

**TIPO DE CURSO:** Curso Técnico Terciario

**DENOMINACIÓN:** Marketing

**ASIGNATURA:** ADMINISTRACIÓN BÁSICA – 2 horas semanales módulos de 45 minutos – 60 horas totales.

## **PRESENTACIÓN Y FUNDAMENTACIÓN**

Tomando en cuenta la importancia que tiene la aplicación de los conocimientos y principios de la Ciencia de la Administración dentro de las Organizaciones, sean estas públicas o privadas, con o sin fines de lucro, de prestación de bienes y o servicios, grandes, medianas o pequeñas – para el logro de una eficiente gestión que lleve a un incremento de la productividad y a una constante innovación – que les permita insertarse y mantenerse en un mercado desafiante y globalizado, para la cual se deberá facultar al alumno en forma teórico práctica dándole las herramientas de conocimiento y capacitación necesarias para la creación y el desafío que permita su inserción laboral, es imprescindible impartir los conocimientos desarrollados dentro de la temática de cada una de las unidades de la asignatura ADMINISTRACIÓN BÁSICA.

## **OBJETIVOS GENERALES**

Lograr que el alumno maneje de manera personal, inteligente y creativa, las capacidades adquiridas a través de desafíos propuestos por el docente, que lleven a desarrollar un pensamiento crítico e innovador, fundamentado en los principios, técnicas y conceptos de la Ciencia de la Administración; dónde el Marketing es uno de los elementos de gran importancia dentro del sistema administrativo u organizacional.

Procurándose un enfoque sinérgico por parte del alumno que le permita potencializar los conocimientos específicos del marketing incorporándole una mejor comprensión del contexto organizacional que llevan a una mayor eficiencia y eficacia en la consecución de los objetivos.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

El estudiante será capaz de incorporar a través del desarrollo del curso los conceptos básicos relativos a la administración de empresas y su aplicación práctica:

- Principales Escuelas y enfoques que explican y buscan transformar el comportamiento de toda la organización o de algunos de los elementos que la componen. El marketing y su relación con los modernos conceptos de administración: la calidad total, la empresa enfocada hacia el cliente, concepto de cliente externo y cliente interno.
- La estructura formal e informal de las organizaciones.
- Los recursos necesarios para el funcionamiento de las empresas.
- Las etapas de todo proceso administrativo.
- La comunicación como base fundamental de la integración de las partes que forman cualquier organismo.

## **ORIENTACIÓN METODOLÓGICA**

Es recomendable:

- Realizar el desarrollo del curso a través de la exposición interactiva de los temas por parte del docente introduciendo elementos cuestionadores a efectos de que los alumnos participen y discutan formando sus propias opiniones, como elemento fundamental para internalizar en cada alumno los conceptos presentados a su consideración.

- Proponer trabajos individuales y/o grupales que permitan la discusión y defensa de los mismos.
- Videos didácticos.
- Dinámicas lúdicas des aprendizaje.

**Competencias cognitivas:**

- Concepto y evolución de la administración
- Concepto de empresa y tipos
- Funciones de la empresa
- El proceso administrativo
- Principios de la administración

**Competencias Técnicas**

- Comprensión y análisis de la estructura y sistemas de información de una empresa
- Comprensión de la importancia del sistema administrativo como marco para el desarrollo del marketing

**Competencias actitudinales:**

- Iniciativa
- Creatividad
- Innovación
- Respeto
- Capacidad de planificar y organizar
- Responsabilidad
- Adaptación a los cambios
- Comunicación fluida

**Competencias aptitudinales:**

- Comprensión de la terminología administrativa
- Capacidad de análisis para la toma de decisiones
- Capacidad de expresión e interpretación

**CONTENIDOS**

**UNIDAD 1.- LA ADMINISTRACIÓN.**

- 1.1 Concepto
- 1.2 Evolución Histórica  
Escuelas del Pensamiento Administrativo, diferentes enfoques.
- 1.3 Principios Básicos de la Administración.
- 1.4 Enfoques actuales: Mejora continua y calidad Total.

Total 10 horas.

**UNIDAD 2.- EL ÁMBITO DE LA ADMINISTRACIÓN.**

**A.N.E.P.**  
**CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL**  
**PROGRAMA DE EDUCACIÓN EN ADMINISTRACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y SERVICIOS**  
**INSPECCIÓN DE CONTABILIDAD**

---

- 2.1 Concepto. Definición de organización como institución social.  
Tipos de Empresas.
- 2.2 Enfoque tradicional y teoría de sistemas.

Total 7 horas.

**UNIDAD 3.- ESTRUCTURA FUNCIONAL.**

- 3.1 Concepto. Funciones sustantivas y de apoyo.
- 3.2 Función Producción
  - Concepto.
  - Diseño de los sistemas productivos.
  - Operación y control del sistema productivo.
- 3.3 Función Comercialización.
  - Concepto.
  - Proceso.
  - Elementos de la Comercialización.
- 3.4 Función Financiera
  - Concepto
  - Objetivos
  - Instrumentos
- 3.5 Función Contabilidad
  - Concepto
  - Registro
  - Información
  - Control
- 3.6 Función Personal
  - Concepto
  - Técnicas relativas con el cargo
  - Técnicas relativas con la persona

Total 21 horas.

**UNIDAD 4.- PROCESO ADMINISTRATIVO.**

**4.1 Planificación:**

- Concepto
- Naturaleza
- Importancia
- Períodos
- Flexibilidad
- Etapas
- Tipos de planes

**4.2 Organización:**

- Concepto
- Estructura administrativa
- Unidades administrativas
- Departamentalización, criterios
- Funciones
- Organigramas
- Organización informal

4.3 Dirección:

- Concepto
- Motivación
- Formas
- Ordenes
- Liderazgo
- Estilos de dirección

4.4 Coordinación:

- Concepto
- Mecanismos
- Formas
- Comunicaciones: proceso, elementos y barreras

4.5 Control:

- Concepto
- Proceso básico
- Principios
- Su relación con la Planificación
- Clasificación
- Areas
- Tipos

Total 22 horas.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Administración – James F. Stoner
- Principios de Administración – Cr. José A. Pini.
- Estructura funcional de la Empresa – Cr. Walter Pérez Decarolis
- Modelo de Mejora Continua – Comité Nacional de Calidad.

**EVALUACIÓN:**

La evaluación sería continua y formativa y a su vez diagnóstica, procesual y final. Abarcará contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales y fundamentalmente los objetivos programáticos y la metodología a aplicar.

Se entiende que deberá ser reflexivo – valorativa utilizando la autoevaluación tanto para evaluar aprendizajes como el proceso de enseñanza en su práctica docente.

Se utilizará como retroalimentación en el proceso de enseñanza – aprendizaje predominando el uso de evaluaciones cualitativas.

Explicará la obtención de información suficiente que permita el análisis reflexivo y el consecuente juicio valorativo, a los efectos de lograr una toma de decisiones conducente al mejoramiento de sujetos y acciones evaluadas.

Valorará el trabajo individual y el trabajo en grupos.