

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

SECRETARÍA DE GRADUADOS

GESTION DE EMPRESAS DE PROFESIONALES

1. NOMBRE DEL CURSO

GESTION DE EMPRESAS DE PROFESIONALES

SECRETARÍA DE GRADUADOS

AUTORES DEL PROYECTO

FECHA DE ENTRADA: 26-07-2021

1. ANTECEDENTES

Mencionar, en no más de 20 líneas, si el proyecto tiene relación con alguna actividad anterior desarrollada en la UNC o en otras universidades (diplomados, cursos, seminarios, centros de investigación etc.)

Este proyecto surge a partir de la realización de actividades en la Secretaría de Graduados de la UNC en razón de las exigencias que manifiesta el mercado competitivo en relación al conocimiento sobre la buena y eficiente gestión de la empresa, todo lo que motiva que los profesionales también empresarios profundicen sus competencias de gestión.

A modo de referencia, se mencionan algunos antecedentes locales y relacionados con la SECRETARÍA DE GRADUADOS - UNC que fortalecen la justificación de este nuevo proyecto:

- Webinars sobre: La economía argentina hasta la pospandemia,
- Encuentro con los colegios profesionales, etc

2. OFERTAS ACADÉMICAS SIMILARES A ESTE PROYECTO

Si el proyecto coincide o es similar a ofertas académicas realizadas por otras Universidades que pudieran competir, explicar en no más de 10 líneas, las razones que llevarían a los participantes a elegir a la Universidad Nacional de Córdoba:

Las empresas de profesionales han nacido tradicionalmente como consecuencia de las virtudes de éstos respecto de sus especialidades, pero no han sido perfeccionadas en la eficiencia y mejora continua de la capacidad de gestión. Se puede decir que esto es una constante a lo largo y ancho del país. Ello implica que el curso sea de largo alcance y no se limite a Córdoba.

Asimismo, la modalidad on line de dictado posibilita la oferta para todo el país del curso señalado.

Entre las ofertas de similar tenor en nuestra y otras provincias se destacan las maestrías en gestión y organización de empresas u organizaciones (MBAs) que dictan las más variadas

casas de estudios del país. Sin embargo, la orientación a empresas de profesionales, marca un valor agregado y un distintivo sustancial del curso aquí propuesto.

3. ORIGINALIDAD DEL PROYECTO

En el caso de que se tratara de un proyecto novedoso, explicar en no más de 10 líneas, cuáles serían las razones por las que otras Universidades no brindan esta oferta educativa:

Existen otras casas de estudio que se han dedicado a la temática, pero desde una perspectiva general y no enfocada a los profesionales como lo propone este curso. Esto es: un dictado teórico práctico en donde no solo se imparten los contenidos teóricos fundamentales para la gestión de la empresa, sino también se dictarán horas prácticas por parte de especialistas que guiarán a los cursantes en el aprovechamiento de cada contenido orientado a la gestión de la empresa de profesionales. Los colegios de profesionales de la provincia colaborarán en la generación de laboratorios de trabajo y exposición de experiencias de profesionales empresarios.

4. IMPORTANCIA DE LA TEMÁTICA ELEGIDA

Explicar, en no más de 20 líneas, los motivos por los cuáles se considera que este proyecto de curso puede resultar necesario y atractivo para la sociedad en su conjunto (tener en cuenta los aspectos académicos y profesionales):

Como se ha expresado, el sector privado productivo nacional está compuesto en un gran número por empresas de profesionales que se desempeñan en los distintos rubros (construcción, servicios, investigación, etc). Sin embargo, dichas empresas, en muchos casos, cuentan con excelsos profesionales que se destacan en sus especialidades pero que carecen de conocimientos sobre gestión de recursos empresariales. Esto hace que, muchas veces, a pesar del gran recurso humano con el que se cuenta en la especialidad, la empresa fracase. Es así que la Secretaría de Graduados entiende que, en conjunto con los colegios profesionales, debe brindar este curso a la comunidad en su conjunto a fin de instalar un idioma común basado en la gestión eficiente de los recursos que nutren a las empresas de profesionales y, por qué no, a cualquier empresa que presente esta u otras características.

5. POTENCIAL DE ASISTENTES

Indicar, en no más de 10 líneas, que potencial de alumnos tiene el Proyecto de curso:

Dada la temática general y que afecta a todo profesional emprendedor, el horizonte de cursantes se vislumbra diverso e inagotable. Los destinatarios del curso pueden ser profesionales, pero también estudiantes, egresados o el resto de la sociedad en su conjunto.

6. FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

En no más de 10 líneas, describir los principales objetivos académicos y/o profesionales de la carrera proyectada:

El objetivo de la carrera es contribuir a la información y formación especializada de los profesionales para que éstos puedan agregar valor a sus emprendimientos, más allá de sus incumbencias profesionales. Si bien la especialidad profesional es la base de toda empresa de profesionales, el manejo del resto de los recursos sobre los que se materializa el giro de la empresa no puede resultar ajeno al conocimiento de quienes la conforman. De esta manera deben los profesionales abandonar la mirada técnica de la especialidad para convertirse en empresarios y, de ese modo, tender a que la empresa presente la misma calidad de excelencia en la gestión que en el desarrollo de la actividad profesional. Solo ello la hará sostenible y posibilitará su crecimiento.

A) OBJETIVOS GENERALES:

El cursado en Gestión de Organizaciones Profesionales permitirá a los participantes desarrollar habilidades y capacidades para liderar y gestionar las organizaciones, ajustando su funcionamiento a las condiciones y cambios que presenta el contexto en el que se desenvuelven. Serán capaces de definir modelos de negocios y estrategias adecuadas para el logro de los objetivos establecidos, orientados al crecimiento y desarrollo de la organización.

B) OBJETIVOS PARTICULARES

- Conocer las características del entorno competitivo en el que se desarrollan las

actividades de la organización y los cambios a enfrentar. Comprender e interpretar la información que provee el análisis de mercado para definir el modelo de negocio y seleccionar las estrategias adecuadas.

- Incorporar habilidades para una gestión innovadora, elaborando estrategias y acciones vinculadas a las diferentes funciones organizacionales. .
- Desarrollar estrategias para la gestión de los colaboradores, la comercialización, las operaciones y las finanzas en forma exitosa.
- Reconocer las etapas de la planificación y el control y las herramientas disponibles para su desarrollo.
- Aplicar los conocimientos obtenidos en la elaboración de un plan de negocios.

C) MODALIDAD DE DICTADO

Se desarrollará bajo la modalidad on line, con el apoyo de una plataforma en la que se ubicarán las aulas correspondientes a cada módulo del curso. En las aulas se incorporará el material de estudio, actividades y evaluaciones, foros y otras herramientas para facilitar y fortalecer el aprendizaje y el intercambio con el docente tutor.

D) TIPO DE CURSO

La forma de dictado se realizará bajo la forma de Seminario Taller, favoreciendo la incorporación de los conocimientos y su transferencia a situaciones concretas vinculadas a las organizaciones profesionales a las que pertenecen los participantes.

E) EVALUACIÓN

Cada módulo contará con una evaluación de proceso mediante actividades evaluativas y evaluación final de cierre. Contemplando las características y contenidos de cada módulo el docente definirá la modalidad de evaluación a aplicar. Al finalizar el cursado se realizará una Evaluación Final Integradora, consistente en un proyecto transfiriendo los contenidos del curso.

F) DURACIÓN

8 Meses. 128 horas.(4 horas semanales)

7. EJES CURRICULARES DEL PROYECTO

Exponer los ejes curriculares de este proyecto:

El programa consta de 9 módulos (materias), completando una carga horaria de cursado de 3 semanas por módulo más examen final, es decir de 128 hs. horas reloj.

PROGRAMA

Módulo Primero: Análisis del entorno competitivo: El macroentorno y el sector industrial, estructura, cambios y tendencias. Herramientas de diagnóstico competitivo. Elementos para la planificación estratégica. Enfoques estratégicos para el desarrollo y crecimiento del negocio.

Objetivos: Conocer las variables componentes del macroentorno y del sector industrial. Reconocer la utilidad y aplicación de las herramientas de análisis competitivo. Identificar las etapas componentes del proceso de planeamiento estratégico y los modelos de estrategias de negocios.

- Prof. Mgter Shirley Saunders
- Prof. Mgter Natacha Beltrán

Módulo Segundo: Análisis de mercado: Análisis de mercados. Objetivos y alcance. Planeamiento y búsqueda de información. Herramientas y criterios. Tipos de investigación: cuali y cuantitativa. Información primaria y secundaria. Análisis de mercado, modelo de negocio y planeamiento estratégico.

Objetivos: Reconocer los elementos y alcance del análisis de mercado Comprender la relación del análisis de mercado con la estrategia de negocios. Conocer las técnicas para la investigación de mercado. Desarrollar habilidades para el análisis y aplicación de la información resultante de la investigación de mercado.

- Prof. Walter Romano
- Prof. Juan Weibel

Módulo Tercero: Modelo de Negocios e Innovación: Modelo de negocio, componentes. Mercado y segmento. Generación de la propuesta de valor, recursos y actividades clave. Innovación, concepto, características y tipos. Innovación, contexto competitivo y estrategia. Proceso de innovación. Gestión de equipos innovadores.

Objetivos: Elaborar un Canvas que exponga los componentes del modelo de negocios. Comprender la relación entre modelo de negocios y enfoque estratégico. Reconocer las características y aplicación de la innovación para obtener un desempeño superior al promedio de la industria. Comprender el proceso de innovación y su gestión.

-Prof. Ma. Laura David

Módulo Cuarto: GESTIÓN DE COLABORADORES Y RRHH: Gestión integral de colaboradores, relación con el modelo de negocio y la estrategia. Selección de colaboradores, socialización, desarrollo del talento humano. Liderazgo, motivación. Estructura, funciones, puestos y perfiles. Identidad y marca empleadora. Cultura y clima organizacional. Gestión de la diversidad e inclusión. Engagement. Socialización. Comunicación interna. Gestión y evaluación del desempeño..

Objetivos: Comprender los procesos de la gestión de colaboradores y su relación con la estrategia de negocios. Identificar el modelo de liderazgo adecuado para la organización y su entorno competitivo. Desarrollar competencias para gestionar el desempeño de los recursos humanos y su evaluación. Establecer acciones para aplicar una cultura y un clima organizacional favorable para el crecimiento y desarrollo de colaboradores.

- Prof. Marina Larovere

Módulo Quinto: GESTIÓN DE OPERACIONES.

Estrategia competitiva y la gestión de operaciones/servicios. Componentes de la cadena de valor involucrados. Compras y logística de abastecimiento. Gestión de proveedores. El proceso productivo de bienes y servicios. La gestión de operaciones, procesos de planificación y generación de servicios. Calidad y servicios.

Objetivos: Conocer las características y orientación de la gestión de operaciones. Identificar las estrategias de logística y operaciones. Obtener habilidades para la planificación y la gestión de servicios. Establecer los componentes de calidad vinculados a la gestión de operaciones.

- Prof. Mgter Sandra Fernández Sirerol

Módulo Sexto: MARKETING Y CREACIÓN DE VALOR.: Gestión del marketing, objetivos y utilidad. Identificación y caracterización del usuario y/o consumidor. Plan comercial y propuesta de valor al consumidor. Proceso de compra, elementos que intervienen. Experiencia de usuario. Marketing digital. Estrategias de marketing. Desarrollo de canales de distribución. Información para la creación de valor y el marketing. Marketing y cadena de valor.

Objetivos: Comprender el objetivo y alcance del marketing y la distribución comercial Incorporar habilidades para identificar, seleccionar, evaluar y monitorear los modos de acceso a los mercados objetivo. Comprender las necesidades del consumidor y su relación con la propuesta de valor. Adquirir habilidades para la planificación y gestión comercial.

- Prof. Martín Giorgis

Módulo Séptimo: HERRAMIENTAS FINANCIERAS: Información para la toma de decisiones financieras. Objetivos de la gestión y administración financiera. Gestión financiera y estrategia de negocio. Análisis del mercado financiero. Estados contables y presupuestos. Planeamiento financiero y fuentes de financiación. VAN. TIR. Apalancamiento y análisis de riesgo. Planificación financiera de corto y largo plazo.

Objetivos: Reconocer la importancia de la gestión financiera para el crecimiento y desarrollo de la organización. Identificar las principales decisiones financieras y la información necesaria. Comprender los indicadores de desempeño financiero y su conformación. Conocer los componentes de la planificación financiera de corto y largo plazo.

- Prof. Walter Romano

Módulo Octavo: PLANEAMIENTO Y CONTROL DE GESTIÓN: Planeamiento estratégico y táctico: objetivos, estrategias e indicadores. Evaluación de la estrategia y su implementación. Mapa estratégico y cuadro de mando integral / Balance score card. Áreas críticas, indicadores, índices y estándares.

Objetivos: Establecer el vínculo entre la planificación y las herramientas de control. Conocer las perspectivas del mapa estratégico y su relación con el plan estratégico. Reconocer y seleccionar los componentes del cuadro de mando integral o balance scorecard.

- Prof. María de los Ángeles Cáceres

Módulo Noveno: PLAN DE NEGOCIOS: Plan de negocios: concepto y componentes. La planificación de la implementación de la estrategia competitiva en planes funcionales. Plan de finanzas. Plan de producción. Plan de Comercialización. Plan de Recursos Humanos. Plan de Tecnología de la Información..

Objetivos: Elaborar un plan de negocios adecuado a la situación e idea de negocio. Identificar las partes componentes del plan de negocios. Seleccionar los elementos vinculados a los planes funcionales y al plan de negocios integral.

- Prof. Daniela Paredes

Módulo Décimo: Legislación empresarial: Estudio preliminar desde una perspectiva empresarial, de las materias: derecho societario y concursal, derecho de la propiedad intelectual, derecho del consumidor y la competencia y competencia desleal, derecho de los contratos y derecho laboral.

Objetivos: Comprensión de aquellas materias que afectan la estructuración de la empresa en los momentos fundacionales, de crecimiento y crisis, su actividad relacionada con la competencia, el mercado y los destinatarios de sus servicios o productos, la protección de los activos intangibles de mayor valor, y su relación con los trabajadores y terceros proveedores.

- Prof. José P. Sala Mercado.

EVENTOS COMPLEMENTARIOS

- disertaciones de profesionales empresarios experimentados.
- Visita a empresas de profesionales.

8. CUERPO DOCENTE

Indicar la nómina de los docentes que podrían tener a cargo el dictado de la carrera, agrupándolos alrededor de los ejes curriculares del proyecto.

Profesores a cargo de módulos:

- Prof. Mgter Shirley Saunders - Prof. Mgter Natacha Beltrán - Prof. Walter Romano
- Prof. Juan Weibel
- Prof. Ma. Laura David

- Prof. Marina Larovere
- Prof. Mgter Sandra Fernández Sirerol - Prof. Martín Giorgis
- Prof. Walter Romano
- Prof. María de los Angeles Cáceres
- Prof. Daniela Paredes
- Prof. José P. Sala Mercado.

Este listado de docentes es solo a modo de referencia. Seguramente se requerirá un plantel con una nómina de docentes invitados que complementen y enriquezcan el dictado de cada módulo.

9. DIRECTOR DE LA CARRERA

Por orden de mérito, proponer tres candidatos para la dirección de la carrera. Tener en cuenta el perfil de director establecido por la SECRETARÍA DE GRADUADOS.

Luego de haber analizado el perfil de algunos candidatos para dirigir este curso, se propone como directores académicos a los Prof. Shirley Saunders y José P. Sala Mercado, y como coordinador a la Lic. Sol Vandecaveye

.....