



UNIVERSIDAD
DE SAN PABLO-T
Tucumán | Argentina



Programa de formación ejecutiva **GERENCIAMIENTO Y DIRECCIÓN DE PYMES**

Salta/Tucumán – 2012

La Universidad de San Pablo-Tucumán ha firmado un convenio de colaboración con la Fundación Proyecto Norte de Salta para el dictado de programas de capacitación continua para PYMES. El Programa de formación ejecutiva GERENCIAMIENTO Y DIRECCIÓN DE PYMES será el primer curso que se dictará.

INTRODUCCIÓN

El contexto nacional y global siempre dinámico y cambiante, presenta oportunidades y desafíos constantes para los negocios. Las PyMEs representan una gran parte del PBI de la región, enfrentan el desafío de ser competitivas y sustentables en el mediano plazo para consolidarse definitivamente como la herramienta del desarrollo de la región.

El empresario PyME debe dirigir la empresa en este contexto de complejidad, depositando en personal idóneo la operación de la empresa, aprovechando las condiciones que se le presentan hoy, pero anticipándose a los escenarios futuros con una estrategia que le permita consolidarse y seguir creciendo aún cuando las condiciones de contexto se modifiquen.

Este programa propone una formación diseñada a medida de las necesidades de este empresario brindándole, en un lenguaje claro y práctico, herramientas para la planificación, control y toma de decisiones del negocio, que le permitan alcanzar el rumbo definido para su empresa.

El programa de Formación Ejecutiva en Gerenciamiento y Dirección de Pymes constituye un paquete de herramientas conceptuales y prácticas en planificación, estrategia, liderazgo, control, relacionamiento, comunicación, análisis de escenarios y toma de decisiones diseñadas a medida de las necesidades del empresario local brindadas en un lenguaje claro y práctico que le permitirán definir y alcanzar el rumbo de una empresa sostenible y sustentable.

OBJETIVOS

- Brindar un panorama general y absoluto de la problemática de la pequeña y mediana empresa y los métodos más actuales de gerenciamiento.

- Que el participante se lleve un paquete de herramientas conceptuales y prácticas para aplicar inmediatamente en todos los ámbitos de su empresa.

DESTINATARIOS

Empresarios, gerentes y empleados con cierto nivel de decisión, pertenecientes a empresas medianas, pequeñas y/o micro-empresarios.

CONTENIDO TEMÁTICO - MÓDULOS

1	<p>La Administración estratégica de una PYME <i>¿Estrategia? ¿En una PYME? ¿Qué está pasando? ¿Cómo entender el juego? ¿Qué es estrategia? ¿Por qué es importante la estrategia para la Pyme? Diferencias entre planear y pensar estratégicamente. El dilema crecimiento – supervivencia, la actitud estratégica. Entendiendo la diferencia entre estrategias posibles y estrategias imprescindibles. La importancia de conocer a la competencia ¿Quiénes son? Concepto moderno de competidor. ¿Cómo son? Algunos modelos de análisis estratégico y competitivo. ¿Soy mejor? Metodología práctica paso a paso para generar su propio diagnóstico competitivo</i></p>
2	<p>Mandos medios: Asegurando la continuidad de la empresa familiar <i>Plan estratégico para la empresa y la familia. Visión compartida entre empresa y familia Liderazgo y cooperación familiar. Cómo sostener el liderazgo. Planeamiento del traspaso de la actividad a la nueva generación. Afianzar los cambios de una a otra generación. Determinar las tareas y funciones de los fundadores que inician su retiro. Importancia y limitaciones del mando medio. Descentralización y capacidad de maniobra. Cómo evitar la trampa del “confort organizacional”.</i></p>
3	<p>Estrategia y Táctica de Marketing <i>Qué es “hacer” marketing. Errores típicos que cometen las empresas. Marketing operativo y marketing estratégico. Del producto al concepto. Del precio al valor. Definición del negocio. ¿Quién es mi cliente? Claves del Posicionamiento en el mercado. ¿Cómo ser diferente a mis competidores? Generación de valor. Cuando mis clientes son empresas: Claves del marketing Industrial.</i></p>
4	<p>Alianzas Estratégicas <i>Un tiempo de transformación. El (des)orden del nuevo mundo. La nueva economía. Se necesita una nueva empresa. La transformación del negocio. Las Pymes argentinas frente al nuevo contexto. Asociatividad: herramienta de la competitividad. Competencia y cooperación. El concepto del complementador como clave para el desarrollo de las Pymes. La alianza desde el punto de vista de la pequeña empresa. Eligiendo la combinación adecuada a casa estilo empresario.</i></p>
5	<p>Claves para una PYME eficiente <i>Enfoque de la dinámica empresarial. Estructura organizacional y estructura de la actividad.</i></p>

	<i>Cómo se generan los procesos comunicacionales y cómo se logra el compromiso. Delegación, departamentalización y otras formas de configurar la empresa frente al crecimiento</i>
6	Conformando una fuerza de ventas eficaz <i>Cómo determinar el perfil ideal de mi fuerza de ventas. Análisis territorial y zonificación Herramientas de planificación y control de ventas. Supervisión por objetivos. Motivación e incentivación de vendedores (como recompensar rendimiento. Análisis de la cartera de clientes. Técnicas modernas de ventas.</i>
7	Planificar y gestionar la comunicación interna y la comunicación pública <i>Que entendemos por comunicación en el contexto actual. Nociones de Comunicación Institucional, Comunicación Pública, Comunicación Interna. Funciones de Comunicación Institucional. Procesos de Comunicación Interna. Propósitos de la Comunicación Interna. Medios y Actividades de Comunicación Interna: clasificación, características, ventajas y desventajas. Planificación de Comunicación Interna: nociones básicas. Comunicación Interna y Cultura. Comunicación Pública. Stakholders: definición y clasificación. Medios y Actividades de Comunicación Pública.</i>

CUERPO DOCENTE

Lic. Jorge E. Hermida (Dirección y Coordinación)

Licenciado en Administración. Master en Management y Marketing Estratégico.

Director de HERMIDA Strategy Group, consultora especializada en estrategia y marketing estratégico. Disertante en exposiciones y conferencias nacionales e internacionales. Miembro fundador de SLADE (Sociedad Latinoamericana de Estrategia). Miembro de la Asociación Argentina de Marketing y Jurado del Premio Mercurio. Docente universitario en grado y posgrado en Universidades del país y del exterior. Profesor de Marketing Estratégico y de Administración estratégica en el Master en Marketing estratégico de UCES. Premio Iluminis a la excelencia académica (UCES 2007).

Lic. Susana Graciela González

Licenciada en Administración (UBA). Licenciada en Educación (UNQ). Posgrado en Administración y Gestión de Entidades Financieras (UBA). Profesora de Marketing y de Estrategias empresariales en la Universidad de Palermo. Profesora del área de Recursos Humanos en la Universidad de Palermo y en la Universidad Católica de Salta. En el año 2004 obtuvo el Reconocimiento a la Trayectoria Docente de la Facultad de Diseño y Comunicación (UP). Actualmente brinda asesoramiento, publica artículos, dicta conferencias y cursos en temas de su especialidad.

Lic Analía Alcón

Socia de Galimi & Alcón Asociados. Licenciada en Administración. Capacita y asesora a empresarios y mandos medios en gestión de personal. Es titular de las cátedras de RRHH y Dirección de personal en la Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales (FAECC). Es docente de posgrado para mandos medios en las Universidades de Belgrano (UB) y Católica de Salta (UCASAL). Es docente del Taller de Escritura Corporativa para la Maestría en Negocios de la Universidad de San Andrés. Trabajó 10 años en el Banco Credicoop Coop. Ltda. y realizó capacitación para el personal de empresas y micro-emprendedores en el área de Marketing para la Municipalidad de Lincoln. Es co-autora del libro Redacción de documentos de comunicación institucional, editado por EDUCA.

Lic. Miguel Ángel Moragues

Licenciado en Administración de empresas (UADE). Master en Dirección de Empresas (USAL). Posgrado en Management Estratégico (UB). Profesor Titular de «Decisiones de Negocios» en la Escuela de Negocios de UB, de «Planeamiento Estratégico», y de «Administración de RR.HH.», en universidades de nuestro país. Profesor de «Administración Estratégica» en la “Maestría en Gerenciamiento de Ciudades”. Dicta, además, cursos en empresas industriales y en bancos de nuestro medio. Se ha desempeñado como Decano de Posgrados y Educación Continua de la Universidad de Belgrano. Fue Secretario de Gobierno y Hacienda de municipios provinciales. Fue Adscripto a la Dirección de Control de Gestión del Ministerio de Economía. Se ha desempeñado como Gerente de Administración, Gerente de Finanzas, Gerente de RR.HH., Gerente General, y Director de empresas del ramo automotriz, de la construcción, de alimentos de consumo masivo, de salud y de servicios. También como Project Leader de Reingeniería de organizaciones de nuestro medio. Es asesor económico y en temas de Administración Estratégica de diversas organizaciones de nuestro medio; es Presidente de “AMMB Consultores de Dirección” y de “Miguel Ángel Moragues y Asociados Consultores de Dirección”. Es socio fundador y ha integrado el Directorio (Comisión de Fiscalización) de la SLADE (Sociedad Latinoamericana de Estrategia

Lic. Alejandra Cristofani

Licenciada en Administración. Master in Business Administration con orientación en Negocios Internacionales. Profesora de grado y posgrado en distintas universidades. Es responsable del área de Proyecto Incubadora de Empresas dentro del Equipo del Ciclo de Desarrollo Profesional de la Universidad de Palermo. Tiene amplia experiencia en capacitación ejecutiva en empresas como: Wella, Telecom y Avon, entre otras. Mención a la excelencia académica de la Universidad de Palermo en 2004. Habitualmente participa en diversos programas, seminarios y conferencias sobre los temas de su especialidad, principalmente marketing y calidad de atención y servicio.

Lic. Emiliano Venier

Licenciado en Comunicación Social. Tesista de la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales de la UNLP. Docente de grado y posgrado e investigador de la Universidad Nacional de Salta. Consultor privado en comunicación, ambiente y desarrollo. Disertante en congresos, seminarios y cursos de comunicación. Trayectoria durante 12 años en funciones de gestión de organismos públicos municipales, provinciales y nacionales.

Lic. Jorge E. Hermida

Licenciado en Administración. Master en Management y Marketing Estratégico. Director de HERMIDA Strategy Group, consultora especializada en estrategia y marketing estratégico. Disertante en exposiciones y conferencias nacionales e internacionales. Miembro fundador de SLADE (Sociedad Latinoamericana de Estrategia). Miembro de la Asociación Argentina de Marketing y Jurado del Premio Mercurio. Docente universitario en grado y posgrado en Universidades del país y del exterior. Profesor de Marketing Estratégico y de Administración estratégica en el Master en Marketing estratégico de UCES. Premio Iluminis a la excelencia académica (UCES 2007).

DURACIÓN, HORARIOS Y MODALIDAD DE CURSADO

El curso tiene una duración total de 6 meses con una carga horaria de 64 horas. Se dictan 8 módulos temáticos de 8 horas cada uno con una frecuencia de 21 días. Los días viernes de 18 a 22 hs. Y el sábado siguiente de 9 a 13 hs.

METODOLOGÍA

La filosofía central del curso consiste en brindar un enfoque práctico de las soluciones empresarias. En este sentido, cada módulo se enriquece no solo con la experiencia del disertante sino con la aplicación de casos, videos especialmente preparados y ejercicios específicos para cada módulo.

MATERIAL DE TRABAJO

Los participantes recibirán, los siguientes materiales:

- Programa de estudios.
- Cronograma de cursado.
- Material correspondiente a cada módulo, que consiste en las presentaciones del docente, artículos, web links, bibliografía obligatoria y recomendada.

APROBACIÓN DEL CURSO

Para aprobar y certificar el curso, el participante deberá confeccionar y aprobar un trabajo final individual y original. Se debe enfocar en un caso orientado a su actualidad profesional real, que comprende todos los módulos, con informe de devolución personalizada.