

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE DE OCCIDENTE
BACHILLERATO EN INFORMÁTICA EMPRESARIAL
CURSO: IF-5200 FUNDAMENTOS DE LAS ORGANIZACIONES

Requisito IF 3100 Introducción a los sistemas de información

Grupo #1 San Ramón

Profesoras:

Saray Sojo,

horas consulta: V:9-10 a.m.

Mabel Torre,

horas consulta: K 4:30 a 5:30

Descripción del curso

El objetivo del curso es el de dar a conocer los fundamentos y la composición de las organizaciones, la forma en como se administran, las áreas típicas que las componen y las estructuras que le dan forma a las organizaciones, así como destacar temas de actualidad relacionados con el manejo administrativo.

Objetivos

- 1) Describir el proceso administrativo.
- 2) Conocer las diferentes áreas funcionales y operativas que componen la organización.
- 3) Brindar al estudiante los conceptos del Comportamiento Organizacional y el desarrollo de estructuras organizacionales.

Contenido del Curso

- 1- Administración: ciencia, teoría y práctica
 - Definición de administración
 - ¿Ciencia o Arte?
 - Evolución del pensamiento administrativo
 - Funciones de los administradores
 - El modelo de sistemas de la administración y la organización
- 2- Administración y sociedad: ambiente externo, responsabilidad social y ética
 - Ambiente externo: condiciones tecnológicas, sociales, políticas y legales.
 - La responsabilidad social de los administradores
 - La ética en la administración
 - La confianza como base para una nueva administración
- 3- Administración global comparada y de calidad
 - Administración internacional y empresas transnacionales
 - Administración internacional en países específicos
 - Administración en Japón y teoría Z
- 4- El Proceso Administrativo
 - Planeación
 - Organización
 - Integración de Personal
 - Dirección
 - Control

5- Conceptos de Áreas Funcionales y su relación con los SI

- Finanzas
- Mercadeo
- Recursos humanos
- Producción

6- Conceptos de áreas operativas y su relación con los SI

- Contabilidad
- Análisis de costos y Presupuesto
- Ventas
- Facturación
- Planillas
- Cuentas por cobrar
- Inventario

7- Clima organizacional

- Liderazgo
- Motivación
- Comunicación

8- Tipos de estructuras organizacionales

- Cultura organizacional
- Resistencia al cambio
- Servicio al cliente
- Reingeniería organizacional
- Calidad total

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla mediante presentaciones magistrales del profesor y presentaciones de los alumnos. Se utiliza una amplia gama de ayudas didácticas, que van desde la exposición de lecturas, análisis de investigaciones, desarrollo de casos y dinámicas de grupo y el desarrollo de un proyecto de investigación, los temas deben ser de actualidad.

Proyecto

Objetivo: Desarrollar un Plan de Negocios para una empresa nueva.

El estudiante deberá aplicar los conocimientos adquiridos durante el curso y las prácticas realizadas en las diferentes empresas y desarrollar un proyecto de su propia empresa.

Mantener en secreto por grupo el tipo de empresa, ya que todos los compañeros son competencia. Después se realizará una votación secreta para que todo el grupo escoja el mejor proyecto. (el mejor a criterio del grupo y del profesor tendrá la nota más alta).

¿Qué es un Plan de negocios?

"No importa que camino tomas, si no sabes dónde quieres ir"

Un plan de negocios es la herramienta vital que nos sirve de brújula para alcanzar nuestros objetivos. También podría ser considerado un manual de instrucciones, que contiene los pasos a seguir para montar la empresa seleccionada y llevarla hacia el éxito, o una fotografía de lo que queremos lograr.

Secciones de un plan de negocios

Todo plan de negocios que se precie de tal, debería contener un sumario ejecutivo; la misión, visión y los objetivos del emprendimiento; una detallada descripción de los productos y/o servicios que estemos dispuestos a comercializar, un sincero análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA); la estrategia de marketing y ventas a seguir; la estructura financiera junto con las necesidades de financiación, presupuesto, infraestructura, apoyo informático y anexos.

1. Sumario ejecutivo
2. De la empresa (15)
 - Justificación
 - Misión
 - Visión
 - Objetivo general
 - Objetivos específicos
3. Análisis FODA (Considerar la industria). (10)
4. Estrategia de diferenciación (10)
5. Aproximación de una estrategia mercadológica. (10)
6. Integración de persona (15)
 - organigrama
 - puestos
 - funciones
7. Presupuestos (10)
 - de apertura
 - mensual
8. Infraestructura requerida (10)
 - Edificio, ubicación
 - Mobiliario y equipo
9. Apoyo informático (20)
 - Qué sistemas de información se requieren (transaccionales, apoyo, estratégicos)
 - Implantación.
 - Costo

Nota. Se evaluará la originalidad de la empresa, la exposición y el documento.

Sumario ejecutivo

- Una o dos páginas con la esencia del negocio
- Se escribe al final
- Atractivo y de fácil lectura

El sumario ejecutivo consta de una o dos páginas en las cuales se deberá incluir un resumen

del plan de negocios. Se debería escribir una vez concluido el plan, y los lectores obtendrán del mismo una clara visión de cuáles son los aspectos fundamentales del negocio.

Debe incluir la misión, datos básicos sobre la empresa, una descripción del negocio, cuáles son los productos y servicios ofrecidos, y cuales de estos serán ofrecidos electrónicamente, el mercado objetivo, un breve análisis FODA y los requisitos financieros. Misión y datos básicos sobre la empresa

- Descripción del negocio
- Productos/servicios y mercado objetivo
- Un breve análisis FODA
- Requisitos financieros

Si se va a utilizar para conseguir financiamiento externo, es importante que sea de fácil lectura y atrayente, ya que los inversionistas lo utilizarán como filtro para saber si deben leer el resto del plan de negocios.

Misión y Visión

Aclarar la **visión** para saber a que queremos se dedica la empresa, imaginándonos como se va a realizar esta parte nueva del negocio que tamaño va a tener (empleados, volumen de negocios, etc.) y qué posición y actitud va a asumir en el mercado.

Fijarse una **Misión** para hacer foco en los servicios que va a prestar, nos permitirá delinear los objetivos de corto, mediano y largo plazo en forma eficaz, con el fin de hacer reales nuestros sueños.

- Que queremos lograr con nuestra empresa
- Que tamaño va a tener (empleados, volumen de negocios, etc.)
- Que posición y actitud en el mercado
- Qué servicios va a prestar

Definir los objetivos significa cuantificar nuestras aspiraciones, hacerlos medibles, y para eso será necesario definir como será negocio : ¿Cuál va a ser el modelo de negocios? ¿Vamos a obtener una ganancia mediante el cobro de comisiones, mediante la venta de publicidad, o a través de la oferta de productos y/o servicios?

Por otro lado, debemos seleccionar y conocer la industria que vamos a formar parte, saber cuál va a ser nuestro mercado objetivo y la estrategia de posicionamiento en el mismo (¿vamos a competir por precios o por calidad?), las necesidades insatisfechas que venimos a cubrir, las variables de contexto que pueden influir negativa o positivamente, y especificar las características de nuestros productos y/o servicios.

Es importante definir como se realizaran los cobros, como serán entregados los productos (Plazos se entrega) etc.

Temas de Investigación:

Conceptos de Áreas Funcionales y su relación con los SI

Finanzas
Mercadeo
Recursos humanos
Producción

Conceptos de áreas operativas y su relación con los SI

Contabilidad
Análisis de costos y Presupuesto

Consideraciones

La investigación consiste en un trabajo formal, que a partir de la semana 10 se empezarán a exponer según el orden establecido. Por tal razón, es que el trabajo presentado por cada grupo debe de reflejar un trabajo de gran calidad, mucha preparación e investigación. Se calificará originalidad del trabajo.

El trabajo debe de contener resumen ejecutivo, índice, objetivos, introducción, desarrollo, conclusiones (muy importantes), bibliografía y referencias utilizadas, así como anexos y/o glosario de ser necesario.

Hacer referencia clara cuando se este tomando información de un libro y/o Internet. No copiar un trabajo ya hecho o bajado de Internet.

La investigación deberá ser expuesta al resto de la clase y al profesor en la fecha establecida, por lo cual se les recomienda prepararse adecuadamente y evitar inconvenientes de último momento.

Todos los integrantes del grupo deben de participar tanto en el proceso de investigación como en la exposición.

Deben de presentar el trabajo escrito al profesor, así como generar un resumen bien elaborado para ser distribuido entre sus compañeros de clase. Ambos se presentan el día de la exposición al profesor.

. De igual forma el grupo que realice la mejor exposición obtendrá la mejor nota.

Lectura de libros de apoyo

Se dividirá la exposición de los libros en grupos, los cuáles deberán realizar una presentación y brindar un resumen en Word para los estudiantes. De igual forma el grupo que realice la mejor exposición obtendrá la mejor nota.

Evaluación:

2 exámenes parciales 20% c/u	40%
proyecto empresa	25%
tema investigación	15%
exposición libro	10%
quices, casos, tareas	10%

BIBLIOGRAFÍA

Koontz Harold Wehrich Heinz, Cannice Mark: Administración un perspectiva global y empresarial, Editorial Mc Graw; 13 edición, 2008

Lawrence, J Gitman, Carl, Mc. Daniel. El futuro de los negocios. Editorial Thomson, 5ta edición, 2007

Bibliografía complementaria:

Thomas S., Bateman, Scout A. Snell. Administración de una Ventaja Competitiva. 4ta Ed. México. McGraw Hill, 2001.

Auerbach, Ernest. Reingeniería para el Éxito: Respondiendo al Cliente y al Mercado. Ejecutivos de Finanzas. 1994

Chiavenato, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. 3 de. México Mc. Graw Hill, 1988.

Donalson, Gordon. Corporate Restruturing: Managing the Change Process from Within. Boston Harvard Business Schooll Press, 1994.

Gilbreath, Robert. La estrategia del cambio. México Mc. Graw Hill, 1990.

Zink, Ronald A. Strategic Systems Classification. Information Systems Management. 1993

CRONOGRAMA

SEMANA	FECHA	TEMA
1	13-08-09	Generalidades del curso Explicación de los proyectos de investigación
2	20-08-09	Tema 1
3	27-08-09	Tema 2
4	03-09-09	Tema 3
5	10-09-09	Tema 4 (exposición libro 1)
6	17-09-09	Tema 4 (exposición libro 2)
7	24-09-09	Examen
8	01-10-09	Tema 5 (exposiciones temas de investigación)
9	08-10-09	Tema 5 (exposiciones temas de investigación)
10	15-10-09	Tema 6 (exposiciones temas de investigación)
11	22-10-09	Tema 6 (exposición libro 3)
12	29-10-09	Tema 7 (exposición libro 4)
13	05-11-09	Tema 8 (exposición libro 5)
14	12-11-09	Tema 8
15	19-11-09	Examen
16	26-11-09	Exposiciones y entrega del proyecto
17	03-12-09	promedios
18	10-12-09	ampliación