

Aprobado CFD Res. No. 67 del 19/12/2013

Carrera:	RELACIONES INTERNACIONALES (Plan 2013)
----------	--

Asignatura:	INTRODUCCION A ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
-------------	---

Ciclo:	ESTUDIOS ORIENTADOS	AÑO:	SEGUNDO	OPTATIVA:	NO
--------	------------------------	------	---------	-----------	----

Dictado:	TERCER SEMESTRE
Modalidad de Enseñanza:	TEÓRICA – PRACTICA
CANTIDAD DE CRÉDITOS	4

INDICE

1. FUNDAMENTACIÓN
2. OBJETIVOS
3. CONTENIDO
4. METODOLOGÍA
5. EVALUACIÓN
6. BIBLIOGRAFÍA

1. FUNDAMENTACIÓN.

Esta asignatura pretende proporcionar al alumno un conjunto de conocimientos que le permitan conocer y comprender el funcionamiento de las organizaciones.

Las oportunidades y desafíos de los mercados internacionales, lleva a las organizaciones (especialmente a las empresas) a ofrecer nuevos y mejores productos, precios o servicios. Por otra parte, las estructuras y procesos son determinantes para el crecimiento o éxito de las mismas. Los recursos humanos, la comunicación y la relación con los clientes son elementos adicionales que también son sensibles.

Es por ello que considerando el perfil del Técnico asesor así como el de profesional de los egresados de Licenciatura en Relaciones Internacionales, es importante que conozca los elementos constitutivos, estructurantes y funcionales de las organizaciones, especialmente de las empresas.

De forma que posea mejores herramientas para enfrentarse al mundo empresarial a escala nacional e internacional en el marco de orden económico internacional en constante cambio. Especialmente, esta asignatura es previa a Comercialización donde se profundizarán los aspectos definidos como temas centrales.

2. OBJETIVOS.

OBJETIVOS GENERALES

La asignatura pretende brindar las nociones básicas vinculadas al estudio de las organizaciones.

Así mismo, brindarle al estudiante los elementos centrales que le permitan aproximarse a la comprensión de las organizaciones como fenómeno socio-económico en la Sociedad de la Información y el conocimiento.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

El estudiante podrá tener una primera aproximación sobre la creación de una empresa y su funcionamiento que lo convierte en un actor clave en la economía de un país.

De la misma manera se abordarán los aspectos relacionados a la comercialización, producción, finanzas, contabilidad y presupuesto, recursos Humanos, noción de procesos y los sistemas de calidad, así como la cuestión medio ambiental.

Para ello, el estudiante deberá conocer los principales aspectos que hacen a la Doctrina Administrativa, en el entendido que servirá al estudiante a enmarcar

los temas antes mencionados. Especialmente en los relacionados con la planificación, organización, dirección, control y coordinación.

3. CONTENIDO ANALITICO DEL CURSO.

Temario:

Parte I: Las Organizaciones

1. Concepto de Organizaciones y su papel en la sociedad
2. Características de las organizaciones
 - 2.1 Actuación de individuos agrupados
 - 2.2 Estructuración
 - 2.3 Uso de Tecnología
 - 2.4 Obtención de Fines
 - 2.5 Eficiencia
3. La coordinación y supervisión de tareas
4. Los flujos dentro de las organizaciones: de autoridad formal, de trabajo operacional, de informaciones (formal e informal)
5. Disfuncionalidad y conflicto en las organizaciones
7. Responsabilidad social empresarial. Marco internacional.

Parte II: Administración de las organizaciones

1. Concepto y naturaleza de la Administración
2. Evolución histórica: principales enfoques de la Administración (Taylor, Fayol, Mayo, Max Weber; enfoques posteriores a la 2ª guerra mundial: Teoría del Comportamiento Organizacional, Teoría de Sistemas, Teoría situacional, Administración Estratégica, Administración de la Calidad Total).
3. La Administración como proceso
 - 3.1 Planificación: concepto y fundamento.
 - 3.2 Organización: concepto y fundamento.
 - 3.3 Dirección: La Dirección: concepto y fundamento. Liderazgo. Comunicación.
 - 3.4 Control: concepto y fundamento.

Parte III: Empresas como creación y gestión de emprendimientos

1. Empresas y empresarios: concepto, tipologías, relación empresas-consumidores, división del trabajo, mercado desde el punto de vista

económicos, actitudes de los empresarios, proceso de creación de un negocio y finalidad.

2. Organigramas: concepto, finalidad, criterios.

3. Funciones de la empresa: comercial, producción, recursos humanos y cultura organizacional, finanzas (los estados financieros, decisiones financieras).

4. DESARROLLO DEL CURSO.

El curso corresponde al tercer semestre, con un total de 40 hs presenciales y 20 hs. de trabajo no presenciales.

El dictado del curso se apoyará en el uso de la plataforma de aprendizaje EVA para dar soporte documental, así como para facilitar el intercambio y evaluación del curso.

La propuesta de clase combinará dictado de conceptos teóricos y práctica. Las clases combinan las exposiciones del docente con la participación de los estudiantes con trabajos en el aula y no presenciales.

Para cada tema se ha definido una bibliografía básica y complementaria.

5. EVALUACIÓN

El curso se regirá por el reglamento vigente en Facultad de Derecho para estudiantes libre-controlados.

Se podrá combinar instancias de evaluación presencial y no presencial usando la plataforma de aprendizaje EVA.

6. BIBLIOGRAFÍA.

OBLIGATORIA:

ROBBINS, David: Fundamentos de Administración”, Ed. Pearson-Prentice Hall, Madrid, 2009.

ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary; “Administración”, Ed. Pearson-Prentice Hall, 8ª. Edición, 2005.

KOONTZ, H. y WEHRICH, H.: Administración. Una perspectiva global, Ed. McGraw-Hill, México, 2006.

DERES: Guía de Responsabilidad ambiental, 2003 Disponible en:
http://deres.org.uy/wpcontent/uploads/Guia_de_responsabilidad_ambiental_AccionRSE.pdf

DERES: Paso a paso para PyMES, 2005. Disponible en: http://deres.org.uy/wp-content/uploads/Paso_a_paso_para_PyMES_IARSE.pdf

MIEM, DINAPYME: Mapa productivo del país según especializaciones sectoriales y potencialidades de desarrollo territorial. 2012. Disponible en: <http://www.dinapyme.gub.uy/web/mipymes/-/mapa-productivo-del-pais-segun-especializaciones-sectoriales-y-potencialidades-de-desarrollo-territorial>

COMPLEMENTARIA:

FASIOLO URLI, CARLOS ALBERTO: Emprender el camino: estrategia y plan de negocios. Editorial O. Buyatti. Madrid, 2006.