



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
LICENCIATURA EN LABORATORISTA QUÍMICO
LQ 0021 ADMINISTRACIÓN GERENCIAL DE LABORATORIOS
II Semestre, 2015



Datos Generales

Sigla: LQ-0021

Nombre del curso: Administración Gerencial de Laboratorios

Tipo de curso: Semestral

Número de créditos: 3

Número de horas semanales presenciales: 3 horas

Número de horas semanales de trabajo independiente del estudiante: 5 horas

Requisitos: LQ-0017

Correquisitos: No tiene

Ubicación en el plan de estudio: X ciclo

Horario del curso: Martes de 5:30 a 8:30 pm

Suficiencia: No tiene

Tutoría: No tiene

Datos del Profesor

Nombre: Ing. Francisco Bogantes Madrigal, MBA

Teléfono: 8825 9432

Correo Electrónico: frbogmad@hotmail.com

Horario de Consulta: sabados 9 a 11 am

1. Descripción del curso:

Está orientado a fomentar en el estudiante su vocación gerencial y el interés en ejercer la dirección general del laboratorio o de áreas funcionales de empresas y organizaciones, así como fomentar el espíritu emprendedor.

Se estudiarán los más modernos conceptos de la gestión gerencial profundizando su formación en macroeconomía, mercadeo, finanzas y planeamiento estratégico; con ejemplos de nuestra realidad y aplicados por medio de casos de estudio, resolución de problemas, investigaciones de campo, simulaciones informáticas y prácticas laborales en empresas directamente relacionados con la carrera.



2. Objetivo General:

- Desarrollar en el estudiante habilidades de emprendedurismo, pensamiento crítico, liderazgo y toma de decisiones, así como las actitudes y valores necesarios para enfrentar las exigencias del dinámico, globalizado y altamente competitivo mundo actual de los negocios.
- Brindar los conocimientos de la Gestión Gerencial en los campos macroeconómicos, de mercados, financieros, planeamiento estratégico y control gerencial, aplicables a la gestión de los laboratorios en una empresa u organización.

Objetivos específicos:

- Aprender a gestionar los recursos de la empresa para crear valor para la sociedad, integrar y dar sentido al esfuerzo de la organización, satisfaciendo las necesidades de los clientes y generando al mismo tiempo un beneficio para la empresa, apuntando a una mejora continua de la gestión empresarial y de sus procesos fundamentales.
- Aprender a desarrollar un pensamiento flexible para la innovación y el cambio.
- Aplicar los aspectos fundamentales del planeamiento estratégico para la formulación de planes estratégicos empresariales.
- Aprender los aspectos fundamentales del mercado empresarial costarricense y los mercados globales. Análisis macroeconómico del Estado de la Nación.
- Conocer los aspectos fundamentales del marketing y su evolución en la economía de la información. Introducción de la web 2.0 y las nuevas tendencias en marketing.
- Aprender los aspectos fundamentales de la administración financiera de una empresa, interpretando claramente los estados financieros de ésta y sus principales indicadores financieros.
- Aplicar los aspectos fundamentales del Control Gerencial a través del Cuadro de mando Integral y de los mapas estratégicos empresariales.

De una manera general Aprender a manejar la complejidad que implica el proceso de creación, innovación y sostenibilidad, a partir de las oportunidades de negocio que se conciben.

3. Contenidos:

SESION 1: 4 AGOSTO 2015

- Presentación de programa, análisis de empresas representadas y actualización de estudiantes en el tema de administración. Elaboración de grupos de trabajo.

SESIONES 2 ,3 y 4: **11, 18 Y 25 AGOSTO 2015**

- Repaso general y nivelación de aspectos conceptuales de la Administración visto en los cursos de Administración General que cada estudiante llevó en el grado académico de bachillerato.



SESION 5 y 6: 1, 8 SETIEMBRE 2015

MACROECONOMIA- COSTA RICA: UNA PERSPECTIVA MACROECONOMICA Y SOCIAL DEL SECTOR PRODUCTIVO NACIONAL Y DE SU RECURSO HUMANO.

- Aspectos fundamentales de la balanza comercial, de las exportaciones e importaciones de Costa Rica. Análisis del informe 2013 de Procomer.
- Composición del parque empresarial costarricense y su aporte al PIB. Análisis de MIPYMES y su aporte al empleo costarricense.
- Competitividad nacional y el Índice de Desarrollo Humano país –IDH- y de los cantones de Occidente.
- La atracción de Inversión extranjera directa y los encadenamientos empresariales.
- Países Latinoamericanos y su posición estratégica para hacer negocios.
- Estudio de casos.

SESION 7 y 8: 15, 22 SETIEMBRE 2015

MODELOS DE NEGOCIO; MODELO QFD, MODELO SERVICE BLUE PRINT

- Modelo y Lienzo Canvas de Alex Osterwalder.
- Plantillas y herramientas para trabajar el modelo.
- Análisis de Casos y aplicaciones. Caso Skipe.
- Estudios de casos en empresas de estudiantes. Trabajo en grupo.
- LA CASA DE LA CALIDAD – QFD- Despliegue de la Función de la Calidad, criterios y plantillas de trabajo.
- Continuación con caso en grupos de trabajo
- MODELO SERVICE BLUE PRINT. Criterios y plantilla de trabajo
- Continuación con caso en grupos de trabajo

SESION 9: PRIMER EXAMEN PARCIAL 29 SETIEMBRE 2015

SESION 10 Y 11: 6, 13 OCTUBRE

GESTION DE LA INNOVACION COMO ELEMENTO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

- La innovación como elemento de competitividad
- El ciclo de un producto y su relación con la innovación.
- Liderazgo para la motivación y gestión de la innovación.
- Indicadores de innovación empresarial

ESTRATEGIA Y EJECUCION:

- COMO REDUCIR LA DISTANCIA ENTRE VISION Y ACCION. Artículo de Nadler

SESION 12 y 13: 20,27 OCTUBRE

LA GERENCIA FINANCIERA Y SU PAPEL EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL:

- Conocimiento e interpretación de los estados financieros de la empresa.
- Diagnostico financiero básico.
- Razones financieras para medir el desempeño de una empresa
- Métodos de costeo. Costos Directos e indirectos. Costos Fijos y costos variables. Costeo ABC.
- EJERCICIOS PRACTICOS
 - K. Billing & Co
 - A.L. Germany & Co.
- CASO PARA RESOLVER EN GRUPO:



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
LICENCIATURA EN LABORATORISTA QUÍMICO



- Clotilde Computer Company.

SESION 14: SEGUNDO EXAMEN PARCIAL **3 NOVIEMBRE 2015**

SESION 15 ,16: **10,17 NOVIEMBRE 2015**

EL MARKETING DELSIGLO XXI

- El marketing en la economía de la información.
- Los mercados globales y el mercadeo.
- La conducta del consumidor, hábitos de uso y hábitos de consumo.
- La segmentación de mercados
- Los sistemas de información para el mercadeo.
- EJERCICIOS PRACTICOS
- CASO PARA RESOLVER EN GRUPO.

SESION 17 : TERCER EXAMEN PARCIAL **24 DE NOVIEMBRE 2015**

SESION 18: EXPOSICION DE TRABAJOS ASIGNADOS. **1 DICIEMBRE 2015**

SESION 19 EXPOSICION DE TRABAJOS ASIGNADOS. **8 DICIEMBRE 2015**

4. Metodología:

Se desarrollarán los diferentes temas a través de exposiciones y trabajos prácticos, los cuales serán desarrollados tanto por el profesor como por los estudiantes de acuerdo a los grupos formados y a la asignación de trabajos que se realicen.

Los estudiantes complementan el contenido del curso con un proyecto o trabajo a realizar en una empresa productora de bienes. Se pedirán avances escritos y orales de acuerdo al desarrollo el proyecto, por lo que los porcentajes de evaluación indicados para el Primer avance, Informe final y Presentación Oral, estarán conformados por varias notas.

5. Evaluación:

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
3 Parciales (20 cada uno)	60%
Exposiciones de Grupo	15%
Exámenes cortos y tareas	10%
Proyectos de mejora	15%
Total:	100%



Consideraciones sobre la evaluación:

Todo documento debe de entregarse en la fecha programada; sin excepción, de lo contrario se perderán los puntos.

Toda presentación oral, debe ser realizada el día y hora programada de lo contrario no se podrá llevar a cabo y se perderán el porcentaje asignado. El estudiante coordinará con la Universidad todo lo relacionado a la disponibilidad de medios audiovisuales para su exposición.

6. **Cronograma:** según lo indicado en cada sesión.
