

INFORME CIRCUNSTANCIADO PROPUESTA DE CAPACITACIÓN
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CORPORACIÓN DEL COMERCIO, LA INDUSTRIA Y LOS SERVICIOS DE BAHÍA BLANCA
“DIPLOMATURA EN MARKETING, COMERCIO ELECTRÓNICO Y NEGOCIACIÓN”

Conforme el convenio firmado entre el Departamento de Ciencias de la Administración y la la Corporación del Comercio, la Industria y los Servicios de Bahía Blanca, en el marco del Convenio de Colaboración Mutua y Propósitos Generales entre esta ultima y la Universidad Nacional del Sur, ponemos a disposición información relevante de la Diplomatura en Marketing, Comercio Electrónico y Negociación:

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA FORMATIVA:

- Proporcionar al asistente de herramientas que posibiliten comprender las particularidades y funcionamiento del área de comercialización, marketing, comercio electrónico y negociación.
- Conocer los rasgos característicos que distinguen sus fortalezas y debilidades.
- Abordar los aspectos críticos de estos sectores funcionales clave.
- Identificar los desafíos más importantes que intervienen en la proyección de su gerenciamiento.
- Facilitar el logro de una visión integradora de la empresa y la incidencia de las funciones comercialización, marketing y comercio electrónico sobre el resultado de su gestión.

COORDINACIÓN ACADÉMICA:

Mg (Cr) Arnaldo Mario Litterio (DCA).

DESTINATARIOS:

Titulares o dependientes de empresas PYMES que desarrollen actividades de gerenciamiento o gestión en distintas funciones y, específicamente, en el de comercialización y marketing.

METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE LOS MÓDULOS Y MODALIDAD DE DICTADO:

La metodología seleccionada es la de módulos expositivos y prácticos, integrados, de manera coherente, por las temáticas sustantivas que se pretenden abordar, previéndose en cada uno la realización de actividades tpo seminario taller sin evaluación final. La cantidad de encuentros de los módulos es variable, teniendo cada encuentro una duración de 3hs. cada uno. Para su mejor desarrollo, la cantidad de asistentes no deberá ser superior a 35.

Los ejes más importantes a la hora de la planificación de las capacitaciones, y dependiendo el grado de importancia de cada uno según el módulo, son los siguientes:

Desarrollo teórico: En cada uno de los módulos, los profesores presentarán de manera abierta e interactiva los principales conceptos y herramientas. A través de ejercicios, y casos de estudio, reflexionarán junto con el grupo sobre los problemas críticos y presentarán ejemplos que representen las mejores prácticas.

Trabajo en equipo: Durante el programa, se estimulará el trabajo en equipo entre los participantes. Ellos deberán resolver ejercicios y desafíos de manera individual y grupal, utilizando habilidades de escucha, negociación y visión global del negocio.

Intercambio de prácticas: Se fomentará un espacio para que las empresas participantes presenten al resto del grupo prácticas de experiencias previas, que hayan implementado para hacer frente a las problemáticas analizadas durante el programa. Esto se desarrollará dependiendo del nivel de confidencialidad que detente cada organización.

Si bien existen Módulos que requieren de preeminencia de algún o algunos ejes, la modalidad de dictado es presencial a través de exposiciones teóricas y en permanente interacción con los alumnos a partir de la presentación de casos y problemáticas empresarias, abordadas desde la apoyatura del material de consulta a entregar y el abordaje del docente a cargo.

El debate y trabajo grupal, como metodología didáctica, serán los postulados básicos para lograr la sinergia adecuada para el captar el mayor provecho de las experiencias puestas de manifiesto por los participantes.

LUGAR DE DICTADO:

Corporación de la Industria, el Comercio y los Servicios de Bahía Blanca (CCIS), Alsina 17 - 1º Piso de Bahía Blanca.

ÁREAS Y MÓDULOS:

Se prevé como Proyecto Específico para el cumplimiento de los objetivos propuestos, 6 Áreas, con 9 Módulos distribuidos en 24 Encuentros, con una duración de 3 hs. cada uno, totalizando la Diplomatura una duración total de 72 hs. horas reloj. Todo lo anterior en una total concordancia con el Cronograma de actividades (ver archivo específico).

Área Administración: Título del Módulo a dictar: Dirección y Administración.

Área Legal: Título del Módulo a dictar: Marco Normativo del Derecho del Consumidor.

Área Marketing y Comercialización: Título del Módulo a dictar: Marketing.

Área Marketing y Comercialización: Titulo del Módulo a dictar: Venta, Atención al Cliente y Negociación.

Área Marketing y Comercialización: Titulo del Módulo a dictar: Comercio Electrónico.

Área Recursos Humanos: Titulo del Módulo a dictar: Conducción de Equipos de Trabajo.

Área Financiera: Titulo del Módulo a dictar: Análisis Financiero.

Área Logística y Distribución: Titulo del Módulo a dictar: Logística.

Área Administración: Titulo del Módulo a dictar: Emprendedorismo.

DESCRIPCIÓN DE CADA MÓDULO:

Módulo I: Dirección y Administración (3 encuentros)

Docente a cargo: Mg (Cr) Claudio Genovese (DCA-UNS)

Objetivos: Identificar y analizar los aspectos claves del proceso administrativo de las PyMES.

Temario:

- Introducción: Organizaciones y empresas. Tipología y elementos. Empresas de familia. Contextualización de la mipyme (micro, pequeña y mediana empresa) dentro de la clasificación. Ventajas y desventajas. Vínculo empresa - entorno. Presentación de modelos de análisis del entorno, y su encuadre dentro de la realidad actual.
- La función de Organización y la estructura organizacional: Conceptos, principios básicos. Crisis estructurales. Tipos de estructuras.
- La función de Planeamiento: Concepto, características, clasificación. Fines: concepto, clasificación, desplazamiento, sucesión y multiplicación. Concepto, distintas posturas. Razones y limitaciones del planeamiento. Niveles y horizontes de planeamiento. Herramientas de planeamiento.
- La función de Control: Concepto, elementos que lo componen. Niveles de control. Instrumentos de control.

Módulo II: Marco Normativo del Derecho del Consumidor (2 encuentros)

Docente a cargo: Abog. Leandro Aiello (CCIS)

Objetivos: Trataremos los aspectos generales de las normativas vinculadas al derecho del consumidor, haciendo incapié en el sentido práctico de las mismas, de modo aprovechando el conocimiento de la norma, el sector comerciante/privado pueda contar con las herramientas necesarias para desplegar políticas comerciales diferenciadoras que les permitan mayor competencia.

Material de Estudio

Ley de defensa el consumidor 24.240.-

Resolución 7/2002 de defensa de la competencia.-

Código civil y comercial artículos 1.092 a 1.122.-

Ley Provincial 13.133.-

Ordenanza Municipal 14073.-

Temario: El derecho/deber de información, el concepto de consumidor y proveedor, la relación de consumo, publicidad y oferta, trato digno, incumplimiento de la obligación por parte del proveedor, garantía y servicio técnico, comercio a distancia o por medios electrónicos, de la prestación de servicios, procedimientos y sanciones, organismos competentes, exhibición de precios. Incumplimientos y sanciones.

Módulo III: Marketing (3 encuentros)

Docente a cargo: Mg (Cr) Arnaldo Mario Litterio (DCA-UNS)

Objetivos: 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. También su integración con otras disciplinas y la evaluación de los resultados del mismo. Se proveerá de los lineamientos imprescindibles para que puedan desarrollar su temática los restantes capacitadores del módulo.

Temario:

- Introducción al marketing.
- El concepto de marketing. Su evolución.
- Marketing tradicional y marketing total.
- Microambiente y macroambiente de una organización.
- Marketing estratégico: Comportamiento del Consumidor. Segmentación de Mercados. Posicionamiento. Sistemas de Información del Marketing (SIM) e Investigación de Mercados.
- Marketing táctico u operativo: Producto/Servicio. Precio. Comunicación. Canales de Distribución o Plaza.

Módulo IV: Venta, Atención al Cliente y Negociación (2 encuentros)

Docente a cargo: Capacitadora Marizú Noguéz (CCIS)

Módulo V: Comercio Electrónico (5 encuentros)

Docente a cargo: Ing. Bruno Palmieri (CCIS)

Módulo VI: Conducción de Equipos de Trabajo (3 encuentros)

Docente a cargo: Capacitadora Marizú Noguéz (CCISS)

Módulo VII: Análisis Financiero (2 encuentros)

Docente a cargo: Dr (Cr) Gastón Milanese (DCA-UNS)

Objetivos: 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.

Temario:

- 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).

Módulo VIII: Logística (2 encuentros)

Docente a cargo: Mg (Lic) Roque Sánchez (CCIS)

Objetivos: 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.

Temario:

- 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.

Módulo IX: Emprendedorismo (2 encuentros)

Docente a cargo: Lic. Carolina Pereyra Huertas (DCA-UNS)

Objetivos: Que el participante comprenda el proceso emprendedor y la importancia de la creatividad y la innovación en el mismo.

Temario:

- Emprendedorismo, introducción. La figura del emprendedor. Tipos de emprendedores. Conocimientos, habilidades y actitudes para emprender.
- Creatividad e innovación. De la idea a la acción. Método "Design Thinking".
- El proceso emprendedor:

- Detectar oportunidades: Oportunidades de Negocio. Modelos de análisis de contexto (interno/externo) y Sistema de Información.
- Asignación de Recursos: Diseño del Modelo de Negocio. Metodología CANVAS. Propuesta de Valor. Posicionamiento y estrategia comercial.
- Puesta en acción: El equipo emprendedor. Financiamiento para emprendimientos. Tipos y herramientas de acceso a financiamiento. Técnica de Pitch y Video Pitch.
- Nociones básicas sobre “El Plan de Negocios” como documento, presentación y contenidos generales.