

Fundamento del Proyecto Docente
Unidad Curricular: Principios de Marketing
Carrera: Técnico Superior en Administración con orientación en Marketing

CP. Lic. Miriam del Carmen López

En el siglo XXI estamos asistiendo al nacimiento de un nuevo modelo de gestión en el mundo empresarial donde toda actividad gira en torno al cliente. Este tipo de organización piensa y actúa de modo diferente, sus resultados dependen directamente de cómo se les percibe en el mercado.

Este nuevo modelo de gestión requiere personas que entiendan la creciente complejidad de los sistemas administrativos y de los contextos donde las organizaciones interactúan.

La globalización de la economía está teniendo múltiples y variados efectos sobre la sociedad, el modo en que vivimos, los hábitos de consumo, la familia, el medio ambiente, las expectativas profesionales, pero sobre todo está impactando de forma generalizada en los modelos de gestionar las empresas.

Koontz, en su libro *Administración, una perspectiva global* nos recuerda: *"Para tener éxito en el siglo XXI, las compañías deben aprovechar la nueva tecnología de la información, en especial la internet, la globalización y el espíritu empresarial."*¹

La Administración, como ciencia y tecnología, brinda los elementos necesarios para conocer e interpretar a la organización y gestionar sus procesos.

Tradicionalmente, desde el surgimiento de las Escuelas clásicas, se ha entendido que administrar es *"el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales"*².

Cobra importancia entonces la figura del gerente, del administrador, del profesional encargado de gestionar estos procesos. Schulman dice al respecto: *"Es necesario que el administrador adquiera una conciencia que le permita advertir la complejidad de las organizaciones y del medio, y la multiplicidad de relaciones que hay que tener en cuenta."*³

¹ KOONTZ, H y otros. *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. México: Ed. Mc Graw-Hill interamericana.2008. p10.

² CHIAVENATO I. *Introducción a la Teoría General de la Administración*, México: McGraw-Hill Interamericana. 2004. p 10.

³ SCHULMAN Diana y VICENTE Miguel. *El rol del administrador en Principios fundamentales para la administración de organizaciones*. Buenos Aires: Editorial PRENTICE-HALL.2008. p 19.

La penetración de las nuevas tecnologías y la plena integración en la era digital de todas las áreas de la organización empresarial están otorgando al marketing estratégico un importante papel como hilo conductor de toda la información del negocio y principal actividad para adecuar los productos, procesos y ventas a los gustos y necesidades del cliente. Por tanto hay que potenciar las herramientas que nos ayuden a captar el talento y gestionar el conocimiento.

Esta unidad curricular tiene por objetivo general que el estudiante conozca las distintas corrientes de pensamiento administrativo desde sus inicios hasta la actualidad y aplique los modelos administrativos estudiados en el análisis de casos de problemáticas propias de la organización. También pretende otorgarle elementos que le permitan desarrollar las competencias previstas en el perfil profesional.

“El Técnico Superior en Administración es un profesional que estará capacitado (con) las competencias para: organizar, programar, ejecutar y controlar las operaciones comerciales, financieras y administrativas de la organización...”⁴

⁴ Resolución 5834. Dirección de Educación Superior. Perfil profesional. Competencia general.