

# Licenciatura en Comercialización

## Contenido Curricular

## Primer Cuatrimestre:

### Administración I

- Contenidos mínimos  
Las organizaciones. Concepto. Componentes. Filosofía de las Organizaciones. Teoría de la Organización. Vínculos. Naturaleza del Trabajo Humano. Empresa. Concepto. Características. Negocio. Mercado. Análisis y Diagnóstico General de la Empresa Argentina. Evolución de la Teoría Administrativa. La Administración Tradicional. Las Escuelas Clásicas. La Escuela de Administración Industrial y General. La escuela de Relaciones Humanas. Escuela Neoclásica. Escuela de Sociología y Psicología. El Modelo Burocrático. Escuela de la Teoría de la Organización. La Teoría de los Sistemas. Desarrollo. De la Administración Tradicional a la Administración Estratégica y Competitiva. Cambios Contextuales. El Cruce de Olas. El Planeamiento Estratégico. Análisis Prospectivo.
- Carga horaria: 64 hs.

### Comercialización Industrial

- Contenidos mínimos  
Identificación y evaluación de oportunidades del mercado industrial. Proceso gerencial y estrategia para servir al mercado. Marketing de productos industriales. Análisis de la demanda de bienes industriales. Planificación de mercados industriales. Investigación de mercados industriales. Canales de comercialización y logística. Estrategias y políticas de precios. Comunicación de bienes industriales. Vendedores y representantes. Mezcla comercial. Comercio electrónico B2B. Marketing de relaciones.
- Carga horaria: 80 hs.

### Sociología I

- Contenidos mínimos  
Sociología general del trabajo. Enfoque sociológico de la figura del empresario. Conocimiento científico. El trabajo como actividad humana. Naturaleza, origen y evolución. El futuro del trabajo. Organización e Institución. Los fines de las organizaciones. Clases de organizaciones. La burocracia y la organización basada en la responsabilidad. Cambio y oportunidad. Organización para responder al cambio. Impulsores del cambio. Temor y resistencia al cambio. Hacia la cultura de la calidad y productividad.
- Carga horaria: 64 hs.

### Análisis Cuantitativo

- Contenidos mínimos  
Modelos de inventarios. Sistemas de clasificación ABC para artículos. Gestión óptima de stock. Modelo con velocidad de ingreso. Modelo con stock de seguridad. Modelo de precio con variación de precio. Modelo con período común para varios artículos. Modelos periódicos con restricciones. Transporte. Técnicas de transporte. Técnicas de transbordo. Modelos de asignación. Decisiones en investigación de operaciones. Modelos de simple decisión. Modelos matemáticos y de simulación. Fases del estudio en investigación de operaciones.
- Carga horaria: 80 hs.

## **Marketing y Comercio electrónico**

- Contenidos mínimos  
Economía de la información. Comercio electrónico y negocios de Internet. Nuevos modelos de negocios. Implicancias en el marketing estratégico y operativo. Evolución del comercio electrónico. Comportamiento del consumidor en línea. Construcción. De la relación con los clientes. Métodos de la distribución comercial. Impacto del comercio electrónico en los canales y política de precios. Estrategias de comunicación y medición del impacto y la efectividad. Creación y desarrollo de marcas en Internet. Seguridad en la red. Marco regulatorio.
- Carga horaria: 64 hs.

## **Segundo Cuatrimestre:**

### **Administración II**

- Contenidos mínimos  
Las organizaciones y el medio externo. Ética en la Administración. Responsabilidad social de los gerentes. Armado de escenarios. Matrices de impacto. El comportamiento humano. Individuo y organización. Proceso de fijación de objetivos. Administración por objetivos. La decisión. Detección de oportunidades y resolución de problemas. Distintas condiciones. Certeza, incertidumbre y riesgo. Decisión e información. El sistema de la información y el sistema de control. Tecnología de la información. Procesamiento. El plan de cuentas. El presupuesto. La comunicación en la empresa. Planeamiento y gestión administrativa. Estrategia y política. Pymes. Integración. Dirección de Recursos Humanos. Motivación. Liderazgo. Influencia y comunicación. El poder en las organizaciones. Relación entre las estructuras de poder, sistema político y los sistemas de información.
- Carga horaria: 64 hs.

### **Comercialización de Servicios Estratégico I**

- Contenidos mínimos  
La importancia de los servicios en la economía. Naturaleza y características de los servicios. Clasificación. Sistemas de prestación de servicios. Proceso de servicio. Servucción. Elementos que integran la calidad de servicios. Servicio o beneficio central. Beneficios secundarios. Personal de contacto. Factores psicológicos y sociales en la demanda de servicios. Administración de la calidad y productividad de los servicios. Programas de satisfacción del consumidor. Marketing turístico. Marketing bancario. Marketing educativo. Marketing de empresas de seguros.
- Carga horaria: 80 hs.

### **Sociología II**

- Contenidos mínimos  
La figura del empresario. Aspectos socioculturales. El empresario autónomo. El hombre de negocios y su adaptación al cambio. El empresario y la innovación. La práctica de la innovación. Rasgos de carácter del empresario. Valores culturales de las organizaciones empresariales. Integración de valores. Las culturas generadoras de riqueza. Las ideas y los actos morales. Generación de

bienes y servicios. Análisis de la realidad Argentina. Razones sociales y culturales del crecimiento económico.

- Carga horaria: 64 hs.

## **Logística**

- Contenidos mínimos  
La logística integral como respuesta a las necesidades de la empresa. Logística de distribución. Eficacia en la gestión de transportes. Concepto y diseño de almacenes. Herramientas y tecnologías para la preparación de pedidos. La gestión medioambiental en la logística. Planificación y programación industrial. Dirección de operaciones. Dirección estratégica orientada a la calidad. La importancia de los recursos humanos en logística. La gestión de aprovisionamientos y compras. El outsourcing. Gestión global de stocks. Herramientas de competitividad. La cadena logística y la integración de proveedores. La cadena de valor. La logística y el e-commerce. Cuadro de mando integral.
- Carga horaria: 80 hs.

## **Promoción y Marketing Directo**

- Contenidos mínimos  
Ubicación de la promoción en el mix de Marketing. Vínculos publicidad/promoción. Tipos de promociones. Clasificación. Importancia de la oferta promocional. Beneficios. Variable tiempo de la promoción. Promociones internas y externas. Marketing relacional y uno a uno. Comunicaciones integradas. Bases de datos. Marketing y tecnología informática. Telemarketing. Programas de fidelización. Merchandising. El consumidor y la autoselección. Estrategias en el punto de venta.
- Carga horaria: 64 hs.

## **Tercer Cuatrimestre:**

### **Finanzas I**

- Contenidos mínimos  
Finanzas y administración financiera. Interpretaciones estrictas. Trípode decisional en finanzas. Inversión. Financiamiento. Dividendos. Relación con la función de comercialización. Organización del área de finanzas. Sistema de información. Planificación financiera. Interpretación y utilización de ratios a partir de los estados financieros. Planificación financiera de corto y largo plazo. Capital de trabajo y fondo de maniobra. Control financiero.
- Carga horaria: 80 hs.

### **Dirección Estratégica I**

- Contenidos mínimos  
Planeamiento estratégico. Evolución del concepto de planeamiento. Concepto de estrategia. Necesidad de análisis prospectivo. Estrategia, Estructura y Cultura. La cultura como factor influyente en las organizaciones. Administración del cambio. El proceso de cambio y los nuevos paradigmas de la dirección general y comercial. Política de negocios y Marketing avanzado. Gerenciamiento del valor. Marketing interno y externo. Ciclo de vida de los productos.
- Carga horaria: 64 hs.

## **Derecho Empresarial**

- Contenidos mínimos  
Contratos de colaboración empresarial. Agencia. Distribución. Concesión. Suministro. Management. El franchising, el origen, evolución, y características. Implementación de un sistema de franquicias. Master franquicias. Obligaciones del franquiciante y franquiciado. Otros contratos asociativos. Join Venture. Distintas clases. Fusiones de empresas. Técnicas y marco legal. Satisfacción del cliente desde el punto de vista legal. Daños producidos al consumidor por errores de fabricación o comercialización. Obligación de información. Consecuencias legales. Publicidad engañosa. Publicidad abusiva. Publicidad comparativa. La acción gubernamental en defensa del consumidor.
- Carga horaria: 64 hs.

## **Comercialización Agropecuaria**

- Contenidos mínimos  
Comercialización de productos e insumos agropecuarios. Características diferenciales. Importancia. Marco cultural, social, técnico y económico. Distintas etapas del desarrollo agrario. Etapas en la comercialización de granos, carne, leche y hortalizas. Comercialización primaria, secundaria y terciaria. Sujetos intervinientes en cada etapa. Agente auxiliares. Asociativismo e integración vertical. Degradación de los recursos naturales. Erosión y pérdida de fertilidad. Desertificación. Comercialización de productos orgánicos. Situación en la Argentina. Precios y márgenes. Formación de precios. Variaciones. Costos y márgenes de comercialización. Mercados. Futuros y opciones. Instrumentos financieros.
- Carga horaria: 64 hs.

## **Gestión de Recursos Humanos**

- Contenidos mínimos  
Concepto y funciones de la administración de recursos humanos. Misión y objetivos. ARH en sentido amplio y en sentido estricto. Políticas de recursos humanos. El sistema de administración de recursos humanos en las grandes organizaciones. El sistema ARH en Pymes. Subsistemas y funciones de ARH. Organización y jerarquía de ARH. Subsistema de Planeamiento. Subsistema de Provisión. Subsistema de mantenimiento. Subsistema de desarrollo. Subsistema de control. Liderazgo y ARH en sentido amplio. Comunicación como herramienta básica de ARH en sentido amplio. Coaching y conducción de equipos. Cultura y cambio organizacional.
- Carga horaria: 64 hs.

## **Investigación de Mercados I**

- Contenidos mínimos  
El proceso de investigación. Propósito. Definición de la investigación. Valor de la información. Planeación. Enfoque. Métodos de recolección de información. Diseño e implementación del proceso. Investigación exploratoria y secundaria. Fuentes de datos. Registros internos y datos secundarios. Métodos de investigación cualitativas. Entrevistas en profundidad. Sesiones de grupo. Técnicas proyectivas. Investigación descriptiva. Encuestas. Fuentes de error.

Métodos de recopilación. Entrevistas personales, telefónicas y por correo.  
Combinaciones de métodos.

- Carga horaria: 64 hs.

## **Cuarto Cuatrimestre:**

### **Finanzas II**

- Contenidos mínimos  
Valoración. Valor actual y costo de oportunidad. Introducción. Fundamentos. Primeros cálculos. Cálculos VAN. Valoración de activos duraderos. Valoración de flujos de tesorería en varios períodos. Deuda perpetua. Anualidades. TIR. Período de recuperación. Rentabilidad contable medida. Valor actual neto equivalente. Rentabilidad inmediata. Riesgo. Utilización de herramientas estadísticas. Rentabilidad y costo de oportunidad del capital. Presupuesto de capital y riesgo. Evaluación de proyectos de inversión.
- Carga horaria: 80 hs.

### **Dirección Estratégica II**

- Contenidos mínimos  
Análisis estructural de los sectores industriales. Determinantes de la fuerza de la competencia. Estrategias competitivas genéricas. Las tres estrategias genéricas. Posicionamiento a la mitad. Riesgos de las estrategias genéricas. Análisis de la competencia. Componentes. Perfil de respuesta del competidor. Estrategia dirigida a clientes y proveedores. Selección de clientes. Estrategia de compra. Estrategia en sectores industriales fragmentados. Estrategia en sectores industriales concentrados. La cadena de valor y la ventaja competitiva. Ventaja en costo. Diferenciación. Matrices de análisis estratégico.
- Carga horaria: 64 hs.

### **Negociación**

- Contenidos mínimos  
Teoría del conflicto. Descripción y análisis. Orígenes. Relación social o anomalía social. Conflicto y derecho. Insuficiencia jurídica para el manejo de conflictos. Características del conflicto. El laberinto de la contienda. Escalada y desescalada. Estrategias de resolución. El rol de los terceros. Métodos alternativos de resolución. El rol de los terceros. Métodos alternativos de resolución de conflicto. Teoría de la comunicación. Canales de comunicación. Escucha activa. Tipos de preguntas. Inteligencia y conflicto. Información. Negociación. Componentes. Sujetos negociadores. Aspectos psicológicos y sociológicos. Modelos competitivos y cooperativos. Otros modelos. Estrategia y táctica de la negociación. Análisis del poder negociador. Etapas del desarrollo de la negociación. Negociación según la Escuela de Harvard. Posiciones e intereses. Opciones y alternativas. MAAN. Análisis y decisión. Acuerdo y compromisos.
- Carga horaria: 64 hs.

### **Ética Profesional**

- Contenidos mínimos  
El ethos moderno y su actual crisis. Valores. Normas morales y roles sociales.

Cuestiones de la buena vida y cuestiones de justicia. Autonomía moral y personal. Normas jurídicas y morales. Ética e identidad. La reflexión sobre la dimensión ética. Conflictos morales. Toma de decisiones. Reflexión ética y responsabilidad. Cuestiones ético-profesionales. La construcción del rol profesional del científico social. Cuestiones profesionales y cuestiones éticas. La Especificidades profesionales y el respeto recíproco. Ejercicio profesional en las organizaciones. La dimensión ética en las organizaciones.

- Carga horaria: 64 hs.

## **Investigación de Mercados II**

- Contenidos mínimos  
Análisis de Mercado. Segmentación. Estimación de potencial de mercado. Escala multidimensional y análisis de agrupamiento. Enfoques basados en atributos. Enfoques basados en no atributos. Medidas de similitud. Método de agrupación. Análisis conjunto. Investigación de la publicidad. Reconocimiento. Recuerdo. Persuasión. Comportamiento de compras. Pruebas de diagnóstico. Investigación de medios de comunicación. Preparación de pronósticos. Métodos cualitativos. Investigación de nuevos productos. Pruebas de mercado. Pruebas de laboratorio. Investigación de precios. Sensibilidad a la política de precios. Investigación de canales de distribución.
- Carga horaria: 64 hs.

## **Tesina**

Cada alumno desarrollara el Plan de Marketing de una Organización de acuerdo al reglamento de tesinas resuelta por el Consejo Académico de la Facultad Regional Rosario de la Universidad Tecnológica Nacional (resolución 107/03).

La tesina será evaluada por un tribunal ad-hoc, y es requisito previo a su presentación final oral para su defensa tener aprobados la totalidad de los cursos.

- Carga horaria total: 96 hs.