



ESCUELA DE FORMACIÓN CONTINUA

1- NOMBRE DE LA CARRERA: LICENCIATURA DE MARKETING

2- NOMBRE DE LA ASIGNATURA: CONTROL DE GESTIÓN

Código: 1413

Ciclo anual: 2021

Ciclo cuatrimestral: Primer cuatrimestre

3- CUERPO DOCENTE:

Profesor a cargo de la asignatura: Marcelo Carbone

Integrantes de la cátedra: Gustavo Rodríguez



4- ASPECTOS ESPECÍFICOS

- a. Carga horaria total: 64 hs.
- b. Carga horaria semanal: 4 hs.
- c. Carga horaria clases teóricas: 64 hs.
- d. Carga horaria práctica disciplinar:
- e. Carga horaria práctica profesional:
- f. Ubicación de la asignatura en el plan de estudios: N°11
- g. Correlatividades Anteriores: -

5- PROGRAMA

a. Fundamentación del marco referencial del programa

El control de gestión es una herramienta indispensable para la planificación de cualquier área o proyecto administrativo en general, y del marketing en particular. Por ello los conceptos y criterios transferidos en la presente asignatura son de vital importancia para cualquier estrategia de mercadotecnia.

b. Contenidos previos

No existen correlatividades previas

c. Contenidos mínimos

d. Objetivos generales

- Que los alumnos puedan comenzar a pensar como líderes de procesos, desempeñando un rol de control sobre los mismos, e identificando sus variables críticas y como operar sobre ellas en forma eficaz.
- Que los alumnos incorporen pautas metodológicas para diagnosticar y formular los sistemas de control de gestión.
- Que los alumnos conozcan los conceptos de control administrativo aplicado a las áreas sensibles de la organización.
- Que se incorporen las herramientas de control de gestión como parte de la práctica profesional.
- Que se llegue a la comprensión del papel que juega la gestión del riesgo, en todas sus formas, como parte de una administración eficaz y del correcto control de gestión.

e. Objetivos específicos

- Lograr adquirir los conocimientos necesarios para instaurar la gestión por procesos, como antesala al control de los mismos;



- Incorporar los conceptos de control administrativo aplicado a las áreas sensibles de la organización;
- Aprender a desarrollar estrategias de planificación de procesos y proyectos, proyectando el marketing en su real dimensión sobre su público objetivo;
- Identificar, administrar y planificar la forma en que los riesgos se presentan y son trazados en cualquier estamento empresario, y en aquellos vinculados al marketing.

f. Unidades Didácticas

Unidad N° 1: La base estratégica

Contenido temático por unidad: La naturaleza de la planificación estratégica. Conceptos de planeamiento y estrategia: fundamentos, progresión, tipos de planeamiento. Concepto de Gestión; implicación práctica de la gestión como sinónimo de administración. Concepto de control: que es un control, como se diseña, como se implementa. Breve reseña de las escuelas clásicas de administración. Análisis de Ambientes: análisis situacional, estrategia competitiva (cruz de Porter), Matriz de atractivo de Mercado (Ansoff).

Bibliografía específica por unidad:

- Narváez, José Luis, "Teoría Administrativa".

Unidad N° 2: Las organizaciones

Contenido temático por unidad: Concepto de organización y variación del mismo entre las escuelas principales de administración, a lo largo del tiempo. Tipos de estructura (formal e informal). Impacto de la cultura en las organizaciones. La Escuela de las Relaciones Humanas en la administración. Teoría de los sistemas.

Bibliografía específica por unidad:

- Narváez, José Luis, "Teoría Administrativa".

Unidad N° 3: Los procesos

Contenido temático por unidad: Que es un proceso, un subproceso y un mapa de procesos. Secuencia de interacción gráfica de procesos. Identificación de puntos críticos de control. Diseño de controles específicos. Centros de costos contra unidades estratégicas de negocios. Centro de gastos contra centros de beneficios. Presupuestos: su concepción, elaboración y utilización.

Bibliografía específica por unidad:

- Narváez, José Luis, "Teoría Administrativa" - Cleri, Carlos, "Estrategias de negocios".

Unidad N° 4: Gestión por objetivos

Contenido temático por unidad: Progresión del control de una planificación al control por objetivos. Diferencia entre objetivos cualitativos y cuantitativos. Impacto de los análisis en el control de los objetivos. Herramientas de control. El tablero de control de objetivos: establecimiento,



comunicación, monitoreo y corrección. La función de auditoría y control. Normativas de apoyo a la función de auditoría.

Bibliografía específica por unidad:

- Narváez, José Luis, "Teoría Administrativa".

Unidad N° 5: Cuadro de mando Integral

Contenido temático por unidad: El BSC como herramienta de gestión global. Objetivos principales de un BSC. Componentes de un BSC o áreas de interés. Las visiones componentes del BCS: visión financiera, visión comercial, Visión del cliente, Visión de procesos. Factores externos que influyen en su construcción. Criterios fundamentales comprendidos en el armado del BSC.

Bibliografía específica por unidad:

- Kaplan, Robert y Norton, David, "El cuadro de mando integral".

Unidad N° 6: Proyectos de Inversión

Contenido temático por unidad: Conceptos centrales para la confección y evaluación de proyectos de inversión. Flujos de fondos y caja. Evolución de las partidas en tiempo. Tasa de corte. Valor actual neto y Tasa interna de retorno.

Bibliografía específica por unidad:

- Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de proyectos".

Unidad N° 7: Gestión de riesgos

Contenido temático por unidad: Conceptos de riesgos. El riesgo como componente intrínseco de los negocios. Ponderación y priorización en el tratamiento de los riesgos. El control de riesgos a través de las acciones principales: Eliminación, mitigación, aceptación o transferencia; las consecuencias de la elección de los cursos de acción. Matrices de control de riesgos y su utilización práctica.

Bibliografía específica por unidad:

- Hill, Charles y Jones, Gareth, "Administración estratégica. Un enfoque integral".

g. Bibliografía General

- Narváez, José Luis, "Teoría Administrativa" Editorial Prometeo.
- Hill, Charles y Jones, Gareth, "Administración estratégica. Un enfoque integral", Cengage Learning.
- Mintzberg, Henry, "Diseño de Organizaciones eficientes", Editorial El Ateneo. • Ansoff, Igor, "La Dirección estratégica en la práctica empresarial", Editorial Pearson.
- Kaplan, Robert y Norton, David, "El cuadro de mando integral" Editorial Mc Graw Hill.
- Cleri, Carlos, "Estrategias de negocios", Editorial Coyuntura.



- Baca Urbina, Gabriel, “Evaluación de proyectos”, Editorial McGraw Hill.

h. Metodología de la Enseñanza

i. Criterios de evaluación

Los cursantes deberán realizar y exponer un trabajo práctico integrador, basado en experiencias propias de los integrantes o investigaciones realizadas, sobre un caso real de empresas conocidas a fondo o aquellas en donde trabajan, en el cual se manifiesten y pongan bajo análisis las estrategias de control de gestión utilizadas, y el reflejo de los conceptos aprendidos en clase.

La realización del trabajo práctico grupal abarcará todo el período de la cursada, por lo cual el docente guiará y evaluará en tiempo real los avances del mismo, guiando a los alumnos en el desarrollo de su contenido.

La culminación del trabajo práctico es la exposición en grupo de su contenido, demostrando la estrategia administrativa de la Organización estudiada en este curso.

Para la evaluación de cada uno de los integrantes no solo se tomará en cuenta el contenido del TP, la forma en que los conocimientos hayan sido reflejados en el mismo y la cantidad de información crítica allí volcada, sino también la forma, medios y apoyaturas en la exposición de los conocimientos.



6- CRONOGRAMA DE CLASES Y EXAMENES

a. Diagrama de Gantt

Contenidos / Actividades / Evaluaciones

SEMANAS

Nº de Unidad / Parciales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Unidad 1	x	X														
Unidad 2			X		x											
Unidad 3						X	X									
Unidad 4									X	X						
Unidad 5											x					
Unidad 6													X			
Unidad 7														X		
Trabajo práctico final				x				X				X			X	X



7- CONDICIONES GENERALES PARA LA APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

a. Asistencia: 75%

b. Regularidad: Cumplir con el requisito de asistencia. Obtener en ambas instancias parciales entre seis y cuatro puntos.

c. Evaluación: Quienes aprueben ambos exámenes parciales con 7 (siete) o más puntos, tendrán a Promocionada la asignatura. Aquellos que obtengan menos de 7 (siete) en una de estas dos instancias podrán recuperarla al final del cuatrimestre para aprobar la asignatura. Quienes obtengan entre 6 (seis) y 4 (cuatro) puntos en las instancias parciales tendrán por cursada la materia y podrán presentarse al examen final. Los que obtengan menos de 4 (cuatro), en ambas instancias tendrán que recurrar.