



Universidad Nacional de Quilmes
Departamento de Ciencias Sociales

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

TALLER DE INTEGRACION

*** 2000 ***

incluye:
carga horaria
profesores
ubicación de la asignatura
objetivos
contenidos temáticos
bibliografía obligatoria
bibliografía de consulta
metodología
evaluación

CONTENIDOS TEMATICOS:

- 1. ADMINISTRACION OPERATIVA CLASICA:** Revisión de principios clásicos en administración. Estructura y procedimientos. La rueda operativa. Herramientas de análisis.

- 2. EL NUEVO MANAGEMENT:** La turbulencia. La globalización de los mercados. Estructura, estrategia y cultura organizacional. El pensamiento estratégico. Perfiles gerenciales.

- 3. ESTRATEGIA COMPETITIVA:** El análisis de Porter. Matrices de estrategias genéricas y de fuerzas competitivas.

- 4. EL TIEMPO DE LA CALIDAD:** El management japonés. La cultura de la calidad. El mejoramiento continuo. Demings. Hotelería y calidad.

- 5. CREATIVIDAD E INNOVACION:** Diferencias conceptuales. El gerente creativo. De Bono. Taller de creatividad. Técnicas de aplicación.

- 6. ENTREPRENEURS.** Nueva raza de gerentes. Cultura entrepreneurial. Culturas compartidas. Matrices de análisis .

- 7. MARKETING ESTRATEGICO:** el cliente y el cambio. Segmentación y diferenciación. Posicionamiento estratégico.

- 8. ALIANZAS ESTRATEGICAS:** Objetivos. Tipos. Motivos. Interrelaciones , cadenas, asociaciones. Vinculación con otros servicios. Hotelería, turismo y transportes.

- 9. EL MANAGEMENT DE FIN DE SIGLO:** Profundización de los nuevos conceptos en base a lecturas de GARY HAMEL, PETER SENGE y el enfoque PENTA.

- 10. ESTRATEGIA:** cuando? . Modas, mitos y verdades.



BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

**“LA RUTINA Y LA RUPTURA” - ALBERTO LEVY.
EDITORIAL TESIS
1990**

**“LAS DIAGONALES DEL CAMBIO EMPRESARIO”
ARMANDO BERTAGNINI
EDITORIAL MACCHI
1995**

*** ESTRATEGIAS PARA EL LIDERAZGO COMPETITIVO”
ARNOLDO HAX - NICOLAS MAJLUF
EDITORIAL GRANICA
1997**

BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA

**“DESORGANIZACION CREATIVA” - EDUARDO KASTIKA
EDITORIAL MACCHI - 1994 -**

**“ COOPETENCIA” - BARRY NALEBUFF - ADAM BRANDERBURGER
EDITORIAL NORMA
1996**

**“MARKETING PARA GIGANTES Y PIGMEOS” - JORGE HERMIDA -
EDITORIAL MACCHI
1994**

**“MARKETING AVANZADO “ - ALBERTO LEVY
EDITORIAL GRANICA
1994**

**“ MARKETING PARA MOMENTOS DE CRISIS Y RECESION”
JORGE HERMIDA - RUBEN RICO
EDITORIAL MACCHI
1995**

METODOLOGIA DE ESTUDIO

Por tratarse de una materia de alto contenido práctico una gran parte del desarrollo del curso se realizará en empresas hoteleras utilizando métodos de análisis basados fundamentalmente en entrevistas personales.

Sin embargo deben incluirse como formando parte de la misma los siguientes puntos:

1. ANALISIS TEORICO DE LOS TEMAS INCLUIDOS EN LOS EJES TEMATICOS.
2. APLICACIONES EN CASOS DE ESOS TEMAS.
3. TRABAJOS DE INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA.
4. RESOLUCION DE PROBLEMAS EN FORMA GRUPAL.
5. CHARLAS Y CONFERENCIAS DE INVITADOS ESPECIALISTAS EN TEMAS DE INTERES PARA LA MATERIA
6. VIDEO CLASES Y POSTERIOR DEBATE GRUPAL

7. PROYECTO DE NEGOCIOS -TRABAJO GRUPAL DE INNOVACION Y CREATIVIDAD SOBRE ORGANIZACIONES DE SERVICIO. Constituye este punto el pilar básico del desarrollo del programa de la materia. El alumno, aquí, aplicará no solo temas inherentes a esta asignatura, sino conocimientos interdisciplinarios adquiridos a través de la carrera. Realizarán un análisis de la estructura, estrategias y procedimientos de una empresa hotelera o similares creada por el grupo. El trabajo abarca el plan de inversiones, y el plan de marketing constituyendose en un verdadera PROYECTO para este tipo de organizaciones.

EVALUACION DE LOS ALUMNOS

1. PARA APROBAR LA CURSADA

- a. 75% de asistencia a las clases.
- b. aprobación con mas de 4(CUATRO) de parcial o recuperatorio
- c. Aprobación del INFORME DE AVANCE del trabajo final.

2. PARA RENDIR Y APROBAR EXAMEN FINAL

- a. aprobar la cursada de acuerdo al punto anterior
- b. presentar el trabajo de investigación final(proyecto).
- c. defender el trabajo en forma conceptual.


Prof. MARIA ELISA COUSTE
Directora
Carrera de Administración Hotelera
Universidad Nacional de Química