



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales
Departamento: Ciencias Económicas
Area: Administración

(Programa del año 2025)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 06/08/2025 09:10:40)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
() Seminario Optativo II: Herramientas de Gestión para la Administración	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN	07/19	2025	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
APILANEZ MARTINEZ, JAVIER	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
CASABENE, HECTOR MARCELO	Prof. Colaborador	P.Asoc Exc	40 Hs
DIAZ, JORGE RAUL	Prof. Colaborador	P.Asoc Exc	40 Hs
LAPEZZATA, GABRIEL EDUARDO	Prof. Colaborador	P.Adj Semi	20 Hs
PEROTTI PINCIROLI, LUCIANO FED	Prof. Colaborador	P.Adj Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
75 Hs	50 Hs	25 Hs	Hs	5 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
04/08/2025	19/11/2025	15	75

IV - Fundamentación

Este seminario será formulado en función de las demandas y cambios del contexto. Sus contenidos están muy relacionados con la Administración.

Las organizaciones deben contar con la capacidad para adaptarse rápidamente a las situaciones cambiantes del entorno en las que se encuentran. Para el logro de esto, el Licenciado en Administración debe estar preparado para actuar proactivamente en el diseño e implementación de las configuraciones organizativas más apropiadas, en función de los objetivos, estrategias, tamaños, recursos y circunstancias por la que le toca atravesar, como así también contar con la formación y capacidad para desarrollar e implantar los sistemas de información para la toma de decisiones y control.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

V - Objetivos

Se proponen objetivos tanto a nivel general como a nivel específico de cada temática:

V.a.- Objetivo General:

Dotar al estudiante de Licenciatura en Administración, que se encuentra cursado el último año de su carrera, de un conjunto de herramientas de gestión adicionales y actuales a las ya conocidas durante el cursado en los años anteriores.

V.b.- Objetivos específicos:

- a) Profundizar en el conocimiento teórico y práctico de herramientas específicas de gestión administrativa para la toma de decisiones.
- b) Comprender como los nuevos sistemas de gestión pueden resolver problemáticas actuales no previstas o resueltas por los sistemas de gestión tradicionales.
- c) Conocer y aplicar modelos y herramientas actuales para la administración de las diferentes opciones de carteras de inversión.
- d) Incorporar herramientas para la administración agropecuaria.

VI - Contenidos

VI – Contenidos

Unidad 1: Herramientas aplicadas para la administración de carteras de inversión

- 1.1.- Introducción a la administración avanzada de carteras de inversión: Conceptualizaciones generales. Organización de la estructura del mercado de valores en la República Argentina. Regulaciones. Operatoria.
- 1.2.- Valuación de activos de renta fija: Estructura teórica. Tipología de emisión. Construcción de flujos de fondos. Tasas de interés: spot y forward. Cálculo e interpretación de la rentabilidad. Duración y Convexidad. Construcción de curvas de rendimiento.
- 1.3.- Valuación de activos de renta variable: Estructura teórica. Tipología de emisión. Modelos de valuación de activos financieros: CAPM y modelos de arbitraje. Hipótesis de Mercados Eficientes
- 1.4.- Valuación de derivados financieros: Estructura teórica. Mercados de futuros y opciones. Modelos de valuación y Arbitraje.

Unidad 2: Herramientas de gestión: Cuadro de Mando Integral

- 2.1.- Introducción al Cuadro de Mando Integral. Conceptos y beneficios del Cuadro de Mando Integral.
- 2.2.- El Cuadro de Mando Integral como motor del cambio estratégico.
- 2.3.- Mapa Estratégico: Sus elementos.
- 2.4.- Perspectivas: Financieras, Clientes, Procesos Internos y Capacidad Estratégica.
- 2.5.- Implementación: Claves para el éxito estratégico.

Unidad 3: Crisis de Empresas

- 3.1.- Empresa - Concepto de Crisis de la Empresa. La Insolvencia.
- 3.2.- La emergencia financiera y la crisis financiera.
- 3.3.- La función del Capital – Infracapitalización.
- 3.4.- Las herramientas de prevención y superación de las crisis. La crisis de las empresas familiares y PyMES. – La función del profesional en Ciencias Económicas.

Unidad 4: Marketing digital. Las nuevas tecnologías y su influencia en el proceso comercial. E-commerce y redes sociales.

- 4.1.- El Marketing en la era digital: puntos de partida.
- 4.2.- Internet desde la mirada del Marketing, importancia y características específicas.
- 4.3.- E-Commerce, Proceso de Decisión de Compra digital, similitudes y diferencias con la compra tradicional.
- 4.4.- Plan de Marketing Digital. Las Redes Sociales y el Marketing de Contenidos: recomendaciones y errores comunes.
- 4.5.- Interacciones con el público meta y otros públicos: respuestas y gestión de crisis.

Unidad 5: Herramientas de gestión agropecuaria

- 5.1.- El proceso de gestión agropecuaria. La Empresa Agropecuaria. Características de la producción agropecuaria. El enfoque sistémico en la gestión agropecuaria. Sustentabilidad de los sistemas de producción. El proceso de gestión agropecuaria. Definición de actividad y proceso productivo. Período de tiempo para el análisis de costos. Capital agrario. Valuación de los capitales. Componentes del costo. Incidencia de los capitales en el costo.
- 5.2.- Toma de información en la empresa agropecuaria. Los Índices de precios. Metodología de cálculo de costos. Costos Directos. Indicadores económicos y financieros de actividades. Margen bruto. Determinación del margen bruto agrícola. Determinación del margen bruto ganadero. Inversiones y riesgo agropecuario.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

VIII - Régimen de Aprobación

VII – Régimen de cursado – Clases teóricas y prácticas

Clases teóricas

Las clases teóricas comprenden la explicación del contenido del programa de la asignatura, combinando la exposición del docente con la participación activa del alumnado. Para ello es necesario que el alumno conozca los temas y la bibliografía a tratar en cada clase. El ritmo establecido de trabajo requiere un importante grado de compromiso entre ambas partes.

Clases Prácticas

El objetivo principal de las clases prácticas es adiestrar al alumno en el proceso de análisis y toma de decisiones.

Se desarrollan trabajos prácticos de todos los temas del programa de la asignatura.

Los estudiantes resuelven los trabajos prácticos en forma individual o en equipo. Los trabajos realizados en equipos son expuestos por la totalidad de los miembros del grupo y, si el docente lo solicita, deben ser preparados en forma de un informe profesional.

El trabajo en equipo genera en el alumno capacidades que lo ayudará a ir conformando su futuro perfil profesional.

VIII - Régimen de Aprobación

a. Promoción sin Examen Final:

Se deberán aprobar las evaluaciones teóricas/prácticas de todas las unidades que conforman el Programa, lo que podrá lograrse en primera instancia o en una recuperación al final del cuatrimestre, de las unidades no aprobadas.

La nota final se obtendrá de un promedio simple de las evaluaciones de cada unidad del Programa.

Se requerirá como condición adicional obligatoria para la aprobación del Seminario, de un mínimo de ochenta por ciento (80%) de asistencia a las clases teóricas y prácticas.

b. Alumnos Libres:

Los estudiantes que no cumplan alguna de las condiciones anteriores, deberán rendir una evaluación escrita y oral de la parte teoría/práctica de todas las unidades del Programa, independientemente de que hayan aprobado alguna evaluación individual.

IX - Bibliografía Básica

[1] Unidad 1:

[2] Campbel, J. Y., Lo, A. W., & MacKinlay, C. A. (1996). The Econometrics of Financial Markets. New Jersey: Princeton University Press.

[3] Dumrauf, G. L. (2010). Finanzas Corporativas: un enfoque latinoamericano - 2a ed. Buenos Aires: Alfaomega Grupo Editor Argentino.

[4] López de Prado, M. (2015). Backtesting. Berkeley Lab, 1-20.

[5] Peters Josh (2008). The ultimate dividend Playbook: Income, Insight and independence for today's Investors. New Jersey: John Wiley & Sons.

[6] Unidad 2:

[7] Altair Soluciones Reales: Apunte: "El Cuadro de Mando Integral". Colección CAME Educativa: Apunte: "Tablero de Comando" elaborado por el Ing. Carlos Baldelli.

[8] Kaplan y Norton (2016): "El Cuadro de Mando Integral". Harvard Business School Press. 3ª edición. Ed. Planeta Libros.
Kaplan y Norton (2016): "Como utilizar el Cuadro de Mando Integral". Harvard Business School Press. 2ª edición. Ed. Planeta Libros.

[9] Kaplan y Norton (2004): "Mapas Estratégicos. Convirtiendo los activos intangibles en resultados tangibles". Harvard Business School Press. 1ª edición. Ed. Planeta Libros.

[10] Unidad 3:

[11] Nota de Catedra –Crisis de la Empresa – Asignatura Sindicatura Concursal

[12] Tevez Alejandra N. Empresas Recuperadas y Cooperativas de Trabajo. Editorial Astrea 2011

- [13] Richard Efraín H, Insolvencia Societaria – LexisNexis 2007
- [14] López Antulio y Semacedi Gustavo, Crisis en la empresa – Medidas para obtener su saneamiento. Revista Enfoques-Contabilidad y Administración - Editorial La Ley Edición 2001
- [15] Unidad 4:
- [16] Apuntes de Cátedra.
- [17] Pinilla Pérez, Jorge (Ebuala Publicidad 2019). “Plan de Marketing Digital”. Fundación Universitas Telefónica. Marketing Digital 6ta Edición.
- [18] Pinilla Pérez, Jorge (Ebuala Publicidad 2019). “Herramientas de automatización del marketing: Inbound marketing”. Fundación Universitas Telefónica. Marketing Digital 6ta Edición.
- [19] Taliberto, Marina (2020). “La estrategia en redes sociales”. CAME Educativa.
- [20] Unidad 5:
- [21] Robson C. De Batista M. Duran R (2018) Revisión bibliográfica de gestión en el sector agropecuario Vigésimoterceras Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística.
- [22] Longo L. y R. Gavidia (2002) Principios de Economía. Editorial Facultad de Agronomía UBA
- [23] Guida Daza, C. y Colab. Indicadores económicos para la gestión de empresas agropecuarias. Bases metodológicas INTA. (2009) ISSN 1851-6955. Impreso. Disponible en la asignatura
- [24] Sapag Chain, N.; Sapag Chain, R. y Sapag P. J. (2014) Preparación y evaluación de proyectos. 354 p. Mc Graw Hill Education. Sexta edición. Disponible en la asignatura

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Unidad 1:
- [2] Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: a review of theory and empirical work. Journal of Finance, 25, 383-417.
- [3] Gatev, E., N., G. W., & Rouwenhorst, K. G. (2006). Pairs Trading: Performance of a Relative Value Arbitrage Rule. Yale International Centre of Finance, WP No. 80-03.
- [4] Unidad 2:
- [5] Kaplan y Norton (1992): Artículo: “The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance”. Harvard Business Review.
- [6] Unidad 3:
- [7] Ley General de Sociedades – N° 19550
- [8] CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS DE ECONOMISTAS DE ESPAÑA, Ricard Camprubi, Nieto José Miguel Cantera Sojo, Jona Farras Corominas.
- [9] Unidad 4:
- [10] No presenta
- [11] Unidad 5:
- [12] Miguez D. (2014) Análisis de riesgos en emprendimientos agropecuarios evaluación de resultados económicos esperados en proyectos productivos en el oeste de la provincia de Buenos Aires. Revista de Investigación en Modelos Financieros - Año 3 Vol. 1 69-92

XI - Resumen de Objetivos

No aplica

XII - Resumen del Programa

No aplica

XIII - Imprevistos

El dictado de la asignatura será presencial, salvo que razones de fuerza mayor no lo permitan con lo cual el dictado será virtual en cuyo caso, se utilizará la plataforma Google Meet y/o ZOOM para el dictado de clases y la plataforma Moodle para las evaluaciones y sus respectivas recuperaciones.

XIV - Otros

Dirección de e-mail del docente responsable:

apilanezj@unsl.edu.ar

Dirección de e-mail de los docentes colaboradores:

mcasaben@gmail.com

diazjorge.vm@gmail.com

lapezzata@gmail.com

lfperotti@gmail.com

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	