Concepto. Aplicación del proceso de control. Instrumentos de control. Tipos de estándares. El control como un sistema de retroalimentación. |

**Cronograma**

|  |  |
| --- | --- |
| **Unidades** | **Tiempo** |
| Unidad Nº 1 | Mes de Marzo |
| Unidad Nº 2 | Mes de Abril |
| Unidad Nº 3 | Mes de Mayo |
| Unidad Nº 4 | Mes de Junio- julio |
| Unidad Nº 5 | Mes de Agosto- Septiembre |
| Unidad Nº 6 | Mes de Octubre |
| Unidad Nº 7 | Mes de Noviembre |

# ESTRATEGIAS METODOLOGÍCAS

|  |
| --- |
| El aprendizaje de los distintos temas será a partir de la orientación que hará el docente, en el marco del desarrollo del eje temático determinado, mediante clases virtuales. Propiciando en el transcurso de la acción educativa, la participación activa de los alumnos, a fin de que planteen dudas, inquietudes y formulen interrogantes referido al tema objeto de estudio.  Realizando para ello simulaciones, que permitan el abordaje crítico y reflexivo de la misma.  Se constituirán pequeños grupos para la realización de los diferentes trabajos prácticos, y confección de informes, en función del material bibliográfico, apuntes de cátedra, artículos periodísticos y de cualquier otra fuente de información relacionados con el tema a tratar. Se realizarán exposiciones grupales o individuales sobre temas previamente asignados, utilizando para ello la plataforma virtual decidida por el docente, o en su caso la plataforma que suministre la institución educativa. |

# EVALUACIÓN

|  |
| --- |
| **CRITERIOS:**   * Mediante la realización y presentación de trabajos prácticos obligatorios en tiempo y forma * Utilización del vocabulario específico de la asignatura * Participación del alumno en clase virtuales, a través de distintas plataformas. * Expresión oral * Exposición oral por parte de los alumnos en grupos o individualmente * Observación dirigida, y evaluación continua mediante preguntas individuales * El examen final deberá ser aprobado con un mínimo de 4 (cuatro)   **INSTRUMENTOS:** Los instrumentos utilizados por la cátedra para la evaluación de los alumnos serán:  Realización de trabajos prácticos  Exposiciones grupales y/o individuales CONDICIONES PARA OBTENER LA REGULARIDAD:  * Tener presentado el 100% de trabajos prácticos * Contar con el 80% de participación en clases virtuales. |

# RECURSOS DIDÁCTICOS

|  |
| --- |
| Material bibliográfico, preferentemente de la biblioteca del ISPS Nº 6.005  Búsqueda de información en Internet  Diarios y/o revistas de carácter comercial y económico  Recortes periodísticos que traten sobre el tema de administración estratégica.  Apuntes suministrado por la cátedra.  Elementos audiovisuales, con información de los temas objeto de estudio |

# BIBLIOGRAFÍA:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **BÁSICA** | | | |
| AUTOR | TITULO | EDITORIAL | **LUGAR Y AÑO  DE EDICIÓN** |
| 1)Elio Rafael De Zuani  2) Hill Charles y Jones Garet  3) David Fred.  4) Hermida Serra y Kastica. | Introducción a la administración de organizaciones  Administración estratégica.  Concepto de administración estratégica.  Administración y estrategia. | Valetta Ediciones  Mc Graw Hill  Pearson  Macchi | Bs.As Año 2005  Año 2007.  Año 2.008  Año 2.000 |
| **COMPLEMENTARIA** | | | |
| **AUTOR** | **TITULO** | **EDITORIAL** | **LUGAR Y ANO  DE EDICIÓN** |
| 1) Koontz- Weihrich- Cannice.  2) Prof. Almaraz Claudio | Administración una perspectiva global y empresarial.  Guía de estudio de cada uno de los ejes temáticos. | Mc Graw Hill | Año 2.009  2.011 |

Salta, 22 de Marzo de 2.020

Prof. Almaraz, Claudio

Profesor en Comercio Exterior