

DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS

CCIS – UNS - UTN

Temario

Módulo I: Introducción a la gestión de las Organizaciones (Mg. Cdor. Claudio Genovese)

El objetivo de este módulo es introducir al participante a los aspectos clave del proceso administrativo dentro de las organizaciones, tocando los siguientes puntos principales:

- Las organizaciones
- Estructuras organizacionales
- Definición de objetivos. Misión y visión. Cadena de medios afines.
- El proceso administrativo.

Duración: 9 horas – 3 encuentros de 3 horas cada uno.

Módulo II: Dirección de Recursos Humanos (Capacitadora Marizu Noguez)

El objetivo del módulo será obtener herramientas para la gestión del capital humano, el principal de los capitales dentro de las organizaciones. Los temas de tratamiento son:

- Herramientas de Selección de Personal.
- Planificación y Gestión de recursos humanos
- Competencias de un Líder
- Conducción: Las cuatro dimensiones.
- Estilos de Liderazgo.
- El Liderazgo y la inteligencia emocional.
- Cómo influir en las personas.
- Comunicación efectiva.
- El origen de los conflictos.
- Negociación y resolución de conflictos.
- El líder como formador: elementos para enseñar en la tarea.

Duración: 9 horas – 3 encuentros de 3 horas cada uno.

Módulo III: Actualización Laboral e Impositiva (Dr. Nicolás Biondo y Espec. Cdor. Andrés Robledo)

El objetivo de la actualización laboral e impositiva de este módulo es presentar el panorama general de leyes, normas, decretos y ordenanzas que debe tener en consideración cualquier empresario Pyme. El programa sintético a presentar en el mismo es el siguiente:

- Laboral:

- Derecho del Trabajo: Concepto y Evolución.
- Contrato y Relación de trabajo: Elementos esenciales del contrato de trabajo. Derechos y Obligaciones de las partes.
- Remuneración: Concepto y Modalidades. Jornada legal. Descanso semanal y anual. Licencias. Suspensión y Extinción del contrato de trabajo: Sus causales.
- Accidentes de trabajo y Enfermedades profesionales: Nociones.
- Impositiva:
- Régimen tributario: Impuestos nacionales, provinciales y municipales. Aspectos legales y liquidación.
- Obligaciones formales: Regímenes de información. Regímenes de retenciones y percepciones y otras obligaciones formales
- Beneficios fiscales y Estrategias de planificación: Ley Pyme. Empresa unipersonal o sociedad. Ventajas y desventajas.
- Herramientas para diferir el pago de impuestos.

Duración: 12 horas – 4 encuentros de 3 horas cada uno.

Módulo IV: Gestión contable (Cdor. Danilo Aristimuño)

El módulo gestión contable tiene como objeto otorgar al cursante herramientas claras para entender el proceso general administrativo y de gestión contable de las pymes.

- Las Pymes y el proceso administrativo.
- Sistemas de información y la contabilidad.
- El proceso contable.
- Elementos del sistema contable. Comprobantes.
- Presupuestación.
- Subsistema de compras, proveedores y stocks.
- Subsistema de ventas y clientes
- Costeo de ventas

Duración: 12 horas – 4 encuentros de 3 horas cada uno.

Módulo V: Administración financiera (Dr. Gastón Milanesi)

El módulo tiene por objetivo que los participantes comprendan el funcionamiento de los instrumentos financieros usuales en el mercado de capitales argentinos. Serán estudiados desde la perspectiva transaccional (costos de negociación y rentabilidades) como desde el análisis técnico y fundamental, en particular para el mercado de renta variable.

Análisis de Inversiones en Instrumentos Financieros de único pago

- Imposiciones a Plazo

- Acciones
- Cauciones Bursátiles
- Cheques de pago diferido
- Leliq y Lebacs
- Dólar Futuro
- Rendimientos reales y equivalentes
- Tratamiento tributario

Análisis de Inversiones en Instrumentos Financieros de varios pagos

- Préstamos bancarios. Diseño de cuadro de marcha y empleo de planillas de cálculo para la determinación de las variables.
- Bonos de pagos periódicos. Empleo de la TIR y TIR no periódica.

Análisis Fondos Comunes de Inversión, Índices Bursátiles y Criptomonedas

- Estructura, funcionamiento y rentabilidad de los diferentes fondos comunes de inversión en el mercado.
- Índices bursátiles
- Criptomonedas (Bitcoins)

Análisis Técnico y Fundamental de Acciones

- Conceptos de análisis técnico.
- Interpretación de gráficos: Tendencias, soportes, resistencias, velas japonesas
- Análisis técnicos: medias móviles, bandas, estocásticos
- Análisis fundamental: Múltiplos de mercado: PER (Price-earning, Valor de Mercado-Valor Libros, Beta, ROA-ROE.

Duración: 12 horas – 4 encuentros de 3 horas cada uno.

Módulo VI: Gestión de Inventarios y Logística (Mg. Lic. Gustavo Silva y Mg. Lic. Roque Sánchez)

El objetivo del presente módulo es otorgar a los cursantes herramientas de análisis de decisiones fundamentadas en información provenientes principalmente de la gestión de los inventarios y la logística que componen la columna vertebral de cualquier organización. Aportará información sobre los siguientes conceptos.

- El proceso logístico
- Abastecimiento, Reabastecimiento. Alta de artículos
- Logística en planta. Almacenamiento y Planificación y Control de la Producción.
- Nociones de MRP I, MRP II y ERP

- Logística de Distribución y Transporte.
- Modos de Transporte
- El Proceso de abastecimiento en consumo masivo
- El Proceso de retail
- Administración por Categorías
- Gestión de los inventarios. Demanda. Oferta. Punto de Pedido. Quiebre y Sobre stock
- Nociones sobre rotación de mercadería
- Niveles de servicio de proveedores
- Plataformas informáticas logísticas y de gestión integral.

Duración: 9 horas – 3 encuentros de 3 horas cada uno.

Módulo VII: Marketing, Ventas y Comercio Electrónico (Mg. Cdor. Mario Litterio, Capacitadora Marizu Noguez e Ing. Bruno Palmieri)

El módulo tiene por objetivo que los participantes comprendan los fundamentos del marketing y la importancia de la aplicación de las herramientas de marketing estratégico y operativo, dotándolos de las herramientas necesarias para una mejor administración de los mismos. Las ventas son el motor fundamental de cualquier organización con fines de lucro por lo que una buena administración del proceso de las mismas otorga la optimización del proceso, mientras que la actualidad manda a que un gran porcentaje de las mismas sea a través del comercio electrónico, es por eso de la elevada importancia de los tópicos que serán presentados en este módulo.

- Introducción al marketing. El concepto de marketing. Su evolución.
- Marketing tradicional y marketing total. Microambiente y macroambiente de una organización.
- Marketing estratégico: herramientas
- Comportamiento del Consumidor. Segmentación de los Mercados. Posicionamiento. Sistemas de Información del Marketing e Investigación de Mercados.
- Marketing táctico u operativo: Producto/Servicio. Precio. Comunicación. Canales de Distribución o Plaza.
- Introducción en la venta. Etapas del proceso de venta
- Técnicas de venta básicas. Psicología comercial. Comunicación. Programación neurolingüística
- Neurociencia
- Comercio Electrónico
- Transformación Digital.

- El negocio dentro de la Nube.
- Las nuevas tendencias de los negocios digitales.

Duración: 12 horas – 3 encuentros de 4 horas cada uno.