



San Francisco, 23 de febrero de 2017

VISTO la Resolución C.D. N° 557/2016, la Ordenanza N° 1549/2016 y el proceso de acreditación de carreras de grado solicitado por CONEAU, y

CONSIDERANDO:

Que la Resolución C.D. N° 557/2016 aprueba el modelo de planificación y programa analítico utilizado por la facultad Regional San Francisco.

Que la Ordenanza N° 1549/2016 Reglamento de Estudio para todas las carreras de grado de la UTN, en su artículo 8.2.1 hace referencia que sobre el programa analítico completo de la asignatura, aprobado por el Consejo Directivo, versará la instancia de evaluación final.

Que el sistema de CONEAU Global solicita como anexo en la sección de las materias curriculares de cada carrera, la carga del programa analítico, desprendido de la planificación de la asignatura.

Que la Comisión de Enseñanza evaluó exhaustivamente la propuesta y aconsejó su aprobación.

Que el dictado de la medida se efectúa en uso de las atribuciones otorgadas por el estatuto universitario.

Por ello,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD REGIONAL SAN FRANCISCO
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
RESUELVE:

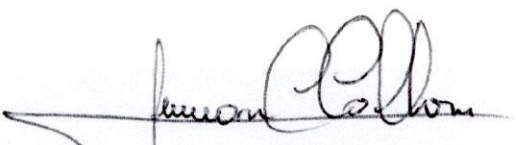
ARTÍCULO 1º.- Aprobar el Programa Analítico de la asignatura Planificación de la Empresa Agropecuaria, de la carrera Lic. En Administración Rural, del Plan 1995, de la Ordenanza N° 990 del Diseño Curricular, del nivel 3º, cuya carga horaria anual es de 3 hs. y con régimen de dictado Anual, según ANEXO I que se adjunta a la presente.

ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese, cumplido archívese.

RESOLUCIÓN CD N°: 142 /2017




ING. ALBERTO R. TOLOZA
Decano


ING. JUAN CARLOS CALLONI
Secretaría Académica

**Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional
San Francisco**



**Licenciatura en Administración Rural
Planificación de la Empresa
Agropecuaria**

PROGRAMA ANALÍTICO

ÍNDICE

ÍNDICE	2
UBICACIÓN	3
PROGRAMA ANALÍTICO.....	5



UBICACIÓN

Dentro del contexto curricular prescripto se ubica en:

Carrera: Licenciatura de Administración Rural
Plan: 95AD
Ordenanza Diseño Curricular: Ordenanza 990

Área: Administración y Economía
Nivel: Tercero
Carga Horaria Semanal: 3 horas
Régimen: Anual

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long vertical stroke at the end.

PROGRAMA ANALÍTICO

Eje Temático N° 1: La Planificación **Introducción a la Planificación**

Unidad N° 1: Planificación

En que consiste planificar o armar un plan de negocios. La división en los planes de negocios. El plan de negocios y la evolución de los mercados. Ciclo del plan de negocios

Eje Temático N° 2: Negocio **Introducción a la Planificación**

Unidad N° 1: Proceso del Negocio

Componentes del Proceso del Plan de Negocios. Conexión del Plan de Negocios con el producto, empresa y mercado. Planeamiento estratégico, planeamiento Comercial, planeamiento Operativo. Riesgos del negocio naciente. Las Cinco etapas del Plan de Negocios: características, análisis y componentes de cada una de ellas. Apreciaciones a tener en cuenta antes de planear un negocio

Unidad N° 2: Definición del Negocio

Diferencia entre el producto y el negocio. Definición del negocio y que es lo que se planifica. La clave del negocio. La tangibilidad e intangibilidad del producto. El dominio del mercado: coordenadas producto - mercado. Empresas basadas en los distintos componentes; tecnología, consumidor, finalidad o función del producto. Unidades estratégicas de negocios. Las cinco fuerzas de Porter. Estrategias genéricas.

Eje Temático N° 3: Análisis de la empresa **Análisis de los resultados económicos de la empresa** **La Planificación de la Empresa Agraria**

Unidad N° 1: Primer análisis de la empresa

La misión, su importancia en el negocio, proceso para declarar la misión, naturaleza de la misión de la empresa, criterios para la declaración de la misión. Ejemplos de misiones de corporaciones actuales. Diferencia entre Misión y Visión. Conclusiones generales

Unidad N° 2: Segundo análisis de la empresa

Auditoría externa de la empresa: Determinación de Amenazas y Oportunidades. Proceso para realizar una auditoría externa, tecnología en información. Fuerzas externas de la empresa: económicas; sociales, culturales, demográficas y ambientales; políticas, gubernamentales y jurídicas; tecnológicas y competitivas.

Fuentes externas de Información: explicación de cada una de ellas.
Matriz E.F.E.

Unidad N° 3: Tercer análisis de la empresa

Auditoría Interna de la empresa: Determinación de Fuerzas y Debilidades. Proceso para realizar una auditoría interna. Fuerzas internas de la empresa: marketing; finanzas y contabilidad; producción y operaciones; investigación y desarrollo. Verificación de la auditoría interna.

Matriz E. F. I.

Eje Temático N° 4: Análisis del consumidor

Influencias internas: análisis de cada uno de ellas; influencias externas: análisis de cada una de ellas; enfoques de decisión de compra. Tamaño de Mercado, dimensión de mercado, proceso para determinarlo. La Marca: marcas globales y marcas débiles. Relación producto - marca. Canal de distribución: etapas de los canales de distribución, observación de los canales de distribución. Entender un canal de distribución, inteligencia del mercado.

Decisión de compra y postcompra.

Eje Temático N° 5: Producto **La Planificación integrada de los recursos de la Empresa Agraria**

La Planificación del uso del suelo, de la mano de obra, de los capitales,

Definición de producto - Niveles de Producto. Mezcla y línea de productos. Marca del producto. Envases y Etiquetas.

Comercialización: Cuando, donde, a quién y cómo introducir el producto en el mercado.

Ciclo de Vida del Producto: Etapas del ciclo de vida del producto. Ciclo de vida del estilo, moda y tendencias.

Etapas de Introducción - Etapa de Crecimiento - Etapa de Madurez - Etapa de Declinación: Como actuar en cada una de ellas.

Eje Temático N° 6: Mercado de competencia

Concepto Industrial de Competencia. Determinación de los objetivos de la competencia. Patrones de reacción de la competencia. Selección de competidores que se atacan y los que se evitan. Empresa centrada en la competencia y Empresa centrada en el Cliente.

Segmentación de Mercado: Planeamiento general para la segmentación del Mercado. Mercado y Nichos. Patrones de segmentación del mercado. Procedimiento de segmentar un mercado. Bases para segmentar un mercado. Requerimientos para la segmentación eficaz.

Selección del mercado. Evaluar los segmentos del mercado. Selección de los segmentos del mercado. Consideraciones finales para evaluar y seleccionar mercados.

Eje Temático N° 7: Gerenciamiento y Operaciones **Análisis tecnológico**

Ciclo de Vida de la Empresa.
Estrategias empresariales: Clasificación de las estrategias: De integración.
Intensivas. Diversificación. Defensivas.
Proceso para generar y elegir estrategias. Etapa de los Insumos: E.F.E y E.F.I.
Etapa de adecuación: F.O.D.A. y Etapa de decisión: M. C. P. E.
Medición de la Eficiencia de la empresa-
Elección de las actividades a través del método de los presupuestos.

Eje Temático Nº 8: Finanzas

Análisis de los resultados económicos de la empresa

Punto de Equilibrio. Cash Flow o Flujos de Fondos. Cuadro de resultados. Tasa Interna de Retorno. Valor Actual Neto. Breves análisis y Comentarios.

Eje Temático Nº 9: Consideraciones Finales

El entorno empresario. El Plan de negocios en el contexto. El Plan de negocios como herramienta Integradora. Conclusión.