

“PROGRAMA DE GESTION EN PYMES”

La Fundación Banco Credicoop, conjuntamente con la Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la Universidad del Aconcagua, convocan a partir del mes de marzo a una nueva edición del “Programa de Gestión en Pymes”, el cual ha sido diseñado especialmente a la capacitación de los dueños y colaboradores directos de las pequeñas y medianas empresas de la región.

Destinatarios: Titulares de PYMES y sus familiares. Colaboradores y mandos medios en posiciones de conducción. Todo aquel que se desempeñe en PyMES y que tome o vaya a tomar decisiones en el futuro.

Inicia: Marzo 2011

Vacantes limitadas – Inscripciones abiertas

Informes: Catamarca 147, 2º piso, Ciudad, Mendoza.

Tel: 5201623 – fcej@uda.edu.ar

FUNDACION

BANCO CREDICOOP



**Universidad
del Aconcagua**
Facultad de Ciencias
Económicas y Jurídicas

Programa de Gestión en PyMEs

Contenidos mínimos de los cursos

Dirección estratégica y desarrollo organizacional

Profesor: Anselmo José TOMELLINI

Contador Público Nacional. MBA Master of Business Administration

Conceptos Estratégicos Generales. Visión y Misión Empresaria. Objetivos estratégicos y Tácticos. Atractividad de un sector de Negocios. Factores críticos de éxito. Cadena de valor y generación de ventajas competitivas. Análisis de Grupos Estratégicos. Alternativas estratégicas de crecimiento. Niveles de Estrategia y Estrategias de Negocios para Pymes. Vínculo de la Estrategia con áreas funcionales de la organización. Familia Empresaria versus Empresa Familiar. Control de gestión Estratégico : Cuadro de Mando integral Casos de aplicación en Pymes Mendocinas. Conclusiones.

Gestión y control de costos

Profesoras:

Nora Graciela METZ: Contadora Pública.

Marta Josefa BOSCHÍN: Contador Público Nacional y Perito Partidor. Especialización en Costos y Gestión Empresaria.

El sistema de información como base de datos necesarios para la gestión. Relatividad del concepto de costos Costos diferentes para fines diferentes. Tipos de costos. El proceso de acumulación de costos. El planeamiento de resultados y los objetivos empresariales. Análisis de ingresos y costos. Análisis marginal: El proceso de generación de resultados. Análisis de sensibilidad. Análisis de rentabilidad. Gestión Basada en Actividades y Costos Basado en actividades: Análisis de las actividades. Metodología de cálculo de costos. Reducción de costos. La reducción de costos como proceso integrado. Análisis de herramientas y talleres de aplicación para lograr una reducción de costos

Herramientas de Liderazgo y Comunicación

Profesores:

Roberto A. BATALLER: *Licenciado en Psicología. PH(D). Especialización en Técnicas de Programación Neuro Lingüística. Post grado sobre manejo de situación de Stress y Altos niveles de Tensión laboral.*

Luis ELASKAR: *Licenciado en Administración de Empresas. Master en Dirección de Empresas con orientación en Marketing. Phd.c Doctorando en Dirección de empresas.*

Parte I Comunicación Efectiva. Desarrollo de herramientas para Negociación con clientes, proveedores y personal a cargo:

La Inteligencia Emocional y la Comunicación. El Clima Interior del Comunicador, relación Ansiedad – Rendimiento. Límites preceptuales del comunicador. Teorema de Tomas. Tipos de Gestos, significación y adecuada utilización.

Diagnóstico de Estilo y grados de Adaptabilidad del comunicador. La Programación Neuro-lingüística. Conceptos generales y reseña histórica.

Principios de la P.N.L. Sistemas de Representación en PNL. Su influencia en el lenguaje, el pensamiento, gestos y elementos del habla. Construcción del mensaje según representaciones de nuestro interlocutor. Capacidad de Negociación con clientes y colaboradores Poder: Atributos. Habilidad. Estilos Sociales de Negociación. Posiciones e Intereses. Alternativas- MAAN. Técnicas. Tácticas y Maniobras. Proceso de Negociaciones Efectivas. El esquema win- win . El Proceso con negociadores difíciles

Parte II Desarrollo de Talentos para un Liderazgo Efectivo

El Modelo Integral del Liderazgo. El Sentido del Liderazgo. ¿Para qué queremos liderar?. Los cuatro destinatarios del liderazgo. El Rol del Liderazgo.

¿Por qué debemos liderar?. Liderazgo y Management. Los niveles del liderazgo empresarial. Las cuatro concepciones del rol. Las Demandas del Liderazgo. ¿Qué nos reclama el liderazgo?. El liderazgo se convalida en los liderados. Las Prácticas del Liderazgo. ¿Cómo debemos liderar en el día a día?.

Desarrollo comercial

Profesores:

Armando S. GOMEZ: *Licenciado en Administración de Empresas. Contador Público. Especialidad en Responsabilidad Social.*

Guillermo Daniel GARCÍA: *Licenciado en Administración de Empresas. MBA en Gestión de Organizaciones.*

Fundamentos. Orientación al Producto, orientación al Mercado y orientación al Cliente. El Consumidor como objetivo del Marketing – Investigación de Mercado. Segmentación. Posicionamiento. Entorno económico, político y social. Creatividad. Manejo creativo de los problemas: La Creación de Valor. El Marketing Mix. Política y Desarrollo de Producto y de Servicios. Política de Comunicación . Rol de la Comunicación y la Estrategia del Marketing. Información y Publicidad. Marketing Directo. Telemarketing. Canales y Logística de Distribución. Ventas. Canales de Distribución. Estructura de Canal de Distribución. Canales Directo e indirecto. Costos de Distribución. Política de Precios. El Plan de Marketing. Negociación: distintos Enfoques y Estilos. Aspectos racionales vs. Aspectos emocionales. Modelo de Negociación Racional.

Gestión de operaciones.

Profesor: Roger Enrique AMAYA
Ingeniero Electricista-Electrónico. Magíster en logística

El sistema productivo en las organizaciones de manufactura y de servicios.
Diseño del sistema productivo: Sistemas productivos. Distribución de instalaciones en planta. Capacidad de producción.

Operación del sistema productivo: Aprovechamiento de materiales.
Programación de la producción

Mejora del sistema productivo: Sistemas de calidad. Reingeniería de procesos

Evaluación económica y financiera

Profesores:
María Florencia GIUNTA: Licenciada en Economía. Diploma en Gestión de Empresas
Oscar Vicente MIRANDA: Contador Público. Magíster en Marketing. Especialista en docencia universitaria.

El valor del dinero en el tiempo y la asignación de recursos. Decisiones de inversión. Evaluación de proyectos de inversión. Ingresos y Costos.
Inversiones. Capital de Trabajo. Cálculo del punto de equilibrio. Determinación del flujo de caja. Criterios de Evaluación. Costo del Capital. Cálculo de VAN, TIR y Período de Recuperación del Capital. Análisis de Sensibilidad.
Planificación Financiera. Fuentes de Financiamiento nacionales y provinciales.

Sistemas de información Gerencial.

Profesores:

Eduardo F. MARROQUÍN. Contador Público Nacional y Perito Partidor. Especialista en Docencia Universitaria.
Marta Josefa BOSCHÍN: Contador Público Nacional y Perito Partidor. Especialización en Costos y Gestión Empresarial.

La mayoría de las empresas tiene algún tipo de sistema que le brinda información. El objetivo es considerar el conjunto de información que los niveles estratégicos y gerenciales de las diferentes áreas de la empresa necesitan para realizar un eficaz control y mejorar las decisiones que toman. Se propone insistir en la necesidad de objetivos claros y un adecuado proceso de planeamiento . Describir la información estratégica, táctica y operativa que un gerente necesita, precisando indicadores .Encomendar una forma de organizar y presentar esa información. Orientar al participante en el análisis de los nuevos conceptos y alternativas existentes; informar sobre el software disponible. Ayudar a los participantes en resolver los problemas que tienen en su empresa. El sistema de control de Gestión estratégico y operativo: Cuadro de Mando Integral: Medición y gestión. Planificación, establecimiento de objetivos y alineación de estrategias. Implantación y construcción de un tablero de comando.