



ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

1. OBJETIVOS

- Encarar proyectos según esquema de planificación y presentar resultados pertinentes.
- Comunicarse con solvencia y lograr comprensión del auditorio.
- Participar en equipos multidisciplinarios asumiendo los roles que sean necesarios.

2. CONTENIDOS

1) EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

- a) Introducción a organizaciones.
- b) Organizaciones formales.
- c) Estructura de organizaciones y de empresas.
- d) Políticas, planificación y programación organizacionales.
- e) Nacimiento, crecimiento, supervivencia y efectividad organizacional.

2) PERSONAS Y GRUPOS, RELACIONES LABORALES.

- a) Percepción y toma de decisiones.
- b) Aprendizaje y comportamiento laboral.
- c) Motivación y alcance de metas laborales.
- d) Personalidad.
- e) Psicología de grupos.
- f) Trabajo en equipos.

3) ACTIVIDADES CLAVES EN LAS ORGANIZACIONES

- a) Conceptos claves en micro y macroeconomía.
- b) Evaluación y formulación proyectos de inversión:
 - a. Conceptos financieros básicos.
 - b. Análisis de costos.
 - c. Rentabilidad.
 - d. Amortización de proyectos.

4) CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE MARKETING

- a) Marketing Estratégico:
 - a. Análisis de estructuras de mercados.
 - b. Segmentación de mercados.
 - c. Selección de mercados metas.
 - d. Posicionamiento.
- b) Marketing Táctico:
 - a. Concepto y características de productos.
 - b. El concepto de Precio. Su análisis.
 - c. Análisis de distribución. Distintas modalidades.
 - d. Estrategias de comunicación.



5) CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE CALIDAD

- a) Concepto de calidad desde el cliente.
- b) Visión de la calidad desde los distintos grupos de interés (Stackholders).
- c) El concepto de La Satisfacción del Consumidor.
- d) Gestión de Calidad vs. Control de Calidad.
- e) Actividades claves.
- f) Sistemas modernos de Gestión de Calidad.

6) LIDERAZGOS EN LAS ORGANIZACIONES

- a) Liderazgos e influencia.
- b) Requisitos del liderazgo.
- c) Características de los líderes.
- d) Mitos sobre los líderes.
- e) Teorías sobre liderazgos.

3. **BIBLIOGRAFÍA**

- N. Sapag Chain, "Proyectos de inversión, formulación y evaluación", 2da. Edición, Prentice Hall, 2011.
- J. Aguilar López, "La gestión del cambio", Editorial Ariel, 2003.
- J. L. Krasuk, "Programa de liderazgo, management y marketing. Conceptos, reflexiones y sugerencias basadas en la experiencia para la acción", Dunken, 2003.
- J. M. Juran, A. B. Godfrey, R. E. Hoogstoel & E. G. Schilling, "Manual de calidad de Juran", McGraw-Hill, 2001.
- P. Kotler, "Marketing", Pearson Educación, 2001.
- R. Castro Rodríguez, "Evaluación económica y social de proyectos de inversión", Alfaomega, 2003.

4. **METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA**

- Se desarrolla mediante clases teóricas, resolución de casos, y consultas.
- Se desarrolla un proyecto integrador total por parte de los alumnos, desarrollando competencias blandas como trabajo en grupo, exposición oral, etc.
- Clases teóricas se realizan dos veces por semana. Talleres se realizan una vez por semana.
- Consulta se realiza en horarios especiales, correo electrónico y por el aula virtual de FACET Virtual. Las actividades se complementan con presentaciones de profesionales.

5. **EVALUACIÓN**

Se realiza un proyecto integrado que consiste de dos partes:

- En la primera se realiza una exposición mediante la confección de un video de una duración máxima de un minuto con la idea del proyecto.
- En la segunda parte se debe hacer el plan para convertir esa idea en un negocio. Especificando concretamente en una presentación máxima de 12 transparencias las acciones a llevar a cabo.
- La defensa de las transparencias se realiza mediante una exposición grupal en forma oral.



- El proyecto global aporta un 70% de la nota final y un 30% exámenes cortos tipo quiz que se toman a lo largo de la actividad curricular.

6. CARGA HORARIA

Cuatro (4) horas semanales de teoría y dos (2) horas semanales de acompañamiento docente en el desarrollo del proyecto.

7. OTRA INFORMACIÓN

Bibliografía perteneciente al personal de la cátedra:

- Schein, Edgar H. "Psicología de la Organización", Prentice Hall, 3ª edición, 1982.
- Robbins, Stephen P. "Comportamiento Organizacional", Prentice Hall, 8ª edición, 1999.
- Lewicki, Roy L. "Desarrollo Organizacional, Guía de Capacitación", Limusa Noriega Editores, 1993.
- Butler Gillian y McManus Freda "Una brevísima Introducción a la Psicología", Océano, 2006.
- Philip Kotler, "Dirección de Mercadotecnia", 8va edición, Prentice Hall.
- Kaliman, Salomón & Mortarotti, Antonio J., "Introducción a la calidad total", Universidad Nacional de Tucuman, 2001.

El aula utilizada cuenta con sistema audiovisual apto para las clases. Página web para la comunicación con los alumnos y la distribución de archivos con transparencias de clases, artículos y links relacionados con los temas tratados en la asignatura.

Esta asignatura presenta pocos problemas de articulación vertical en la medida que es auto contenida.

La articulación horizontal se realiza por medio del Coordinador de Módulo, con quien se coordina la asignación de aulas horarios, fechas de evaluación etc.

Página web: <http://www.facetvirtual.unt.edu.ar/adept>