



## Licenciatura en Administración

### Malla Curricular - Segundo Año

TÍTULO PROFESIONAL: LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN								
SEMESTRE	ASIGNATURA		HORAS CÁTEDRAS		HORAS RELOJ		PRE-REQUISITO	ÁREA
	CÓD.	NOMBRE	SEM.	TOTAL	H.C.	CRÉD.		
<b>2° AÑO</b>								
<b>3°</b>	4310-C	Comportamiento Organizacional	5	90	60	2,5	4210-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4330-C	Contabilidad I	3	54	36	1,5	AD	COMPLEMENTARIA
	4313-C	Organización Empresarial	3	54	36	1,5	4210-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4311-C	Comercialización	5	90	60	2,5	4210-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4350-C	Matemática II	4	72	48	2	4150-C	BÁSICO INSTRUMENTAL
	4360-C	Metodología de la Investigación	4	72	48	2	AD	COMPLEMENTARIA
	4340-C	Macroeconomía	3	54	36	1,5	4240-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	<b>TOTAL</b>			<b>27</b>	<b>486</b>	<b>324</b>	<b>13,5</b>	
<b>4°</b>	4410-C	Administración de Ventas	6	108	72	3	4210-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4430-C	Contabilidad II	3	54	36	1,5	4330-C	COMPLEMENTARIA
	4411-C	Investigación de Mercados	6	108	72	3	4210-C 4360-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4413-C	Administración III	3	54	36	1,5	4313-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4450-C	Matemática Financiera	3	54	36	1,5	4150-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4412-C	Marketing I	5	90	60	2,5	4210-C	TÉCNICO PROFESIONAL
	4414-C	Administración de MIPYMES	4	72	48	2		OPTATIVA
	4470-C	Finanzas Públicas	4	72	48	2		OPTATIVA
	<b>TOTAL</b>			<b>30</b>	<b>540</b>	<b>360</b>	<b>15</b>	
<b>TOTAL</b>			<b>34</b>	<b>612</b>	<b>408</b>	<b>17</b>		



## Programas de Estudios – Tercer Semestre

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Comportamiento Organizacional

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Tercero

**Código:** 4310-C

**Prerrequisito:** 4210-C

**Horas Cátedras Semanales:** 5

**Horas Cátedras semestrales:** 90

**Horas cronológicas:** 60

**Créditos:** 2,5

### 2- FUNDAMENTACIÓN

La asignatura permite al alumno alcanzar el conocimiento y reconocimiento de los principios sociológicos de las organizaciones, así como del hombre en el trabajo en sus tres perspectivas: el individual, grupal y el de la dinámica de la organización.

Así mismo reconocer cada uno de esos aspectos dentro de la actividad laboral, para que en su práctica profesional sea capaz de entender que la organización está compuesta por personas que interactúan de acuerdo a los aspectos antes mencionados y que ello le sirve para formar estrategias de trabajo más efectivas y relaciones con características más humanas.

Propiciando en el estudiante la generación de un pensamiento estratégico en cuanto a alternativas de intervención en gestión y dirección de equipos de trabajo, de relaciones interpersonales y organizacionales en escenarios futuros.

### 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.



- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Conocer los elementos básicos que permiten explicar el comportamiento individual y grupal.
- Propiciar calidad en las operaciones organizacionales y su entorno.
- Generar conciencia y actitud crítica, analítica y proactiva ante diversos escenarios de contingencias en incertidumbre en el entorno social.
- Adquirir y desarrollar capacidades y habilidades para ejercer estilos de liderazgo acordes con las características organizacionales.
- Permitir diagnosticar situaciones organizacionales, aplicando conocimientos, técnicas, habilidades y criterios para la toma de decisiones.

#### 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Aplica los conocimientos adquiridos con el fin de proponer estrategias en la solución de conflictos y propiciar el desarrollo de organizaciones sanas, en el ámbito laboral en que se desempeñe.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I COMPORTAMIENTO HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el Comportamiento Organizacional (CO).</li> <li>- Demostrar el valor del estudio sistemático para el CO.</li> <li>- Identificar las principales disciplinas de la ciencia del comportamiento que contribuyen al CO.</li> <li>- Comparar los tres niveles de análisis en el modelo del CO.</li> <li>- Identifica importancia de las aptitudes interpersonales, funciones y roles. Retos y oportunidades de CO e implicancia para el gerente.</li> </ul>	Concepto de comportamiento organizacional. Desarrollo histórico del comportamiento organizacional. Disciplinas relacionadas con el comportamiento organizacional. Modelos de comportamiento organizacional. Importancia de las aptitudes interpersonales, funciones y roles. Retos y oportunidades de CO. Implicancia para el gerente.
<b>UNIDAD II COMPORTAMIENTO INDIVIDUAL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir personalidad, describir como se mide y explicar los factores que determinen la personalidad de un individuo.</li> <li>- Describir el indicador de tipos de estructuras de personalidad de Myers-Briggs y evaluar sus fortalezas y debilidades.</li> <li>- Identificar las características clave en el modelo de la personalidad de los Cinco Grandes.</li> <li>- Explicar la manera en que los Cinco Grandes predicen el comportamiento en el trabajo.</li> <li>- Identificar otras características de personalidad de importancia para el CO.</li> </ul>	Personalidad. Características de la personalidad. Compatibilidad entre la personalidad y el trabajo. Valores. Tipos de valores. Actitudes. Habilidades. Aprendizaje. Percepción y toma de decisiones. Función de las emociones.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir valores, explicar su importancia y comparar los valores terminales e instrumentales.</li> <li>- Comparar las diferencias generacionales en cuanto a valores e identificar los valores dominantes en la fuerza laboral actual.</li> <li>- Identificar las cinco dimensiones de valores de Hofstede de la cultura nacional.</li> </ul>	
<b>UNIDAD III MOTIVACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir los tres elementos clave de la motivación.</li> <li>- Identificar cuatro de las primeras teorías de la motivación y evaluar su aplicabilidad actual.</li> <li>- Aplicar las predicciones de la teoría de la evaluación cognitiva a las recompensas intrínsecas y extrínsecas.</li> <li>- Comparar y contrastar la teoría del establecimiento de metas con la administración por objetivos.</li> <li>- Contrastar la teoría del refuerzo con la del establecimiento de metas.</li> <li>- Mostrar que la justicia organizacional es un refinamiento de la teoría de la equidad.</li> <li>- Aplicar los principios clave de la teoría de las expectativas para motivar a los empleados.</li> <li>- Comparar las teorías contemporáneas de la motivar a los empleados.</li> <li>- Explicar en qué grado acota la cultura a las teorías de la motivación.</li> </ul>	<p>Definición y concepto de motivación. Características de las personas motivadas. Teorías motivacionales. Jerarquía de la necesidad de Maslow. Teoría de los factores de Herzberg. Teoría de las tres necesidades de McClelland. Teoría de la equidad. Modelo de características laborales. Teoría del establecimiento de objetivos. Aplicaciones prácticas de las teorías motivacionales. Implicación para los gerentes. Teorías contemporáneas de la motivación.</p>
<b>UNIDAD IV COMPORTAMIENTO GRUPAL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir grupo y diferenciar entre los diferentes tipos de ellos.</li> <li>- Identificar las cinco etapas del desarrollo de los grupos.</li> <li>- Explicar cómo cambian los requerimientos de los roles en situaciones diferentes.</li> <li>- Describir la forma en que las normas y el estatus influyen en el comportamiento de un individuo.</li> <li>- Demostrar cómo afecta el tamaño de un grupo a su desempeño.</li> <li>- Comparar los beneficios y las desventajas de los grupos cohesivos.</li> <li>- Listar las fortalezas y debilidades de la toma de decisiones en grupo.</li> <li>- Comparar la eficacia de los grupos por interacción, lluvia de ideas, nominales y de reuniones electrónicas.</li> <li>- Evaluar las evidencias de las diferencias culturales en el estatus grupal y la pereza social, así como los efectos de la diversidad de los grupos.</li> </ul>	<p>Definiciones y clasificación de grupos. Etapas del desarrollo de grupos. Estructura del grupo. Comunicación y toma de decisiones de grupo. Equipos de trabajo. Tipos de equipos.</p>
<b>UNIDAD V LIDERAZGO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar cómo influye la contextualización en la eficacia del liderazgo.</li> </ul>	<p>Concepto de liderazgo. Teorías sobre el liderazgo. Teoría de los rasgos. Teorías del comportamiento.</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el liderazgo carismático y mostrar cómo influye en los seguidores.</li> <li>- Contrastar el liderazgo transformacional con el transaccional y analizar cómo funciona el primero.</li> <li>- Definir el liderazgo autentico y mostrar por qué son vitales la ética y la confianza para el liderazgo eficaz.</li> <li>- Identificar los tres tipos de confianza.</li> <li>- Demostrar la importancia de la tutela, el autoliderazgo y el liderazgo virtual para nuestra comprensión del liderazgo.</li> <li>- Identificar cuando no es necesario el liderazgo.</li> <li>- Explicar cómo encontrar y crear líderes eficaces.</li> <li>- Evaluar si el liderazgo carismático y el transformacional se generalizan entre las culturas.</li> </ul>	<p>Dimensiones del liderazgo.            La matriz gerencial. Teorías de contingencia.            Modelo de Fiedler.            Liderazgo situacional. Hersey y Blanchard. Enfoques recientes.            Liderazgo carismático.            Teoría de la atribución del liderazgo. Coaching.</p>
<b>UNIDAD VI CONFLICTO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir conflicto.</li> <li>- Diferenciar los puntos de vista sobre el conflicto: tradicional, de relaciones humanas y de interacción.</li> <li>- Explicar el proceso del conflicto.</li> <li>- Definir negociación.</li> <li>- Compara los acuerdos distributivos con los integradores.</li> <li>- Aplicar las cinco etapas del proceso de negociación.</li> <li>- Mostrar cómo influye las diferencias individuales en las negociaciones.</li> <li>- Evaluar los roles y funciones de las negociaciones con una tercera parte.</li> <li>- Describir las diferencias culturales en las negociaciones.</li> </ul>	<p>Concepto de conflicto.            Tipos de conflicto.            El proceso de conflicto.            Negociación y solución de conflictos.            Acuerdos distributivos versus integrador.</p>
<b>UNIDAD VII ESTRÉS LABORAL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir estrés e identificar sus fuentes potenciales.</li> <li>- Identificar las consecuencias del estrés.</li> <li>- Comparar los enfoques individual y organizacional para administrar el estrés.</li> <li>- Explicar las diferencias globales respecto del cambio organizacional y el estrés por el trabajo.</li> </ul>	<p>Concepto de estrés.            Síntomas del estrés. Causas del estrés.            Estrés y desempeño en el trabajo. Método para el manejo del estrés.            Principales enfoques para administrar el cambio organizacional.</p>

## 6- METODOLOGÍA

Clases de teórico – prácticas, interactivas.

Lecturas a reportar, que permiten una comprensión teórico – metodológica de la disciplina y su discusión en clases o prácticas.

Actividades de evaluación sumativa.

Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares.

## 7- EVALUACIÓN



Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitatorios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## **8- BIBLIOGRAFÍA**

### **Básica**

- Stephen. P. ROBBINS. Timothy. JUDGE. Comportamiento organizacional. 23°.

### **Complementaria**

- Chiavenato, Idalberto (2004): Comportamiento Organizacional. Thomson. México.
- Davis, Keith y Newstrom, John (1998): Comportamiento Humano en el trabajo. Mc. Graw Hill. México.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Contabilidad I

**Área:** Complementaria

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Tercer

**Código:** 4330-C

**Prerrequisito:** Admisión-C

**Horas Cátedras Semanales:** 3

**Horas Cátedras semestrales:** 54

**Horas cronológicas:** 36

**Créditos:** 1,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

El conocimiento contable resulta indispensable, ya que la misma se erige en una herramienta con la cual es posible medir, describir e interpretar el resultado de la actividad económica de una organización, brindado a partir del procesamiento de datos generados en operaciones y hechos que afectan el patrimonio de aquella información útil para analizar su pasado, demostrar fehacientemente su situación económica, financiera y patrimonial, y orientar su futuro.

La tarea principal de la asignatura Contabilidad I es, por una parte dar una visión global de la disciplina contable en sus tres aspectos básicos de registración, información y control. Por otra, profundizar en los aspectos de técnica de registración. Por último, comprender la utilidad de la contabilidad en la organización empresarial.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.



- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Identificar las funciones y conceptos básicos de la Contabilidad.
- Registrar las operaciones contables en los libros de contabilidad.
- Elaborar los estados contables, tomando en consideración el aspecto estructural.

#### 5- CONTENIDO

**COMPETENCIA:** Conoce y comprende la metodología de la registración contable y el desarrollo del proceso contable, valorando la importancia de la información contable para la toma de decisiones y el control patrimonial.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I CONTABILIDAD.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptualizar contabilidad.</li> <li>- Identificar objeto, fines y división.</li> <li>- Ubicar contabilidad entre las ciencias políticas y sociales.</li> <li>- Reconocer el ente operador económico como sujeto de la contabilidad.</li> </ul>	Generalidades. Definición. Objeto. Fines. División. Ubicación de la Contabilidad entre las ciencias políticas y sociales. Relaciones con las otras ciencias. El ente Operador económico como sujeto de la Contabilidad.
<b>UNIDAD II LA ECUACIÓN PATRIMONIAL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hallar la ecuación patrimonial incluyendo sus diversas variaciones.</li> </ul>	Variaciones de la ecuación a causa de las operaciones del ente. Tipos de operaciones: Permutativas. Modificativas y mixtas. Ejercicios.
<b>UNIDAD III LA CUENTA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar cuentas de balance general y cuentas de resultados.</li> </ul>	Naturaleza de la cuenta. Cuentas del balance general: del activo, del pasivo, del Patrimonio neto. Cuentas de resultados: ingresos, gastos. Las cuentas regularizadoras. El Plan de cuentas.
<b>UNIDAD IV LA REGISTRACIÓN CONTABLE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer y describir el proceso de registración contable.</li> </ul>	Los libros de contabilidad. La registración en los libros de Contabilidad. La formación del balance de comprobación. Hallazgo y corrección de errores en los libros de contabilidad.
<b>UNIDAD V CONTABILIDAD DE UNA FIRMA INDIVIDUAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el plan de cuentas.</li> <li>- Determinar:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Balance inicial.</li> <li>• Aportes de propietario.</li> <li>• Contabilización de las operaciones.</li> <li>• Balance de comprobación.</li> <li>• Ajustes.</li> <li>• Balance de comprobación ajustada.</li> </ul> </li> </ul>	El plan de Cuentas. El balance inicial, aportes del propietario. Contabilización de las operaciones del periodo. La formación del balance de comprobación sin ajustar. Los ajustes por depreciaciones, amortizaciones y devengamientos. Otros ajustes. El balance de comprobación ajustada. Formación de los estados contables.
<b>UNIDAD VI CONTABILIDAD DE UN NEGOCIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer contabilización de las compras de mercaderías, costos, nacionalización y ventas.</li> </ul>	Contabilización de las compras de mercaderías. Contabilización del costo de transporte y nacionalización. Contabilización de las ventas. Cálculo



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>DE COMPRA – VENTA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar costos de los productos vendidos sin inventario y con inventario permanente.</li> <li>- Conocer método de salidas de las existencias.</li> <li>- Distinguir promedio ponderado y valuación de las existencias por método diferente al de los costos.</li> </ul>	de costos de los productos vendidos sin inventario permanente, con inventario permanente. Contabilización del impuesto al valor agregado (IVA). Método de salidas de las existencias, FIFO, LIFO. Promedio ponderado, otros. Valuación de las existencias por método diferente al de los costos.
<b>UNIDAD VII DESARROLLO DE UN CICLO COMPLETO DE UNA CONTABILIDAD DE COMPRA VENTA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer y describir el desarrollo de un ciclo completo de una contabilidad de compra - venta.</li> </ul>	El plan de cuentas. El balance inicial. Las operaciones del período. El balance de comprobación sin ajustar. Los ajustes del periodo. El balance de comprobación ajustado. La formulación de los estados contables
<b>UNIDAD VIII CONTABILIDAD DE UN PEQUEÑO NEGOCIO INDUSTRIAL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el procedimiento de un pequeño negocio industrial.</li> </ul>	El plan de cuentas. El balance inicial. Las compras de materias primas. El proceso industrial. Las cuentas de costos. La formación del balance de comprobación sin ajustar. Los ajustes del periodo. El balance de comprobación ajustada. Los estados contables.

## 6- METODOLOGÍA

- Combinar la metodología expositiva y demostrativa con la realización de talleres.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitarios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- **AGUAYO**, Paulino. Contabilidad Básica. Segunda Edición. Asunción - Paraguay. Agosto 2009.
- **ARÉVALO**, Alberto. Elementos de Contabilidad General. Editorial Difusión S.A.
- **BIONDI**, Mario y **ZANDANA**, María C. De Fundamentos de la Contabilidad (4º Edición actualizada). Editorial Machi, Buenos Aires.
- **CHOLVIS**, Francisco. Contabilidad Básica. Editorial. El ateneo.
- **DOMÍNGUEZ**, Luís Martín. Manual Práctico de Costos. Principios Básicos. Editorial Cangallo S.A.C.I; Año 1987.
- **GUERRERO**, José. Tratado de Contabilidad Superior Editorial SUCLE.
- **INSTITUTO MEXICANO**. Normas Internacionales de Contabilidad de Contabilidad Edición año 1991.
- **LEZCANO BERNAL**, Marcos. Contabilidad II. Año 1993.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Organización Empresarial

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Tercero

**Código:** 4313-C

**Prerrequisito:** 4210-C

**Horas Cátedras Semanales:** 3

**Horas Cátedras semestrales:** 54

**Horas cronológicas:** 36

**Créditos:** 1,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

Esta materia permite al alumno alcanzar un conjunto de conocimiento básicos sobre la organización y la administración de las empresas. En concreto pretende que el alumno se familiarice con las funciones básicas de la dirección: planificación, organización, dirección y control. Asimismo, se pretende que comprenda qué es la empresa desde distintos puntos de vista y enfoques.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

## 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Conocer el concepto y las diversas formas de organización empresarial.



- Estudiar las diferentes teorías de la evolución del pensamiento administrativo.
- Describir el proceso administrativo.
- Identificar los fundamentos esenciales de las funciones administrativas.
- Comprender el compromiso ético y social de las organizaciones.
- Explicar el proceso racional de toma de decisiones gerenciales.
- Analizar los elementos que conforman el proceso administrativo en un entorno globalizado y dinámico.

**5- CONTENIDOS**

**COMPETENCIA:** Identifica y aplica distintos conceptos, técnicas y herramientas que componen la organización empresarial para que sean de aplicación en el campo laboral.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I SISTEMAS ORGANIZACIONALES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y describir instrumentos de la Teoría General de Sistemas, jerarquías de los Sistemas y los Sistemas y empresas.</li> <li>- Reconocer los distintos tipos de empresas y clasificar según sus fines y actividades.</li> <li>- Distinguir y explicar los subsistemas de la empresa, rol del empresario y toma de decisiones.</li> </ul>	<p>Contenidos Conceptuales: Conceptos e instrumentos de la Teoría General de Sistemas. Teoría de la retroalimentación. Sistemas organizacionales. Jerarquías de los Sistemas. Sistemas y empresas. Distintos tipos de empresa. Clasificación de las empresas por sus fines y según sus actividades. Subsistemas de la empresa. Rol del empresario y toma de decisiones.</p>
<b>UNIDAD II LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y SU ENTORNO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las diferentes partes interesadas y sus solicitudes o pretensiones ante una organización.</li> <li>- Comprender las opciones y problemas inherentes a la distribución del valor que crea una organización.</li> <li>- Appreciar quién tiene la autoridad y responsabilidad al frente de la organización y distinguir entre diferentes niveles de administración.</li> <li>- Describir el problema de agencia que existe en todas las relaciones de autoridad y los diversos mecanismos que se pueden utilizar.</li> </ul>	<p>Entornos que afectan directamente a la empresa: entorno general y entorno específico. La competencia como factor del entorno externo. La empresa y el medio ambiente. La administración verde y su valor agregado. El medio ambiente como ventaja competitiva.</p>
<b>UNIDAD III FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir los cuatro desafíos básicos del diseño organizacional que enfrentan los gerentes y asesores.</li> <li>- Explicar por qué surge una jerarquía de autoridad en una organización y el proceso de diferenciación vertical.</li> </ul>	<p>Estrategia y funciones básicas. Beneficios de la planificación estratégica. Concepto de políticas, tácticas y toma de decisiones. Diseño organizacional. Conceptos: División del trabajo, departamentalización jerarquía y amplitud administrativa. Tipos de estructura organizacional. Nuevos enfoques del diseño</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distinguir entre tres clases de estructuras divisionales, describir cómo funciona una estructura divisional y explicar por qué muchas organizacionales la usan para coordinar actividades.</li> </ul>	<p>organizacional. Niveles y estructura de la gestión.</p>
<p><b>UNIDAD IV RELACIONES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entender el significado de autoridad y responsabilidad, así como los conceptos de tipos de autoridad que se manejan en una organización.</li> <li>- Entender y aplicar el proceso de delegación de autoridad y responsabilidad.</li> <li>- Comprender la manera en que los retos de diseño proporcionan métodos de control que sustituyen el control directo y personal que ostentan los gerentes y que afectan el diseño de la jerarquía organizacional.</li> <li>- Valorar los principios de la estructura burocrática y explicar sus consecuencias en el diseño de las jerarquías organizacionales eficaces.</li> </ul>	<p>Delegación de responsabilidades. Concepto de delegación y sus bases. Delegación y estructura.</p>
<p><b>UNIDAD V LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entender y aplicar los conceptos de centralización y descentralización.</li> <li>- Explicar las ventajas y desventajas de la centralización y descentralización.</li> <li>- Entender y explicar la naturaleza e importancia de la comunicación.</li> <li>- Identificar y explicar los diferentes tipos de comunicación.</li> <li>- Identificar y explicar los canales y medios de comunicación más utilizados en las organizaciones.</li> <li>- Comprender la importancia de la calidad de las comunicaciones en las actividades empresariales.</li> </ul>	<p>Comunicaciones formales e informales. Centralización o descentralización. Ventajas y desventajas de la centralización. Ventajas y desventajas de la descentralización. La descentralización en las organizaciones modernas. La comunicación efectiva. Estrategia de la comunicación y canales de la comunicación: Comunicación entre departamentos.</p>

## 6- METODOLOGÍA

Clases teóricas y prácticas.

Clases teóricas: Exposición en clase magistral de los contenidos fundamentales de la materia enfatizando los aspectos críticos y problemáticos.

Clases prácticas: Realización de prácticas de problemas a través de la resolución de casos prácticos, basados en casos reales y otros ejercicios o actividades propuestos por el profesor y relacionados con los temas que



integran el contenido de la asignatura. Estas prácticas pretenden potenciar la reflexión tanto de forma cooperativa como individual, de modo que se potencie en los alumnos la capacidad de razonamiento crítico, la capacidad para analizar, sintetizar y ordenar información y la capacidad para exponer y transmitir conocimientos.

## **7- EVALUACIÓN**

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitatorios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## **8- BIBLIOGRAFÍA**

### **Básica**

- FRANKLIN FINCOWSKY, Enrique Benjamín. Organización de Empresas. Análisis, diseño y estructura. Editorial McGraw-Hill. Primera Edición. México.
- FRANKLIN FINCOWSKY, Enrique Benjamín. Organización de Empresas. Editorial McGraw-Hill. Tercera Edición. México.
- FLOR Romero, Martin. Organización y Procesos Empresariales. 7º Edición. Editora Licolor. Asunción – Paraguay. 2011.
- GARETH R., Jones. Teoría Organizacional. Diseño y cambio en las organizaciones. 5º Edición. PEARSON Educación.
- KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz y CANNICE, Mark. Administración “Una perspectiva global y empresarial”. 13º Edición. McGraw-Hill.

### **Complementaria**

- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. 7º Edición. McGraw-Hill.
- STEPHEN P. Robbins. Administración. 8º Edición. PEARSON Educación.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Comercialización

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Tercero

**Código:** 4311-C

**Prerrequisito:** 4210-C

**Horas Cátedras Semanales:** 5

**Horas Cátedras semestrales:** 90

**Horas cronológicas:** 60

**Créditos:** 2,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La asignatura pretende proporcionar al alumnado conocimientos y reconocimientos conceptuales de comercialización y la interpretación de los distintos escenarios, la aplicación de herramientas de diagnóstico estratégico y la interpretación de las estrategias que forma el mix de marketing. Asimismo enfocar al mercado visto desde la empresa como consumidor o compradores los beneficios recibidos y los niveles de satisfacción y calidad suministrados por los proveedores.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

## 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:



- Tener una visión de la función, de marketing, y de su rol en la distribución de bienes y servicios, y en la satisfacción de las necesidades del consumidor.
- Adquirir un conjunto de herramientas de análisis orientado hacia la toma de decisiones.
- Poseer una base teórica sólida y un nivel de conocimientos adecuados para desempeñarse con éxito en el diseño e implementación de estrategias y planes de marketing.

## 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Entender y desarrollar la función de la Comercialización en la distribución de bienes y servicios.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I LA COMERCIALIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir la comercialización como filosofía y actividad. Comercialización como disciplina y la evolución del concepto de comercialización.</li> <li>- Definir los diferentes enfoques de la comercialización.</li> <li>- Reconocer el papel de la Comercialización en la empresa, su alcance y naturaleza.</li> <li>- Describir la evolución y el contenido actual de la comercialización.</li> <li>- Contrastar el criterio micro/macro, la dicotomía positivo/normativo, la división entre sector con ánimo de lucro/sector.</li> <li>- Reconocer aplicación del concepto de Comercialización.</li> </ul>	<p>Concepto. La Comercialización como filosofía y actividad. La Comercialización como disciplina. Evolución del concepto de comercialización. Enfoque de la Comercialización. El enfoque “mercancía”. El enfoque “institucionalista”. El enfoque “funcionalista”. El enfoque “decisionista” o “gerencial”. El enfoque de “intercambio”. El Papel de la Comercialización en la empresa. Naturaleza y alcance de la Comercialización. Evolución y contenido actual de la comercialización. Concepción científica de la disciplina. El criterio micro/macro. La dicotomía positivo/normativo. La división entre sector con ánimo de lucro/sector. Aplicación del concepto de Comercialización.</p>
<b>UNIDAD II LA COMERCIALIZACIÓN COMO SISTEMA DE INTERCAMBIO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar concepto de intercambio, creación de la utilidad, condiciones para intercambio y aspectos de la relación de intercambios.</li> <li>- Distinguir y clasificar transacciones monetarias.</li> <li>- Identificar productos, bienes, servicios e ideas.</li> <li>- Identificar necesidades, deseos y demandas, orientación de ventas y de comercialización.</li> <li>- Definir comercialización y ventas.</li> <li>- Establecer relación empresa – cliente.</li> </ul>	<p>El concepto de intercambio. La creación de utilidad. Condiciones para el intercambio. Aspectos contemplados de la relación de intercambio. Tipos de intercambios. Transacciones monetarias entre dos partes. Transacciones no monetarias entre dos partes. Transacciones entre múltiples partes. Productos, bienes, servicios e ideas. Tipos de Productos. Diferencias entre productos y servicios. Necesidades, deseos y demandas. Orientación de ventas. Orientación de comercialización. Comercialización y ventas. Relación Empresa-Cliente.</p>
<b>UNIDAD III ESTRUCTURA DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender los conceptos teóricos relacionados con la estructura y el funcionamiento de los canales de comercialización.</li> <li>- Identificar los elementos esenciales de los canales de comercialización.</li> </ul>	<p>Los canales de Comercialización. Estructura. Funciones y relaciones. El comercio minorista. Elementos esenciales y aspectos estratégicos. Los intermediarios de los canales de comercialización. El sector mayorista.</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el funcionamiento del sector mayorista y minorista.</li> </ul>	
<b>UNIDAD IV DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entender los procedimientos de planificación y dirección de los canales de comercialización.</li> <li>- Identificar los modelos de organización de los canales de comercialización.</li> </ul>	La planificación de los canales de comercialización. Los modelos de organización de los canales de comercialización. Outsourcing. Integración vertical.
<b>UNIDAD V DIRECCIÓN DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar dirección de los canales de comercialización</li> <li>- Conocer la organización de los recursos para la gestión productiva de los canales de distribución.</li> <li>- Identificar conflictos existentes y potenciales en el canal.</li> <li>- Reconocer técnicas de gestión del conflicto.</li> </ul>	La dirección de los canales de comercialización. La organización de los recursos para la gestión productiva de los canales de distribución. Identificación de conflictos existentes y potenciales en el canal. Técnicas de gestión del conflicto.
<b>UNIDAD VI POLÍTICAS DE DIRECCIÓN DEL CANAL DE COMERCIALIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir la política de cobertura del mercado y de la clientela.</li> <li>- Describir políticas del precio.</li> <li>- Identificar política respecto a la línea de productos</li> <li>- Reconocer políticas de selección, rescisión y de propiedad.</li> </ul>	Políticas de cobertura del mercado. Política de cobertura de la clientela. Políticas de precio. Política respecto a la línea de productos. Políticas de selección y rescisión. Política de propiedad.
<b>UNIDAD VII LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS Y LA GESTIÓN DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar elementos de los sistemas informáticos de los canales.</li> <li>- Señalar influencia de los sistemas informáticos en la producción de servicios y rendimiento de flujos.</li> <li>- Establecer influencia de los sistemas informáticos en la ejecución de las funciones en el canal.</li> </ul>	Elementos de los sistemas informáticos de los canales. Influencia de los sistemas informáticos en la producción de servicios y en el rendimiento de los flujos de los canales de distribución. Influencia de los sistemas informáticos en la ejecución de las funciones en el canal.
<b>UNIDAD VIII EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer aspectos del rendimiento de los canales de marketing.</li> <li>- Identificar medidas conjuntas del rendimiento financiero de los miembros del canal.</li> <li>- Realizar evaluación de las contribuciones de los miembros del canal y calidad del servicio.</li> </ul>	Aspectos del rendimiento de los canales del marketing. Las medidas conjuntas del rendimiento financiero de los miembros del canal. La evaluación de las contribuciones de los miembros del canal. La evaluación de la calidad del servicio.
<b>UNIDAD IX LOS CANALES INTERNACIONALES DEL MARKETING.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir la formación de los canales internacionales de distribución.</li> <li>- Identificar la coordinación de los canales internacionales de distribución.</li> </ul>	La formación de los canales internacionales de distribución y los modos de entrar en los mercados extranjeros. La coordinación de los canales internacionales de distribución.
<b>UNIDAD X DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los servicios que necesitan los consumidores.</li> <li>- Investigar formas de identificar alternativas más importantes y forma de evaluar las principales alternativas.</li> <li>- Identificar y conceptualizar decisiones sobre la administración de los canales.</li> <li>- Identificar y conceptualizar decisiones sobre la distribución física de los canales de distribución.</li> </ul>	Análisis de los servicios que necesitan los consumidores. Formas de identificar las alternativas más importantes. Formas de evaluar las principales alternativas. Decisiones sobre la administración de los canales: selección, motivación y evaluación. Decisiones sobre la distribución física: El objetivo, el procesamiento de pedidos, almacenamiento, los inventarios, el



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigar la política pública y la decisión de distribución.</li> <li>- Estudiar la lógica de comercialización y la administración de la cadena de abasto.</li> </ul>	<p>transporte. Colocación de productos. Política Pública y decisiones de distribución. Lógica de marketing y administración de la cadena de abasto.</p>
<b>UNIDAD XI ESTRATEGIA DE PRECIOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer planeamiento estratégico del precio.</li> <li>- Contrastar el precio visto por el consumidor y visto por los miembros por el canal.</li> <li>- Conceptualizar fijación del precio.</li> <li>- Identificar objetivos del precio.</li> <li>- Investigar objetivos de precio STATUS QUO.</li> <li>- Conocer las políticas de la estrategia de precios.</li> <li>- Reconocer punto muerto o umbral de rentabilidad.</li> <li>- Analizar variaciones de precios y sus elementos, efectos sobre el producto.</li> <li>- Estudiar estrategias de ajustes de precios.</li> <li>- Analiza cambios del precio.</li> </ul>	<p>Planteamiento estratégico del precio. El precio visto por el consumidor. El precio visto por los miembros por el canal. Fijación del Precio. Objetivos del Precio. Objetivos de Precio STATUS QUO. Políticas de Precios. Políticas de Descuentos. Políticas de Bonificaciones sobre los precios. Políticas Legales de Fijación de Precios. Marcación de Precios por los Productores. Métodos de Marcación de Precios. Marcación de Precios por Costo Medio. Precio al valor de uso. Punto Muerto o Umbral de Rentabilidad. Variaciones de Precios y sus elementos, efectos sobre el producto. Estrategias de ajuste de precios. Cambios en el precio.</p>

## 6- METODOLOGÍA

Exposición verbal dialogada con preguntas disparadoras de manera de entender la comercialización como una actividad continua y una filosofía en las actividades comerciales y de servicios. Se pondrá énfasis en cuestiones medulares durante el desarrollo de cada unidad temática, integrando los contenidos. Se estimulara la participación activa de los alumnos mediante la integración de grupos para el desarrollo de la Guía de Trabajos y Casos.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitarios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- Mc CARTHY, Jerome y PERREAULT, William Jr. Fundamentos de la Comercialización. Editorial El Ateneo. Argentina. 1994.
- KOTLER, Philip. LOS 10 PECADOS CAPITALES DEL MARKETING. Ediciones Gestión. 2000. Barcelona. 2005.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. FUNDAMENTOS DEL MARKETING. Editorial Pearson Educación. 6ta. Edición. México.
- STERN. Louis y EL-ANSARY, Adel y COUGHLAN, Anne y CRUZ, Ignacio. Canales de Comercialización. Prentice Hall. 5ta. Edición. 1999.



- PERIS, Salvador Miguel y PARRA, Francisca y LHERMIE, Christian. Distribución Comercial. ESIC Editorial. 6ta. Edición. España.2008.
- ESTEBAN TALAYA, Águeda y GARCIA DE MADARIAGA, Jesús y NARROS, María José. Principios de Marketing. ESIC Editorial. España.2008.
- FRANK, Roberto. Microeconomía y Conducta. Mc Graw Hill. 1ra. Edición. 1992.
- KOTLER, Philip. Mercadotecnia. Prentice Hall. 8va Edición. 1993.
- MENDOZA, Miguel. Marketing Directo, Concepto y Aplicaciones. Towsen y Asociados. 1992.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Matemática II

**Área:** Básico Instrumental

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Tercero

**Código:** 4350-C

**Prerrequisito:** 4150-C

**Horas Cátedras Semanales:** 4

**Horas Cátedras Semestrales:** 72

**Horas cronológicas:** 48

**Créditos:** 2

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La asignatura permite comprender los conceptos y aplicarlos eficazmente como las herramientas del cálculo en el campo económico contable.

Se comprende fácilmente que el estudiante debe desarrollar una madurez formal que le permita razonar en forma lógica, con espíritu colaborativo, pensamiento crítico y reflexivo acerca de los hechos y principios de naturaleza contable y empresarial.

Por esta razón, la asignatura se constituye en un componente importante para el desarrollo de las materias del área profesional, pues en su aplicación se pretende incorporar en los educandos la exactitud, el orden, la pulcritud y valores fundamentales: como el cumplimiento de las responsabilidades asumidas, el respeto a sí mismo y a los demás.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.



- Formular planes de marketing.

#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Comprender la aplicación de las funciones exponenciales y logarítmicas para estudiar y analizar modelos económicos nacionales e internacionales donde se propicie espacios para practicar valores éticos y democráticos que orientan la gestión profesional del futuro contador público.
- Utilizar el estudio del Cálculo Infinitesimal en la resolución de problemas económicos y financieros.
- Aplicar las funciones cuadráticas para comprender el estudio de las funciones empresariales.

#### 5- CONTENIDO

**COMPETENCIA:** Emplea los conocimientos adquiridos en la Matemática como fuente de conocimiento, que posibilita una formación profesional que se ajuste a las exigencias del campo laboral del futuro Licenciado en Administración.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I FUNCIONES DE 2DO Y 3ER GRADO.</b>	- Aplicar las funciones cuadráticas atendiendo las propiedades empresariales. Efectuando y resolviendo ecuaciones según sus funciones.	Ecuaciones y representación gráfica. Aplicaciones empresariales de las funciones cuadráticas oferta, demanda, equilibrio del mercado, ingreso, costo y utilidad. Puntos de equilibrio, máximos y mínimos.
<b>UNIDAD II FUNCIONES EXPONENCIALES Y LOGARÍTMICA.</b>	- Utilizar las funciones exponenciales, logarítmicas y ecuaciones en las aplicaciones empresariales y representaciones gráficas.	Funciones exponenciales: definición, representación gráfica y aplicaciones empresariales. Funciones logarítmicas: definición, propiedades y representación gráfica. Ecuaciones logarítmicas y sus formas exponenciales equivalentes. Logaritmo natural. Aplicaciones empresariales.
<b>UNIDAD III LÍMITES Y CONTINUIDAD DE FUNCIONES.</b>	- Conocer los límites y continuidad de funciones. - Realizar cálculos y propiedades del límite. - Identificar las indeterminaciones. - Conocer la continuidad en un punto y en un intervalo. - Resolver el número $e$ y su aplicación en la economía.	Definición, cálculo y propiedades del límite. Indeterminaciones. Definición de continuidad en un punto y en un intervalo. El número $e$ . Aplicaciones económicas.
<b>UNIDAD IV DERIVADAS DE FUNCIONES DE UNA VARIABLE INDEPENDIENTE.</b>	- Conocer las derivadas de funciones de una variable independiente. - Realizar el cálculo de derivadas compuestas y de orden superior. - Utilizar las diferentes aplicaciones de las derivadas en la empresa.	Concepto e interpretación geométrica de la derivada. Definición de derivada de una función. Propiedades de la derivación. Cálculo de derivadas. Derivada de una función compuesta. Derivadas de orden superior. Ecuaciones de las rectas tangente y normal a una curva plana en uno de sus puntos. Diferencial de una función. Derivadas de funciones dadas en la forma implícita. Límites indeterminados. Regla de L'Hôpital.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
		Derivadas de funciones exponenciales y logarítmicas. Aplicaciones de las derivadas en la empresa.
<b>UNIDAD V FUNCIONES DE UNA VARIABLE INDEPENDIENTE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar las funciones de una variable independiente.</li> <li>- Aplicar los máximos y mínimos relativos.</li> <li>- Determinar los máximos y mínimos de una función.</li> <li>- Determinar los puntos de inflexión y concavidad.</li> <li>- Empezar hacia la optimización en la empresa y la economía.</li> </ul>	Funciones creciente y decreciente en un punto y en un intervalo. Máximos y mínimos relativos. Determinación de máximos y mínimos de una función. Puntos de inflexión. Concavidad. Optimización en la empresa y la economía.
<b>UNIDAD VI FUNCIONES DE DOS VARIABLES INDEPENDIENTES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar las funciones de dos variables independientes.</li> <li>- Identificar las derivadas parciales de primer y segundo orden.</li> <li>- Determinar las diferencias parciales y totales.</li> <li>- Aplicar la optimización de una función de dos variables independientes.</li> </ul>	Derivadas parciales de primer y segundo orden. Diferenciales parciales y totales. Optimización de una función de dos variables independientes. Aplicaciones de las funciones de dos variables en la empresa y la economía.
<b>UNIDAD VII INTEGRAL INDEFINIDA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar la función primitiva o antiderivada.</li> <li>- Conocer la integración como operación inversa de la derivación.</li> <li>- Determinar la constante arbitraria y las propiedades de integración por sustitución y por pares.</li> <li>- Aplicar la integral indefinida en la empresa.</li> </ul>	La función primitiva o antiderivada. La integración como operación inversa de la derivación. Integrales inmediatas. La constante arbitraria. Propiedades de la integración. Integración por sustitución y por partes. Aplicaciones de la integral indefinida en la empresa.
<b>UNIDAD VIII INTEGRAL DEFINIDA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer la integral definida.</li> <li>- Calcular la integral definida.</li> <li>- Resolver área entre una curva y el eje x o el eje y.</li> <li>- Aplicar las integrales definidas en la empresa y la economía.</li> </ul>	Definición de la integral definida. Cálculo de integral definida. Área entre una curva y el eje x o el eje y. Área entre curvas. Aplicaciones de las integrales definidas en la empresa y la economía.

## 6- METODOLOGÍA

Clases de teoría.

Resolución de casos prácticos.

Resolución de problemas y presentación de trabajos individuales y grupales.

Actividades de evaluación sumativa.

Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares.



## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitatorios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- Budnick, Frank S. Matemáticas Aplicadas para Administración, Economía y Ciencias Sociales. (4ª ed.). México: Mc Graw-Hill. (2007).
- Harshbarger, Reynols. Matemáticas Aplicadas. (7ª ed.). McGraw-Hill. (2005).
- Jagdish C., Arya y Lardner, Robin W. Matemáticas Aplicadas. México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

### Complementaria

- Larson, Hosteller, Edwards. (1989). Cálculo y Geometría Analítica. (3ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Sánchez, Raimundo y Pujol, Francisco. (2004). Matemática Práctica II. Asunción, Paraguay.
- Rotela Méndez, Arsenio Ramón. (2003). Matemática: Manual de Ejercicios y Problemas. (3ª ed.). Encarnación: Litocolor.
- Frank, Ayres JR. y Mendelson, Elliot. (2004). Cálculo diferencial e integral. (3ª ed.). México. McGraw-Hill.
- Material Didáctico preparado por profesores.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Metodología de la Investigación

**Área:** Complementaria

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Tercero

**Código:** 4360-C

**Pre Requisito:** Admisión

**Horas Cátedras Semanales:** 4

**Horas Cátedras Semestrales:** 72

**Horas cronológicas:** 48

**Créditos:** 2

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La materia pretende proporcionar al estudiante en las principales habilidades y destrezas necesarias para iniciarse en la producción científica a través de un conjunto de herramientas básicas de investigación científica que consolidarán su perfil profesional; es una introducción al intrincado mundo de la investigación científica. Esta asignatura facilitará a los estudiantes los conceptos básicos del proceso de investigación, desde la definición de conocimiento y tipos hasta las etapas que se siguen en un proceso de investigación las técnicas y consideraciones para redactar un trabajo científico; también la relación entre los valores éticos y la actividad investigativa, con cuyo análisis el estudiante adquirirá una nueva concepción del objeto-sujeto de estudio en la investigación.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.



#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

- Contribuir para la formación de un espíritu analítico y crítico de fundamental importancia para el estudio de las ciencias administrativas.
- Desarrollar en el hábito de la elaboración del trabajo científico.
- Comprender el proceso de la investigación y desarrollar las habilidades para la elaboración del proyecto de investigación.

#### 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Vincula las concepciones teóricas y metodológicas de las investigaciones con técnicas cuantitativas y estas últimas con el proceso de investigación en el área contable.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I CONOCIMIENTO CIENTÍFICO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender la definición y objetivos del Conocimiento Científico.</li> <li>- Determinar la clasificación y características del Conocimiento Científico.</li> </ul>	Concepto y objetivos. Naturaleza y Clasificación. Características.
<b>UNIDAD II METODOLOGÍA CIENTÍFICA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la definición, los objetivos y la importancia de la metodología científica.</li> <li>- Establecer el concepto y la división del Método.</li> <li>- Conocer las fases y tipos del método científico.</li> </ul>	Conceptualización, objetivos e importancia. Métodos: concepto, división. Método científico: concepto, fases y tipos.
<b>UNIDAD III INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer la definición y los objetivos de la Investigación Científica.</li> <li>- Identificar las fases de la investigación.</li> <li>- Determinar los tipos de investigación.</li> <li>- Reconocer los niveles de los estudios.</li> </ul>	Conceptualización y objetivos. Fases de Investigación. Tipos de Investigación. Nivel de los estudios.
<b>UNIDAD IV PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptualizar proceso de la Investigación.</li> <li>- Determinar el concepto, las funciones y las etapas del proceso de la investigación.</li> </ul>	Conceptualización. Proyecto de Investigación: concepto, funciones y etapas.
<b>UNIDAD V PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la conceptualización, los elementos y ventajas de los problemas de la investigación.</li> <li>- Elaborar una revisión bibliográfica del problema de investigación.</li> </ul>	Conceptualización, elementos y ventajas. Revisión de la literatura.
<b>UNIDAD VI FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la conceptualización, las fuentes, características y funciones de la formulación de hipótesis.</li> <li>- Identificar las variables y su clasificación.</li> <li>- Realizar la Operacionalización de términos.</li> </ul>	Conceptualización, fuentes, características y funciones. Variables: concepto y clasificación. Operacionalización de términos.
<b>UNIDAD VII UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer la conceptualización, fuentes, características y funciones del universo de una investigación.</li> <li>- Identificar la muestra.</li> </ul>	Conceptualización, fuentes, características y funciones. Conceptualización y determinación de la muestra. Métodos y técnicas de muestreo.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	- Determinar los métodos y técnicas de muestreo.	
<b>UNIDAD VIII RECOLECCIÓN DE DATOS.</b>	- Planificar la recolección de datos. - Estudiar los instrumentos de recolección de datos (cuestionarios, entrevistas, observación y documentación).	Planificación de la recolección de datos. Instrumentos de la Recolección de datos: Cuestionarios, entrevistas, observación y documentación.
<b>UNIDAD IX ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.</b>	- Determinar el análisis e interpretación de datos. - Establecer los pasos del análisis; la codificación, procesamiento, tabulación y análisis de datos.	Concepto e interpretación de datos. Pasos del análisis: codificación, procesamiento, tabulación y análisis de datos.
<b>UNIDAD X COMUNICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b>	- Elaborar Informes. - Estructurar el trabajo científico. - Conocer los aspectos técnicos de la presentación. - Determinar la conceptualización de los contenidos y tipos de informes.	Informe. Estructura del Trabajo Científico. Aspectos Técnicos de la Presentación. Conceptualización, contenidos y tipos de informes.

## 6- METODOLOGÍA

Utilizar metodología que promueva la activa participación de los alumnos durante el desarrollo de las clases.

Exposiciones orales. Informes escritos. Pruebas escritas. Investigación de fin del semestre. Asignaciones virtuales: Foros, chat, tareas... Participaciones en las facilitaciones

## 7- EVALUACIÓN

Las instancias de evaluación se concentrarán en las capacidades adquiridas por el alumno para fundamentar decisiones metodológicas referidas al diseño, desarrollo, ejecución y evaluación de estrategias y técnicas de investigación.

La comprensión y el aprovechamiento de los estudiantes se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA:

- ANDER –EGG, Ezequiel. Métodos y Técnicas de Investigación Social. Vol. II Editorial Lumen. Argentina, 2004.
- BUNGE, Mario. La Investigación Científica 3ª Edición. Siglo XXI Editores, México, 2004.
- CEGARRA, José. Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. Ediciones Díaz de Santos. España, 2004.
- ECO, Humberto. Como se hace una Tesis. Técnicas y Procedimientos de Investigación. Edic.22. Editorial Gedisa, Barcelona.
- FESTINGER, León y KATZ, Daniel. Los Métodos de Investigación en las Ciencias Sociales. Editorial Paidós. Argentina, 1993.



- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Fundamentos de la Metodología de la Investigación. Reimpresión. Editorial McGraw-Hill. 2007.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. PILAR BAPTISTA, Lucio. Editorial MacGraw-Hill. 2010.
- MUÑOZ RAZO, Carlos. Como Elaborar una y Asesorar una Tesis. Segunda Edición. México. Prentice Hall.
- RAFALES, Ernesto. Metodología de la Investigación Técnico – Científica. Editorial Rubiños S.A., 1860. España, 1993.
- RODRÍGUEZ V, Carmen. PUEYO VILLA, Silvia. Metodología de la Investigación Científica. Fundación Universitaria Iberoamericana. Universidad Interamericana. Puerto Rico. 2009. Manual Estilo APA.
- SIERRA BRAVO, Restituto. Ciencias Sociales, análisis estadísticos y modelos matemáticos. Editorial Parainfo S.A. España, 1981.
- Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Vicedecanato – GSGH/LB/ES. Manual Guía para Elaboración y Presentación de Tesis. Apoyo para Estudiantes y Docentes de la FCEA. Carreras de Grado y Postgrado. Primera Edición. Concepción Paraguay. 2012.
- Página de Internet [www.google.books.es](http://www.google.books.es)



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Macroeconomía

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Tercero

**Régimen:** Semestral

**Código:** 4340-C

**Pre Requisito:** 4240-C

**Horas Cátedras Semanales:** 3 H.C.

**Horas Cátedras Semestrales:** 54 H.C.

**Horas cronológicas:** 36

**Créditos:** 1,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La materia pretende describir el comportamiento de una economía donde se discuten los efectos que las distintas medidas de política económica tienen sobre las principales variables macroeconómicas, las principales variables Macroeconómicas que afectan la situación económica de un país o región a través del estudio del comportamiento de los distintos agentes económicos que hacen vida en el escenario nacional e internacional.

Al mismo tiempo combinar adecuadamente los conocimientos teóricos con la práctica, orientados a incorporar eficazmente al futuro profesional en el mundo de las ciencias económicas.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.



#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al finalizar este programa el alumno desarrollará las siguientes competencias:

- Desarrollar las habilidades de evaluación, síntesis y análisis de la teoría macroeconómica.
- Analizar las distintas teorías de los componentes de la demanda agregada.
- Explicar las determinaciones del nivel de ingresos: consumo, inversión, ahorro.
- Analizar el sector monetario: demanda y oferta de dinero.

#### 5- CONTENIDOS

COMPETENCIA: Relaciona los criterios de elección económica de los agentes, el papel económico del Estado, el ciclo económico y las políticas para estabilizarlo, y cómo se determina el precio en los mercados de productos y en los mercados de factores a nivel nacional, regional e internacional.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I LAS RELACIONES ENTRE LAS VARIABLES MACROECONOMICAS. LA POLITICA MACROECONOMICA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigar conceptos fundamentales del producto nacional bruto, el empleo y el desempleo.</li> <li>- Conocer las conceptualizaciones fundamentales:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• De la inflación, el crecimiento y el desempleo.</li> <li>• El ciclo económico y la brecha de la producción.</li> </ul> </li> <li>- Determinar las relaciones entre las variables macroeconómicas.</li> </ul>	<p>El producto nacional bruto. El empleo y el desempleo. La inflación, el crecimiento y el desempleo. El ciclo económico y la brecha de la producción. El crecimiento y el desempleo. La inflación y el ciclo económico. Los intercambios entre la inflación y el desempleo. Los monetaristas y los activistas. La nueva macroeconomía clásica y el activismo. Los meses keynesianos.</p>
<b>UNIDAD II EL PRODUCTO NACIONAL BRUTO Y EL PRODUCTO NACIONAL NETO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar los aspectos fundamentales del producto nacional bruto y el producto nacional neto.</li> <li>- Analizar el PNB Nominal y el Real.</li> <li>- Identificar los índices de precios.</li> <li>- Establecer los gastos y los componentes de la demanda.</li> <li>- Interpretar los balances, tanto económicas domésticas como el balance de la nación.</li> </ul>	<p>Calculo del producto nacional bruto. El PNB y el producto interno bruto. EL PNB NOMINAL Y EL REAL. Los problemas en la medición del PNB. LOS INDICES DE PRECIOS. El índice de precios de consumo. El índice de precios de por mayor. LOS GASTOS Y LOS COMPONENTES DE LA DEMANDA. El consumo. El sector público. La inversión. Las exportaciones netas. Las ventas finales. LOS BALANCES. El balance de las economías domésticas. El balance de la nación.</p>
<b>UNIDAD III LA POLITICA FISCAL. EL EFECTO DESPLAZAMIENTO Y LA COMBINACION DE POLITICAS ECONOMICAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer la política fiscal, el efecto desplazamiento y la combinación de políticas económicas.</li> <li>- Identificar la composición de la producción.</li> <li>- Analizar el modelo IS-LM formalizado.</li> </ul>	<p>La política fiscal y el efecto desplazamiento. Un incremento del gasto público. La dinámica de ajuste. La magnitud del efecto desplazamiento. El caso clásico y el efecto desplazamiento. ¿Es probable el efecto desplazamiento? LA COMPOSICION DE LA PRODUCCION. Una subvención a la inversión. La combinación de políticas económicas. UN ANALISIS FORMALIZADO DEL MODELO IS - LM. La renta y el tipo de</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<p><b>UNIDAD IV LAS RELACIONES INTERNACIONALES.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer las relaciones internacionales considerando la balanza de pagos y los tipos de cambio.</li> <li>- Identificar las diferentes medidas del tipo de cambio y el dólar de los Estados Unidos. El comercio de bienes, el equilibrio de mercado y la balanza comercial.</li> <li>- Conocer el Modelo Mundell-Fleming.</li> <li>- Establecer aspectos fundamentales de la movilidad perfecta del capital con tipos de cambios fijos.</li> </ul>	<p>interés de equilibrio. El multiplicador de la política fiscal. El multiplicador de la política monetaria. Los tipos de interés y la política fiscal.</p> <p>La balanza de pagos y los tipos de cambio. El superávit y el déficit. Los pagos internacionales. Los tipos de cambios fijos. Los tipos de cambios flexibles. La fluctuación limpia y la fluctuación sucia. LAS DIFERENTES MEDIDAS DEL TIPO DE CAMBIO Y EL DOLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS. EL COMERCIO DE BIENES, EL EQUILIBRIO DE MERCADO Y LA BALANZA COMERCIAL. El gasto interior y el gasto de bienes interiores. El equilibrio en el mercado de bienes. La movilidad del capital. La balanza de pagos y los flujos de capital. Los equilibrios interno y externo. EL MODELO MUNDELL-FLEMING. La movilidad perfecta del capital con tipos de cambios fijos. Una expansión monetaria. Una expansión fiscal. La oferta monetaria endógena. LA MOVILIDAD PERFECTA DEL CAPITAL Y LOS TIPOS DE CAMBIOS FLEXIBLES. El ajuste a una perturbación real. El proceso de ajuste. La política fiscal. El ajuste a una perturbación monetaria.</p>
<p><b>UNIDAD V LA OFERTA Y LA DEMANDA AGREGADA.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer sobre la oferta y la demanda agregada.</li> <li>- Reconocer la política monetaria fiscal con supuestos de oferta alternativos a través de los estudios de casos.</li> <li>- Realizar el estudio de la teoría cuantitativa y la neutralidad del dinero.</li> </ul>	<p>Introducción de la demanda y de la oferta agregada. Definición de la demanda y de la oferta agregada. La oferta agregada. Casos especiales. La curva de oferta clásica. La curva de demanda agregada. Variación del nivel de precios. Propiedades de la curva DA. La pendiente de la curva DA. El efecto de una expansión fiscal. LA POLITICA MONETARIA FISCAL CON SUPUESTOS DE OFERTA ALTERNATIVOS. El caso keynesiano. El caso clásico, la política fiscal. La expansión monetaria con los supuestos clásicos. LA TEORIA CUANTITATIVA Y LA NEUTRALIDAD DEL DINERO. La neutralidad del dinero. La teoría cuantitativa moderna, el monetarismo.</p>
<p><b>UNIDAD VI LA DEMANDA DE DINERO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar el estudio de la demanda de dinero; funciones propiedades, elasticidades y demanda de saldos reales.</li> <li>- Analizar el motivo de precaución y la demanda especulativa de dinero.</li> <li>- Conocer la velocidad renta del dinero y la teoría cuantitativa.</li> </ul>	<p>Los componentes de la cantidad de dinero. Las funciones del dinero. La demanda por el motivo transacciones. Las propiedades de la demanda de dinero. Las elasticidades de la demanda de dinero. La demanda de saldos reales. El motivo precaución. La demanda especulativa de dinero. La inestabilidad de la demanda de M1. La demanda de M2. LA VELOCIDAD RENTA DEL DINERO Y LA TEORIA CUANTITATIVA. La teoría cuantitativa. La velocidad y la política económica. La velocidad y la demanda de dinero. La velocidad en la práctica.</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<p><b>UNIDAD VII EL BANCO CENTRAL, EL DINERO Y EL CREDITO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer la determinación de la cantidad de dinero, componentes, relación efectivo y depósitos del Banco Central del Paraguay.</li> <li>- Manejar informaciones sobre la relación reserva-depósitos, el seguro de los depósitos las retiradas masivas de los mismos, la base monetaria y el multiplicador monetario.</li> <li>- Realizar el análisis del control de la cantidad de base monetaria.</li> <li>- Responder sobre los objetivos que debe tener el Banco Central.</li> </ul>	<p>La determinación de la cantidad de dinero, sus componentes. La relación efectivo - depósitos. La relación reserva - depósitos. Los determinantes de la relación reservas/depósitos. El seguro de los depósitos y las retiradas masivas de los mismos. La base monetaria. El multiplicador monetario. El multiplicador en la práctica. EL CONTROL DE LA CANTIDAD DE BASE MONETARIA. Compras en el mercado abierto. El balance del Banco Central. Las divisas y la base monetaria. El multiplicador y el proceso de ajuste. La función de la oferta monetaria y los instrumentos de control monetario. El equilibrio en el mercado monetario. Las variaciones del tipo de descuento. El control de la cantidad de dinero y el tipo de interés. La cantidad de dinero y el tipo de interés como objetivos, la ejecución de la política monetaria. El tipo de interés o el dinero como objetivos. El dinero, el crédito y los tipos de interés. ¿Qué objetivos debe tener el Banco Central?</p>
<p><b>UNIDAD VIII LAS POLITICAS DE ESTABILIZACION, PERSPECTIVAS Y PROBLEMAS.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las políticas de estabilización, perspectivas y problemas.</li> <li>- Establecer los problemas e ideas de la depresión.</li> <li>- Explicar la teoría keynesiana.</li> <li>- Identificar el desafío monetarista y la nueva teoría económica.</li> <li>- Contrastar la producción potencial y la brecha del PNB.</li> <li>- Reconocer el superávit presupuestario de pleno empleo.</li> <li>- Comprender el crecimiento y la exclusión de los salarios monetarios.</li> <li>- Integrar las ideas de la nueva teoría económica y la economía.</li> <li>- Identificar aspectos de las perturbaciones económicas y los grandes modelos; la precisión de las previsiones, los retardos en los efectos de la política económica, el retardo de reconocimiento etc.</li> </ul>	<p>La política económica en períodos de adquisición. El campo institucional. Los aspectos internacionales. DEPRESION. Problemas e ideas. La explicación keynesiana. El desafío monetarista. La nueva teoría económica. La producción potencial y la brecha del PNB. El superávit presupuestario de pleno empleo. El crecimiento. La exclusión de los salarios monetarios. La nueva teoría económica y la economía. Las perturbaciones económicas. Los grandes modelos. La precisión de las previsiones. Los retardos en los efectos de la política económica. El retardo de reconocimiento. Los retardos de decisión y de acción. Los estabilizadores endógenos. El retardo externo. Los retardos de la política monetaria frente a los de la política fiscal. EL PAPEL DE LAS EXPECTATIVAS. Las expectativas y la política económica.</p>
<p><b>UNIDAD IX LA OFERTA AGREGADA, LOS SALARIOS, LOS PRECIOS Y EL EMPLEO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el modelo clásico del mercado de trabajo.</li> <li>- Determinar el desempleo friccional y la tasa natural de desempeño.</li> </ul>	<p>El modelo neoclásico del mercado de trabajo. Variación en la cantidad de dinero. El desempleo friccional y la tasa natural de desempleo. Los salarios, los precios y la producción. La curva de PHILLIPS. La relación de intercambio de la política</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer la relación salarios, precios y la producción</li> <li>- Identificar la curva PHILLIPS.</li> <li>- Analizar la relación de intercambio de la política económica.</li> <li>- Conocer la enmienda de Friedman y Phelps.</li> <li>- Efectuar conclusiones sobre: los costos y los precios –</li> </ul>	<p>económica. La enmienda de FRIEDMAN y PHELPS. El análisis empírico. ¿Por qué es lenta la variación de los salarios? La curva de oferta agregada. La función de producción. Los costos y los precios. Los efectos de una expansión monetaria. Los efectos a corto plazo. El ajuste a mediano plazo. El ajuste a largo plazo. Los Shocks de oferta. La incorporación de los precios de las materias primas al análisis. EL Shocks de oferta adverso. La acomodación de los Shocks de oferta. Las expectativas. Los contratos y la oferta agregada. El enfoque de equilibrio de las expectativas racionales. El enfoque de los contratos. La evolución cíclica del salario real.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD X</b>  <b>LA INFLACION Y EL DESEMPLEO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer los aspectos resaltantes de la inflación, las expectativas y la curva de la oferta agregada.</li> <li>- Determinar la fijación de los salarios y la inflación esperada.</li> <li>- Establecer la curva de oferta agregada a corto y a largo plazo, las variaciones de la tasa de inflación esperada, la curva de oferta agregada a largo plazo vertical.</li> <li>- Comprender el papel desempeñado por la inflación esperada.</li> <li>- Desarrollar cálculos sobre ajustes de los salarios.</li> <li>- Determinar la compensación por la inflación pasada o por la inflación esperada.</li> <li>- Indicar la demanda agregada dinámica, la determinación de la tasa de inflación y del nivel de producción.</li> <li>- Diferenciar entre La tasa de inflación y la producción a corto plazo y la tasa de inflación y la producción a largo plazo.</li> <li>- Desarrollar el ajuste dinámico de la producción y la inflación.</li> <li>- Conocer la estanflación- La sobre reacción y las expectativas de la precisión perfecta.</li> <li>- Identificar los cambios previstos y los no previstos de la política monetaria. La inercia inflacionista.</li> <li>- Investigar sobre las estrategias alternativas para reducir la inflación, el gradualismo- La estrategia de choque y el</li> </ul>	<p>La inflación, las expectativas y la curva de oferta agregada. La fijación de los salarios y la inflación esperada. La curva de oferta agregada. Las curvas de oferta agregada a corto y a largo plazo. Las variaciones de la tasa de inflación esperada. La curva de oferta agregada a largo plazo vertical. El papel desempeñado por la inflación esperada. El ajuste de los salarios. Compensación por la inflación pasada o por la inflación esperada. Los determinantes de la inflación esperada. a) Las expectativas adaptativas; b) las expectativas racionales. La demanda agregada dinámica. La determinación de la tasa de inflación y del nivel de producción. La tasa de inflación y la producción a corto plazo. La tasa de inflación y la producción a largo plazo. El ajuste dinámico de la producción y la inflación. La estanflación. La sobre reacción. Las expectativas de precisión perfecta. Los cambios previstos y los no previstos de la política monetaria. La inercia inflacionista. El ajuste a una expansión fiscal. Estrategias alternativas para reducir la inflación. El gradualismo. La estrategia de choque. El gradualismo frente a la estrategia de choque. La credibilidad y la deflación rápida. ¿Hay algún remedio mejor? Las políticas de rentas.</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	gradualismo frente a la estrategia de choque - Reconocer las políticas de rentas. - Emplear en ejercicios los términos estudiados.	

## 6- METODOLOGÍA

Utilizar metodología que promueva la activa participación de los alumnos durante el desarrollo de las clases.

Clases expositivas y trabajo de grupos cooperativos de aprendizaje informal. Clases tutorizadas para realización de actividades prácticas, tanto individuales como para grupos formales de aprendizaje cooperativo. Colecciones de problemas básicos, lecturas obligatorias y elaboración del portafolio. Tutorías. Exámenes Examen escrito de carácter parcial y final. Reporte o control de lectura. Aplicaciones de los Modelos Teóricos a situaciones reales.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercicios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFIA

- DORNBUSCH, R. y FISHER, S. Macroeconomía. Mc. Graw-Hill. 1978.
- BRANSON, W y LITVACK, J. Macroeconomía.
- JEFFREY D. SACHS y LARRAIN B., FELIPE. Macroeconomía.



## Programas de Estudios – Cuarto Semestre

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Administración de Ventas

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Código:** 4410- C

**Pre Requisito:** 4210-C

**Horas Cátedras Semanales:** 6 H.C.

**Horas Cátedras Semestrales:** 108 H.C.

**Horas cronológicas:** 72

**Créditos:** 3

### 2- FUNDAMENTACIÓN

La administración de ventas es uno de los elementos más importantes para el éxito de las organizaciones modernas. Las ventas no solo son la parte más cara de la mezcla de marketing de casi todas las empresas sino que también son un vínculo más directo con el cliente. Es una de las responsabilidades más importantes de los ejecutivos.

Esta asignatura ofrece a los participantes los conocimientos generales de las teorías que sustentan la administración de ventas. Está dividida en seis unidades: El proceso administrativo y la administración de ventas; Planeación y organización de la Fuerza de Ventas; Desarrollo de la Fuerza de Ventas; Dirección de la Fuerza de Ventas; Compensación, Control y evaluación de la Fuerza de Ventas.

### 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.



- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

**4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Conocer y comprender el proceso de comunicación personal.
- Conocer y comprender las etapas que conforman el proceso de la venta.
- Organizar y planificar la función de ventas en coordinación con la estrategia de marketing.
- Desarrollar un plan de ventas, ejecutarlo y evaluarlo.
- Buscar y analizar información proveniente de distintas fuentes.
- Utilizar paquetes informáticos aplicados al ámbito de la gestión de clientes.
- Aplicar los conocimientos en la práctica.
- Tener habilidad en las relaciones personales atendiendo a la armonización de las dos inteligencias: la racional y la emocional.

**5- CONTENIDOS**

**COMPETENCIA:** Conoce y aplica el proceso de la Administración de Ventas persiguiendo el desarrollo de la fuerza de ventas, con habilidad en las relaciones personales, facilitando el seguimiento y cierre de oportunidades de negocios.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I EL PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los elementos del proceso administrativo.</li> <li>- Enunciar los principios de los elementos del proceso administrativo.</li> <li>- Explicar el concepto y principios de la administración.</li> <li>- Describir los elementos administrativos en el área de ventas.</li> <li>- Establecer la diferencia entre mercadeo y ventas.</li> <li>- Comprender el papel, responsabilidades y deberes del gerente de ventas.</li> <li>- Identificar la diversidad de trabajos en el área de ventas.</li> </ul>	<p>El proceso administrativo. Elementos y principios del proceso administrativo. Importancia, concepto y principios de la administración. Características de los principios de administración. Descripción y aplicación de los elementos administrativos en el área de ventas.</p> <p>Administración Profesional de las ventas. El gerente de ventas: concepto, responsabilidades. Marketing y ventas. Venta Personal. El profesional de ventas. Las ventas como carrera. Diversidad de los trabajos en ventas. Espacio de las tareas de ventas. Eras histórica de ventas. Responsabilidades de marketing en ventas.</p>
<b>UNIDAD II PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender el proceso de planeación de la administración de ventas.</li> <li>- Elaborar e interpretar presupuestos de ventas.</li> <li>- Establecer la relación entre estimación del potencial del mercado y pronóstico de ventas.</li> </ul>	<p>Planeación y Presupuesto de Ventas. Importancia de la planeación. Proyección y organización. Sistemas de información. Proceso de planeación, causas y enfoques. Presupuesto de ventas. Estimación Potencial del Mercado y pronóstico venta. Pronóstico de ventas y planeación operativa. Técnicas y enfoques. Evaluación de las técnicas cuantitativas y cualitativas. Participación</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar pronósticos de ventas utilizando las herramientas cuantitativas y cualitativas.</li> <li>- Describir la organización de la Fuerza de ventas.</li> </ul>	<p>de la organización. Computadoras personales y pronósticos de ventas. Organización de la Fuerza de Ventas. Propósito de la organización. Teorías de la organización. Clases de organización. Evolución de los departamentos de ventas. Tipo de organización dentro del departamento de mercadeo. Telemercadeo. Construcción de una sólida organización de ventas. El proceso organizacional. La calidad de la organización de ventas.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD III DESARROLLO DE LA FUERZA DE VENTAS.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar el proceso general de reclutamiento de la fuerza de ventas.</li> <li>- Identificar los procedimientos y las herramientas que las compañías utilizan como ayuda para la selección a los que solicitan puestos de ventas.</li> <li>- Describir el proceso general y los diferentes métodos de capacitación de la Fuerza de Ventas.</li> </ul>	<p>Reclutamiento de la Fuerza de Ventas. Importancia del reclutamiento. Concepto de reclutamiento. Proceso de reclutamiento. Fuentes de vendedores. Selección de la Fuerza de ventas. El proceso de selección. Realización de la selección. Selección de la Fuerza de Ventas en compañías multinacionales. Socialización de la Fuerza de Ventas. Capacitación de la Fuerza de Ventas. Importancia de la capacitación de ventas. Evolución de los programas para la capacitación en ventas. Evolución de los programas para la capacitación en ventas. Capacitación en ventas y la misión corporativa. Responsabilidad por la capacitación. Diseño del programa de capacitación. Instrumentos de los programas de capacitación. Beneficios de los programas de capacitación en ventas. Capacitación recordatoria.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD IV DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los factores que influyen en el desempeño de un vendedor.</li> <li>- Determinar la importancia de la administración del tiempo y del territorio para alcanzar los objetivos de ventas.</li> <li>- Determinar los procedimientos para establecer cuotas de ventas.</li> <li>- Analizar los diferentes métodos de compensación, ventajas y desventajas de cada uno de ellos.</li> <li>- Determinar la importancia y la complejidad de la motivación de la Fuerza de Ventas.</li> <li>- Identificar las necesidades básicas que motivan al personal de ventas para realizar su trabajo.</li> <li>- Analizar las teorías y herramientas motivacionales</li> </ul>	<p>Desempeño de la Fuerza de Ventas. Desempeño de la fuerza de Ventas. Determinantes del desempeño de la Fuerza de Ventas: Factores internos y externos. Comunicación y desempeño de la Fuerza de ventas. Administración de la Fuerza de Ventas. Establecimiento del territorio de ventas. Establecimiento de territorios de ventas. Revisión del territorio de ventas. Uso de computadoras en la administración territorial. Administración del tiempo. Fijación de rutas. Tendencias en la fijación de rutas e itinerarios. Cuotas de ventas. El propósito de las cuotas. Clases de cuotas. Administración de las cuotas. Compensación. Importancia de los planes de compensación financiera. Desarrollo del Plan de Compensaciones. Ventajas y desventajas de los diversos métodos de compensación. Tendencias en las compensaciones de ventas. Comisión para los gerentes de ventas. Cuentas de gastos y prestaciones.</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<p>disponibles para los gerentes de ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los diferentes estilos de liderazgos para dirigir la fuerza de ventas.</li> </ul>	<p>Motivación de la Fuerza de Ventas. Concepto. Teorías. Nuevas Teorías. Motivación y productividad. Motivación y reconocimiento. Herramientas motivacionales. Motivación de la fuerza de Ventas a largo tiempo. Dirigir la fuerza de Ventas. Concepto de liderazgo. Liderazgo y administración. ¿Qué hace un líder exitoso? El liderazgo de la administración de ventas en la práctica. Comunicación. Ascenso de un representante de ventas a gerente de ventas.</p>
<p><b>UNIDAD V CONTROL Y EVALUACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las fuentes de información de ventas.</li> <li>- Estudiar el procedimiento de análisis de costo y rentabilidad de marketing.</li> <li>- Analizar los principales pasos en el proceso de evaluación y medición del desempeño de la Fuerza de Ventas.</li> <li>- Explicar los números estándares cualitativos y cuantitativos para medir el desempeño de la fuerza de Ventas.</li> </ul>	<p>Análisis de ventas, costos y rentabilidad. La responsabilidad del gerente de ventas para obtener utilidades. Análisis de ventas. Análisis del costo de marketing. Aumento de la productividad de la Fuerza de Ventas. Medición y evaluación del desempeño de la Fuerza de Ventas. ¿Qué tan bien se desempeña la Fuerza de Ventas? En busca de la excelencia de la fuerza de Ventas. Medición de la Fuerza de Ventas.</p>
<p><b>UNIDAD VI EL ENTORNO PARA EL PERSONAL DE VENTAS Y LA GERENCIA DE VENTAS.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los principales conflictos y preocupaciones éticas que ocurren entre el personal y la gerencia de ventas.</li> <li>- Analizar la legislación que afecta las ventas y su administración en situaciones de ventas locales, estatales, regionales e internacionales.</li> </ul>	<p>La ética, la responsabilidad social y el entorno legal. La ética en los negocios. Administración del comportamiento poco ético de la Fuerza de Ventas. Responsabilidad Social. Impacto de la legislación especializada sobre las ventas y la gerencia de ventas.</p>

## 6- METODOLOGÍA

El método consiste en asignar los temas a tratar en clase con el fin de discutir en el aula, donde cada estudiante aportara sus análisis individuales, los cuales se fortalecerán con las explicaciones de los demás y principalmente del profesor. Se asignarán lecturas complementarias para análisis y exposición, y por ultimo asignación de un trabajo final engrupo, donde se expondrá y se entregará físicamente. Para hacer dinámico el proceso de enseñanza se aplicarán técnicas metodológicas como defensa de trabajos de investigación, estudio de casos, resúmenes etc.

Cada estudiante será evaluado durante todo el proceso de aprendizaje, con el facilitador/docente y sus compañeros estudiantes.

Con el objeto de guiar a los alumnos en su estudio y de familiarizarlos con las técnicas y prácticas empleadas en la disciplina, se propondrán periódicamente tareas y proyectos aplicados para desarrollar en forma individual.

## 7- EVALUACIÓN



La comprensión y el aprovechamiento de los estudiantes se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales y ajustados a lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## **8- BIBLIOGRAFÍA**

- ROLPH ANDERSON y HAIR JOSEPH F. “Administración de Ventas”, 2a. Edición, Mc Graw Hill, México, 1995.
- MERCADO, SALVADOR. “Administración de Ventas”, 1era. Edición, Editora Thomson, 2002.
- MARK W., JOHNSTON y MARSHALL, GRED W. “Administración de Ventas”, 9na. Edición, Mc Graw Hill, México, 2009.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Contabilidad II

**Área:** Complementaria

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Código:** 4430-C

**Prerrequisito:** 4330-C

**Horas Cátedras Semanales:** 3

**Horas Cátedras semestrales:** 54

**Horas cronológicas:** 36

**Créditos:** 1,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La asignatura permite al alumno desarrollar y conocer los estados financieros básicos como el Balance General y el Estado de resultados, a partir de los datos asentados en registros contables, a través de la realización y análisis de los mismos tomando como base un procedimiento de control interno.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

## 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Elaborar los estados contables conforme a principios de Contabilidad generalmente aceptados.
- Aplicar los procedimientos contables más usuales con fines de control interno.



**5- CONTENIDOS**

**COMPETENCIA:** Conoce y emplea estados contables acorde con los principios de contabilidad generalmente aceptados aplicando procedimientos contables más usuales con fines de control interno.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I ESTADOS CONTABLES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocer el balance general.</li> <li>- Diferenciar:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado de resultados acumulados.</li> <li>• Estado de variación de patrimonio neto.</li> <li>• Estado de flujo de caja.</li> </ul> </li> <li>- Conocer las notas de los estados contables.</li> </ul>	Balance General. Estado de resultados acumulados (o de ganancias retenidas). Estado de variación del patrimonio neto. Estado de flujo de caja. Notas a los estados contables.
<b>UNIDAD II PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigar y analizar Normas internacionales de contabilidad (NIC) y Normas del Banco Central del Paraguay.</li> </ul>	Normas internacionales de contabilidad (NIC), emitidos por la Comisión de Normas internacionales de Contabilidad (IASC). Normas del Banco Central del Paraguay para las entidades financieras.
<b>UNIDAD III CUENTAS POR COBRAR.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deudores por ventas.</li> <li>• Venta con tarjeta de crédito.</li> <li>• Estimación de incobrabilidad.</li> <li>• Método de contabilización.</li> </ul> </li> </ul>	Deudores por ventas. Venta con tarjeta de crédito. Estimación de incobrabilidad. Métodos de contabilización.
<b>UNIDAD IV EXISTENCIAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar clases de existencia.</li> <li>- Describir el sistema de inventario.</li> <li>- Clasificar valuación de las existencias.</li> <li>- Estudiar métodos tradicionales de costeo de salidas.</li> </ul>	Clase de existencia. Sistema de inventario. Valuación de las existencias; costo, costo o mercado el menor, valores corrientes. Métodos tradicionales de costeo de salidas: FIFO, LIFO, promedio ponderado y móvil. Otros métodos.
<b>UNIDAD V ACTIVO FIJO E INTANGIBLES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar valuación de recursos naturales, agotamiento y valuación de intangibles.</li> <li>- Determinar amortizaciones.</li> </ul>	Valuación de recursos naturales. Agotamiento. Valuación de intangibles. Amortizaciones. Presentación y evaluación en el balance general.
<b>UNIDAD VI INVERSIONES A LARGO PLAZO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar inversiones de largo plazo en inmuebles, fondos y otros activos.</li> <li>- Manejar contabilización de las rentas de inversiones.</li> </ul>	Inversiones en inmuebles. Inversiones en fondos. Inversiones en otros activos. Contabilización de las rentas de inversiones.
<b>UNIDAD VII PASIVOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer las cuentas del pasivo.</li> </ul>	Documentos a pagar. Préstamos a largo plazo. Deudas tributarias. Cuentas de proveedores. Depósitos reembolsables. Garantías de servicios. Pasivos contingentes: litigios, auto seguro, garantías, compromisos, futuros, bonos, (debentures). Dividendo. Interés
<b>UNIDAD VIII PATRIMONIO NETO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar capital, recursos y resultados del patrimonio neto.</li> <li>- Analizar revelación del patrimonio neto en el balance.</li> </ul>	Capital. Recursos. Resultados acumulados. Revelación del patrimonio neto en el balance.
<b>UNIDAD IX CONTABILIZACION DE LOS INGRESOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clasificar la contabilización de los ingresos.</li> <li>- Reconocer descuentos y devoluciones.</li> </ul>	Ingresos por ventas. Ingresos por prestación de servicios, costo de las ventas o servicios prestados. Descuentos y devoluciones.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD X GASTOS.</b>	- Diferenciar gastos de comercialización, administrativos y financieros.	Gastos de comercialización. Gastos administrativos. Gastos financieros.
<b>UNIDAD XI COMPONENTES NO OPERACIONALES.</b>	- Analiza las cuentas no operacionales.	Ingreso fuera de operación (rentas de inversiones, ganancias en venta de activo fijo). Gastos fuera de operación. Gastos extraordinarios.
<b>UNIDAD XII CONTABILIZACIÓN DE IMPUESTOS.</b>	- Contabilizar impuesto al valor agregado (IVA) e impuesto a la renta.	Impuestos al valor agregado (IVA). Impuesto a la renta. Régimen de las retenciones.

## 6- METODOLOGÍA

- Combinar las clases expositivas del profesor con técnicas que permitan la activa participación de los alumnos. Desarrollo de ejercicios y casos.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitarios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- BIONDI, M. Tratado de Contabilidad, Intermedia y Superior. Tercera Edición. Ediciones Machi, Buenos Aires.
- BIONDI, Manuel de Contabilidad. Técnicas de Valuación. Tercera Edición. Ediciones Machi, Buenos Aires.
- BIONDI M. Y ZANDONA, M. Fundamentos de la contabilidad. Ediciones Machi.
- BASILE, JORGE E. Práctica Contable. Valuación y Exposición. Editorial El Coloquio.
- BASILE, JORGE E. Valuación y Exposición Contable. Editorial El Coloquio.
- FOWLER NEWTON. Enrique. Contabilidad Básica Libro II. Editorial Inter. Oceánica S.A. Buenos Aires. 1.988.
- FOWLER NEWTON. Enrique. Contabilidad Superior Tomo I y II. Ediciones Contabilidad Moderna. Año 1978.
- LEZCANO BERNAL, Marcos. Contabilidad II. Año 1993.
- COLEGIO DE CONTADORES DEL PARAGUAY: Pronunciamiento sobre Normas de Contabilidad (1 al 5)
- GUIA DE PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS. Tercera edición en español.
- CODIGO CIVIL PARAGUAYO.
- LEY N° 125 DEL 9 de enero de 1992 que establece el nuevo Régimen Tributario.
- LEY N° 2421/04- Reordenamiento de Reordenamiento Administración y de Adecuación Fiscal.
- Disposiciones de la SET.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Investigación de Mercados

**Área:** Técnico profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Código:** 4411-C

**Prerrequisito:** 4210/4360-C

**Horas Cátedras Semanales:** 6

**Horas Cátedras semestrales:** 108

**Horas cronológicas:** 72

**Créditos:** 3

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La asignatura comprende una de las funciones más importantes del Marketing. Su principal objetivo consiste en satisfacer las necesidades de información y proporcionar a los profesionales del mundo empresarial información actualizada, relevante y rigurosa para la toma de decisiones. El propósito de la asignatura es acercar a los alumnos a los fundamentos de la investigación de mercado en todas sus fases. Se pretende abordar con éxito el estudio del mercado tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo y en consecuencia se realizará un recorrido por las técnicas de investigación que actualmente se utilizan en el mundo profesional.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.



#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Capacidad de integración en cualquier área funcional (en empresa u organización de gran tamaño), desempeñando con soltura las labores de gestión.
- Capacidad para analizar los problemas generales en el ámbito de la empresa y los mercados.
- Capacidad para elaborar y controlar el proceso de diseño y gestión de proyectos.
- Capacidad para identificar y emprender iniciativas empresariales y profesionales.
- Capacidad para percibir y valorar la importancia de las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial y de su entorno económico.

#### 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Identifica y aplica trabajos de campo en una Investigación de Mercados.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I QUÉ ES LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Define investigación de mercados.</li> <li>- Identifica los elementos que sirven de apoyo para la elaboración de una investigación.</li> </ul>	Definición. Fuentes de información primaria y secundaria. Clasificación de la investigación. Diseño y proceso de la investigación. La investigación en mercados internacionales. La investigación on line. Características básicas.
<b>UNIDAD II INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifica los elementos que sirven de apoyo para la elaboración de una investigación exploratoria.</li> </ul>	Introducción. Qué son las técnicas cualitativas. La entrevista en profundidad. El FocusGroup o reunión de grupo. Las técnicas proyectivas. Técnicas creativas. Observación. Pseudocompra y Mystery Shopper. Aplicaciones de las investigaciones cualitativas. Tabulación de datos adquiridos. La investigación cualitativa on line.
<b>UNIDAD III INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifica los elementos que sirven de apoyo para la elaboración de una investigación descriptiva.</li> </ul>	Introducción. Qué son las técnicas cualitativas. Concepto. Objetivos. Condición de la investigación descriptiva. Tipos de estudios descriptivos. La encuesta. Los paneles. La encuesta ómnibus. Trackings.
<b>UNIDAD IV EL CUESTIONARIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifica concepto e importancia del cuestionario.</li> <li>- Describir tipos de preguntas, tipos de escala.</li> <li>- Definir codificación.</li> <li>- Elaborar y aplicar un cuestionario.</li> </ul>	Concepto e importancia de cuestionario. Estructura del cuestionario. Diseño del cuestionario. Recomendaciones para formular las preguntas. Tipos de preguntas. Tipos de escalas. Codificación. Pretest del cuestionario.
<b>UNIDAD V MUESTREO Y TRABAJO DE CAMPO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir muestreo.</li> <li>- Clasifica tipos de muestreos.</li> <li>- Describe organización del trabajo de campo e investigación on line.</li> </ul>	Definición y conceptos básicos de muestreo. El muestreo probabilístico. El muestreo no probabilístico. El trabajo de campo. La organización del trabajo de campo. El muestreo en la investigación on line.
<b>UNIDAD VI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifica etapas del análisis de la información.</li> </ul>	Introducción al análisis de la información. Etapas del análisis de la información.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL INFORME</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Describe el proceso de trabajo con los datos.</li><li>- Mostrar análisis de la información on line.</li></ul>	Codificación de los cuestionarios. Verificación de la base de datos y detección de errores. Recodificación de datos. Análisis de datos. El análisis de la información on line. Presentación de resultados en informe al cliente.

## 6- METODOLOGÍA

La preparación de la asignatura se realizara mediante:

- Exposición del profesor con presentaciones, conexiones a webs, etc. que ilustres los contenidos de la asignatura. Se trata de dotar a los alumnos de unos contenidos teóricos que aplicaran posteriormente en las prácticas.
- Artículos de actualidad vinculados a la asignatura y que ilustre el temario impartido en la materia.
- Practica realizadas por los alumnos en base a técnicas de investigación explicadas en clase por el profesor.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitarios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- Manual complementario: Grande Esteban, I.: “Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial”, ESIC, 2009.

### Complementaria

- Fernández Nogales, A.: “Investigación y Técnicas de Mercado” ESIC, 2004.
- Díez de Castro, E., Landa, J.: “Investigación Comercial”, Pirámide. 2002.
- Sierra Bravo, R.: “Técnicas de investigación Social”, Paraninfo, 2000.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Administración III

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Código:** 4413-C

**Prerrequisito:** 4313-C

**Horas Cátedras Semanales:** 3

**Horas Cátedras semestrales:** 54

**Horas cronológicas:** 36

**Créditos:** 1,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

Al finalizar el curso, el alumno aplicará conocimientos y bases metodológicas de la organización en la instrumentación de estudios administrativos y elaboración de manuales de organización bajo los esquemas de asistencia técnica, consultoría independiente o como parte integrante de una empresa y piedra angular hacia el cambio en la implementación de filosofías de calidad, eficiencia y productividad en las organizaciones.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.



#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Aplicar los conceptos del proceso administrativo, especialmente en las funciones de planeación, organización, dirección y control.
- Reconocer las diferentes clasificaciones de la planeación.
- Identificar la estructura jerárquica de una organización.
- Conocer teorías generales de la Dirección y su aplicación.
- Conocer y aplicar las diversas actividades que conlleva el proceso de control.

#### 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Conoce y aplica el proceso administrativo dentro del ámbito laboral o personal siguiendo los pasos que son la planeación, organización, dirección y control, propiciando comunicación para la toma de decisiones.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I EL PROCESO ADMINISTRATIVO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptualizar proceso según diferentes autores.</li> <li>- Interrelacionar las funciones o etapas del proceso administrativo.</li> <li>- Asociar coordinación y administración.</li> </ul>	Concepto. El proceso según diferentes autores. Planeación organización. Dirección. Control. Interrelaciones entre las funciones o etapas del proceso administrativo. La coordinación y la administración. La universalidad del proceso administrativo.
<b>UNIDAD II LA PLANEACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir planeación.</li> <li>- Determinar objetivos e importancia.</li> <li>- Identificar las diferentes clasificaciones de la Planeación.</li> </ul>	Objetivos. Definición e importancia. Clasificaciones: a) permanentes y por un periodo determinado; b) generales y particulares; c) a corto plazo. Políticas. Reglas. Procedimientos. Programas. Presupuestos. El proceso de planeación. Definición de los objetivos. Formulación de premisas. La toma de decisiones como tarea central de planeación. La planeación táctica y la planeación estratégica.
<b>UNIDAD III LA ORGANIZACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indicar importancia de la organización.</li> <li>- Describir la estructura de la organización.</li> </ul>	Importancia. Organización formal. Departamentalización. Autoridad; centralización y descentralización. Equilibrio entre autoridad y responsabilidad. Autoridad lineal. Autoridad staff y autoridad funcional. Departamentos de servicios.
<b>UNIDAD IV LA DIRECCIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las teorías generales de Dirección.</li> <li>• Sistemas de dirección.</li> <li>• Malla administrativa.</li> </ul> </li> </ul>	Importancia. Estilos de Dirección: a) teorías generales de D. McGregor; b) sistemas de dirección de Likert; c) malla administrativa de Blake y Mouton. Otros modelos o enfoques. Liderazgo y Dirección. Comunicación: Importancia.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir liderazgo y Dirección.</li> <li>- Describir el proceso y barrera de comunicación.</li> </ul>	El proceso de comunicación, tipos de comunicación (ascendentes y descendentes, horizontal y diagonal, informal). Barrera de la comunicación.
<b>UNIDAD V EL CONTROL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar cada uno de los procedimientos que se deben realizar en un proceso de control.</li> </ul>	Importancia. El proceso de control: establecimiento de estándares o normas; medición del desempeño; comparación del desempeño con los estándares; corrección de las desviaciones. Puntos clave o estratégicos de control. Control presupuestal. Presupuesto general. Presupuesto por programas. Presupuestos base cero. Presupuesto por indicadores de gestión. Auditoría Interna y la Auditoría Administrativa.

## 6- METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales.
- Trabajo con material bibliográfico.
- Estudios de casos.
- Talleres para elaboración y presentación de trabajos individuales y grupales.
- Conferencia, seminarios, charlas, simposios, mesa redonda.
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitarios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- **CHIAVENATO**, Idalberto. Administración. Proceso Administrativo. Mc. Graw Hill. 3era Edición. Colombia, 2001.
- **CHIAVENATO**, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. Ed. Mc. Graw, 7ª Edición. 2006.
- **JIMÉNEZ CASTRO**, Wilburg. Introducción al estudio de la teoría Administrativa, 1990.
- **KOONT'Z**, Harold y **WERHRICH**, Heinz, **CANNICE**, Mark. Una Perspectiva global y empresarial. McGraw. China 2008.
- **LUTHANS**, Fred. Introducción a la Administración: un enfoque de contingencias. Ed. Mc. Graw Hill, Madrid. 1980.
- **ROBBINS**, Stephen. Coulter, Mary. Administración. 8va Edición. Pearson Educación. México. 2005.



- **STONER**, James. **FREEMAN EDWARD**, Gilbert, Daniel. Administración. 6ta Edición. Pearson Educación. México, 1996.
- **TERRY**, George. **FRANKLIN**, Stephen. Principios de Administración. 2nda Edición. Editorial Continental. México. 2004.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Matemática Financiera

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Código:** 4450-C

**Prerrequisito:** 4150-C

**Horas Cátedras Semanales:** 3

**Horas Cátedras semestrales:** 54

**Horas cronológicas:** 36

**Créditos:** 1,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La Matemática Financiera estudia las operaciones financieras. Los estudiantes de las carreras de Administración y Contaduría Pública necesitan comprender plenamente el significado de una operación financiera, a fin de cumplir idóneamente con los objetivos planteados en otras asignaturas de niveles más avanzados como la Administración Financiera y la Formulación y Evaluación de Proyectos, cuyos contenidos programáticos se basan en el estudio de esta área tan importante del conocimiento administrativo.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

## 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:



- Diferenciar intereses y tasas de interés: tasa de interés nominal y efectivo, interés simple e interés compuesto y tasa real de interés.
- Identificar el valor presente y anualidades; los pagos sobre saldo insolutos y la amortización de créditos.
- Comprender y aplicar conceptos relacionados a rentas y seguros de supervivencia, primas anuales y reservas matemáticas.

## 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Emplea los conocimientos adquiridos en matemática financiera para el cálculo de valor, tipo de interés o rentabilidad de los distintos productos que existen en los mercados financieros.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I INTERÉS SIMPLE Y DESCUENTO SIMPLE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entender el concepto de valor del dinero en el tiempo.</li> <li>- Explicar los conceptos de interés, tasa de interés, interés simple, montón, valor presente, amortización y descuento.</li> <li>- Plantear y resolver problemas de interés simple, descuento y amortización de deudas utilizando el interés simple entre tasa de interés simple y tasa de descuento.</li> </ul>	Interés Simple. Valor presente. Amortizaciones con interés simple. Amortizaciones con interés Simple. Amortización con interés sobre saldo de cuentas a pagar. Descuento simple.
<b>UNIDAD II INTERÉS COMPUESTO E INFLACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distinguir la diferencia entre interés simple e interés compuesto.</li> <li>- Conocer los conceptos de periodo de capitalización y tasa de interés capitalización y tas de interés capitalizable.</li> <li>- Resolver problemas relativos del interés compuesto.</li> <li>- Plantear y resolver problemas donde se utilicen ecuaciones de valor a interés compuesto.</li> <li>- Explicar el concepto de inflación y resolver problemas relacionados con ella.</li> </ul>	Interés compuesto. Interés compuesto con periodos de capitalización fraccionarios. Tasa de interés nominal, equivalente y efectiva. Ecuaciones de valor. Interés compuesto a capitalización continua. Inflación.
<b>UNIDAD III ANUALIDADES VENCIDAS, ANTICIPADAS Y DIFERIDAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el concepto de anualidades.</li> <li>- Identificar, definir y explicar los diferentes tipos de anualidades.</li> <li>- Identificar situaciones en donde se aplieguen las anualidades.</li> <li>- Plantear y resolver problemas de anualidades vencidas, anticipadas y definidas.</li> </ul>	Anualidades vencidas. Anualidades anticipadas.
<b>UNIDAD IV IMPOSICIONES A INTERÉS COMPUESTO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir imposiciones adelantadas a interés compuesto.</li> <li>- Definir imposiciones vencidas a interés compuesto.</li> </ul>	Generalidades. Imposiciones adelantadas a interés compuesto. Ídem vencidas a interés compuesto. Tablas numéricas.
<b>UNIDAD V</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar imposiciones adelantadas y vencidas.</li> </ul>	Imposiciones adelantadas y vencidas. Combinaciones de



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>IMPOSICIONES A INTERÉS SIMPLE.</b>	- Realizar combinaciones de estas fórmulas con las imposiciones a interés simple y compuesto.	estas fórmulas con las imposiciones a interés simple y compuesto.
<b>UNIDAD VI AMORTIZACIONES Y FONDOS DE AMORTIZACIÓN.</b>	- Explicar que es la amortización de deudas y fondos de amortización. - Explicar la diferencia entre amortización y fondos de amortización. - Elaborar tabla de amortización y fondos de amortización. - Plantear y resolver problemas relacionados con la amortización de deudas y con los fondos de amortización.	Amortización de deudas. Unidades de inversión. Fondos de amortización.
<b>UNIDAD VII RENTAS.</b>	- Conocer los conceptos de rentas temporarias, diferidas y anticipadas. - Definir rentas perpetuas.	Generalidades. Rentas temporarias, diferidas y anticipadas. Rentas perpetuas.
<b>UNIDAD VIII ANUALIDADES VARIABLES.</b>	- Calcular anualidad en las distintas progresiones que varían.	Anualidades que varían en progresión aritmética. Anualidades en progresión geométrica.
<b>UNIDAD IX EMPRÉSTITOS.</b>	- Describir los empréstitos emitidos y de reembolso.	Generalidades. Empréstitos emitidos a la par y sin lotes. Empréstitos con prima de reembolso sin lotes. Otras cuestiones sobre empréstitos.
<b>UNIDAD X BONOS Y OBLIGACIONES.</b>	- Explicar que son los bonos y las obligaciones. - Plantear y resolver problemas de obligaciones y bonos. - Calcular las tasas de rendimiento de las obligaciones y bonos. - Calcular las tasas de rendimiento de las obligaciones y bonos.	Obligaciones. Concepto. Bonos. Concepto. Valor presente de los bonos y obligaciones. Precio entre fechas de pago de cupones. Calculo de la tasa de rendimiento.
<b>UNIDAD XI DEPRECIACIÓN.</b>	- Entender el concepto de depreciación. - Distinguir los diversos métodos de depreciación. - Aplicar los métodos de depreciación.	Depreciación. Concepto. Método de línea recta. Métodos de la suma de dígitos. Método del porcentaje fijo. Método del fondo de amortización.

## 6- METODOLOGÍA

- Introducir Talleres de ejercicios teóricos y prácticos.
- Utilizar la informática para aquellas clases que así lo requieran.
- Combinar las técnicas demostrativas con ejercicios y problemas de modo que el alumno comprenda los principios básicos de la materia y pueda aplicarlos en el área de la administración e iniciarse en el estudio de otras materias.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitarios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.



## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- BUDNIK, F. Matemáticas aplicadas para administración, economía y ciencias sociales. Ediciones Mc Graw Hill, Madrid, 1990.
- GONZÁLEZ GALE, José. Matemática Financiera, Intereses y Anualidades Ciertas, Ediciones Machi, Buenos Aires.
- VIDAURRI AGUIRRE, Héctor Manuel. Matemática Financieras. 4ta Edición. Cengage Learning Editores. México, 2008.
- ARYA, Jagdish C. LARDNER, Robin W. Matemáticas Aplicadas a la Administración, Economía, Ciencias Biológicas y Sociales. Tercera Edición. Prentice Hall Hispanoamericana S. A. México.
- HAEUSSLER Jr. Ernest F. PAUL, Richard S. Matemáticas para Administración y Economía. Décima Edición. Pearson Educación. México, 2003.
- MINER ARANZÁBAL, Javier. Curso de Matemática Financiera. Segunda Edición. McGraw. Madrid, 2008.
- GARCIA, Jaime A. Matemáticas Financieras con ecuaciones de diferencia finita. Quinta Edición. Pearson Educación. Bogotá – Colombia, 2008.
- FRANK AYRES, Jr., Ph.D. Matemáticas Financieras. Primera Edición. McGraw-Hill. México, 1998.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Marketing I

**Área:** Técnico Profesional

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Código:** 4412- C

**Pre Requisito:** 4210-C

**Horas Cátedras Semanales:** 5

**Horas Cátedras Semestrales:** 90 H.C.

**Horas cronológicas:** 60

**Créditos:** 2,5

## 2- FUNDAMENTACIÓN

El marketing es una función organizacional básica para el crecimiento y supervivencia de la empresa; ya que de esta depende, en gran parte, la satisfacción de los clientes. El proceso administrativo y la administración de ventas; Planeación y organización de la Fuerza de Ventas; Desarrollo de la Fuerza de Ventas; Dirección de la Fuerza de Ventas; Compensación y, Control y evaluación de la Fuerza de Ventas.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.

## 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:



- Explicar la aplicación de los conceptos básicos del Marketing para el desarrollo de productos, bienes y servicios en una organización que satisfagan las necesidades de los consumidores.
- Proponer soluciones a situaciones que afectan los objetivos de la organización a partir de la información del SIM. (Sistema de Información de Marketing).
- Realizar un plan de acción a partir de las variables de Marketing aplicando el concepto de segmentación de mercados para el posicionamiento de los productos.

## 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Explicar la aplicación de los conceptos básicos del Marketing para el desarrollo de productos, bienes y servicios en una organización que satisfagan las necesidades de los consumidores.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I EL PAPEL DEL MARKETING EN UN MUNDO CAMBIANTE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar el concepto de marketing y las cuestiones relacionadas con él.</li> <li>- Explicar el alcance y los elementos del Marketing.</li> <li>- Describir los retos de los directivos del Marketing.</li> <li>- Identificar diversas formas en que el marketing afecta nuestras vidas.</li> </ul>	Concepto de Marketing. Orientación de las empresas al mercado. Elementos básicos del Marketing. Los retos de los directivos de Marketing.
<b>UNIDAD II LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y EL PROCESO DE MARKETING.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender el proceso de Marketing.</li> <li>- Elaborar e interpretar una planificación estratégica.</li> <li>- Describir la organización, control y gestión de Marketing.</li> </ul>	El plan estratégico. El Marketing y la planificación estratégica. El plan de Marketing. Organización, control y gestión de Marketing.
<b>UNIDAD III EL ENTORNO DE MARKETING.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los conceptos de Microentorno y Macroentorno.</li> <li>- Analizar los distintos entornos del Marketing.</li> <li>- Identificar los elementos del Microentorno y Macroentorno de la empresa.</li> </ul>	El microentorno de la empresa. El macroentorno de la empresa.
<b>UNIDAD IV MERCADO Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar los conceptos y tipos de mercado.</li> <li>- Analizar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor.</li> <li>- Analizar los diferentes tipos de comportamiento de compra, ventajas y desventajas de cada uno de ellos.</li> <li>- Determinar la importancia y la complejidad de la motivación de la compra del consumidor. Determinar las fases o procedimientos de decisión de compra.</li> </ul>	Concepto y tipos de mercado. Factores principales que influyen el comportamiento del consumidor. El proceso de compra. Tipos de comportamiento de compra. Fases del proceso de decisión de compra.
<b>UNIDAD V LA INFORMACIÓN DE MERCADO Y LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las fuentes de información de Mercado y la Investigación Comercial.</li> <li>- Estudiar el procedimiento para conseguir la información comercial.</li> </ul>	El sistema de información de Marketing. Fuentes para conseguir la información. La investigación comercial: concepto y proceso. Medición y previsión de la demanda de mercado.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los principales pasos en el proceso de medición y previsión de la demanda de mercado.</li> <li>- Explicar la importancia de los sistemas de información para las empresas.</li> </ul>	
<b>UNIDAD VI SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO PARA CONSEGUIR UNA VENTAJA COMPETITIVA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los principales conflictos y preocupaciones éticas que ocurren para conseguir una ventaja competitiva.</li> <li>- Analizar los niveles principales de la segmentación del mercado.</li> <li>- Explicar cómo las empresas identifican los segmentos atractivos del mercado.</li> <li>- Comentar cómo las empresas posicionan sus productos para obtener una ventaja competitiva.</li> </ul>	Segmentación de mercado: concepto y tipología. La diferenciación de la oferta. Posicionamiento de mercado. La selección y puesta en práctica de la estrategia de Posicionamiento.
<b>UNIDAD VII POLÍTICA DE PRODUCTOS: PRODUCTOS, SERVICIOS Y MARCA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar la naturaleza e importancia de las marcas.</li> <li>- Explicar las características de los servicios y sus consecuencias en el Marketing.</li> <li>- Diferenciar entre mix de producto, la línea de productos, y las estrategias utilizadas.</li> </ul>	Concepto y clasificación del Producto. Decisiones sobre el producto: individual, de línea y de gama. Decisiones sobre la marca. El mix de producto. Marketing de servicios: concepto y estrategias.
<b>UNIDAD VIII POLÍTICA DE PRECIOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar el concepto de valor y cómo se relaciona con el precio.</li> <li>- Definir las estrategias y técnicas de asignación de precios.</li> </ul>	Concepto e importancia del precio. Factores a considerar para fijar precios. Técnicas de Fijación de precios.
<b>UNIDAD IX POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar cómo se relaciona el proceso de la comunicación.</li> <li>- Identificar las formas que puede asumir la promoción.</li> <li>- Explicar la naturaleza y el alcance de la publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas.</li> <li>- Analizar la función de las relaciones públicas en la mezcla de promoción.</li> </ul>	El Proceso de Comunicación y etapas del desarrollo de una comunicación efectiva. Publicidad. Promoción de Ventas. Relaciones Públicas.
<b>UNIDAD X POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar la naturaleza e importancia de los canales de distribución.</li> <li>- Distinguir la secuencia de las decisiones comprendidas en el diseño de un canal.</li> <li>- Explicar la naturaleza y propósito de la distribución física y la gestión de la logística.</li> <li>- Describir las nuevas tendencias de los canales de distribución.</li> </ul>	Naturaleza de los canales de Distribución. Funcionamiento y organización de los canales. Decisiones del diseño del canal. Distribución Física y Gestión de la Logística. Nuevas tendencias de los canales de Distribución. Merchandising.



## **6- METODOLOGÍA**

- Cada estudiante será evaluado durante todo el proceso de aprendizaje, con el facilitador/docente y sus compañeros estudiantes.
- Con el objeto de guiar a los alumnos en su estudio y de familiarizarlos con las técnicas y prácticas empleadas en la disciplina, se propondrán periódicamente tareas y proyectos aplicados para desarrollar en forma individual.

## **7- EVALUACIÓN**

La comprensión y el aprovechamiento de los estudiantes se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales y ajustados a lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## **8- BIBLIOGRAFÍA**

- STANTON, William J. ETZEL, Michael J. WALKER, Bruce J. fundamentos de Marketing. Decimocuarta Edición, Mc Graw-Hill, México. 2007.
- KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane. Dirección de Marketing. Duodécima Edición. Pearson Educación. México, 2006.
- LAMBIN, Jean- Jacques. GALLUCCI, Carlo. SICURELLO, Carlos. Dirección de marketing Gestión estratégica y operativa del mercado. Segunda Edición. The McGraw-Hill. México, 2008.
- RAPP, Stan. COLLINS, Thomas L. El nuevo Maximarketing. Guía para transformar la publicidad, promoción y estratégica de mercados para la economía de la información. McGraw-Hill. México. 1996.
- KOTHER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Marketing Versión para Latinoamérica. Decimoprimer Edición. Pearson Educación. México, 2007.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Administración de MIPYMES

**Área:** Optativa

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Régimen:** Semestral

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Código:** 4414-C

**Prerrequisito:** 4210-C

**Horas Cátedras Semanales:** 4

**Horas Cátedras semestrales:** 72

**Horas cronológicas:** 48

**Créditos:** 2

## 2- FUNDAMENTACIÓN

La asignatura permite a los alumnos obtener los conocimientos necesarios para entender la importancia de las actividades administrativas en el diseño, funcionamiento y desempeño de las pequeñas y medianas empresas. Dichos conocimientos les darán la posibilidad de conocer mejor la problemática organizacional que envuelve a dichas empresas, su ambiente interno y externo y la necesidad de adaptar principios y técnicas de gestión a sus condiciones y características específicas, **de acuerdo a su problemática y a sus necesidades de desarrollo y competitividad.**

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.



#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al término del desarrollo de esta materia el estudiante estará capacitado para:

- Plantear y desarrollar una planificación estratégica dentro de una organización.
- Aprender a optimizar el uso de los recursos.
- Implementar proyectos en el cual se aplique los conceptos aprendidos durante el curso.
- Manejar herramientas como motivación, comunicación y liderazgo.
- Desarrollar y evaluar un proceso administrativo.
- Caracterizar a las Pymes conociendo y comprendiendo las implicancias de la globalización.
- Conocer y comprender la problemática especial de las Pymes familiares.
- Conocer, comprender y aplicar los conceptos claves para la dirección estratégica de las Pymes.
- Conocer, comprender y aplicar los conceptos claves para la dirección operativa de las Pymes.
- Conocer, comprender y aplicar los conceptos claves para el control de gestión en las Pymes.

#### 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Conoce y aplica las herramientas de la Administración de Pymes que les permita desenvolverse de manera óptima en su vida estudiantil y en un futuro en su vida profesional aportando con su conocimiento al desarrollo de la sociedad.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I LAS PYMES EN LATINOAMÉRICA Y EL MUNDO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar características de la Pymes y el impacto de la globalización en las mismas.</li> <li>- Describir planeamiento estratégico de las Pymes.</li> <li>- Reconocer Problemáticas comunes en las Pymes.</li> <li>- Analizar un caso real.</li> </ul>	Caracterización de la Pymes en Latinoamérica y en el mundo y el impacto de la globalización en las mismas. Análisis de las características de la empresa latinoamericana. Análisis del medio ambiente interno y externo. Planeamiento estratégico de las Pymes y aspectos relevantes a considerar. Las problemáticas más comunes de las Pymes. Análisis de un caso real.
<b>UNIDAD II LAS PYMES FAMILIARES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir concepto de Pymes familiares.</li> <li>- Contrastar ventajas y desventajas.</li> <li>- Señalar características de directivo y trabajo en equipo en las empresas familiares.</li> <li>- Explicar la sucesión y el protocolo familiar.</li> <li>- Analizar un caso real.</li> </ul>	Concepto de Pymes familiares. Ventajas y desventajas. Las características del directivo y el trabajo en equipo en las empresas familiares. Los órganos de gobierno en las empresas familiares. Sistemas innovadores en la Empresa familiar. Importancia y alcance. La sucesión y el protocolo familiar. Análisis de casos reales.
<b>UNIDAD III COMPETITIVIDAD, ESTRATEGIA Y PLANEAMIENTO EN LAS PYMES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y analizar los diferentes subescenarios políticos.</li> <li>- Describir el proceso de planificación estratégica, visión, misión y valores, la matriz FODA, el medio externo y</li> </ul>	Los subescenarios políticos legal, político económico, político financiero, gremial sindical, tecnológico, socio cultural. El proceso de planificación estratégica. Aplicación de las tácticas. Estrategias aplicadas a una PYME. Visión. Misión y valores. La matriz FODA.



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>variables internas, la competencia.</li> <li>- Explicar el cuadro de mando de una Pyme y su relación con la estrategia.</li> <li>- Identificar conceptos claves para el autodiagnóstico estratégico, modelo teórico, metodología de aplicación.</li> <li>- Distinguir matrices de impacto sobre la empresa.</li> <li>- Reconocer prioridades de la Pyme y el plan estratégico.</li> <li>- Analizar un caso real.</li> </ul>	<p>El medio externo y las variables interna. La competencia.</p> <p>El cuadro de mando de una Pyme y su relación con la estrategia. Conceptos claves para el autodiagnóstico estratégica.</p> <p>El modelo teórico. La metodología de aplicación. Las matrices de impacto sobre la empresa.</p> <p>Las prioridades de la Pyme y el plan estratégico. Análisis de un caso real.</p>
<p><b>UNIDAD IV            LA GESTIÓN OPERATIVA DE LAS PYMES. EL FACTOR HUMANO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir gestión del valor humano.</li> <li>- Explicar selección, remuneraciones, desarrollo y evaluación de desempeño.</li> <li>- Relacionar liderazgo, motivación y trabajo en equipo.</li> <li>- Describir el capital intelectual y la creación del valor.</li> </ul>	<p>La gestión del valor humano. Selección, remuneraciones, desarrollo y evaluación de desempeño. Liderazgo y motivación. Trabajo en equipo. El capital intelectual y la creación de valor.</p>
<p><b>UNIDAD V            LA GESTIÓN OPERATIVA DE LAS PYMES. EL ÁREA COMERCIAL.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar filosofía de marketing.</li> <li>- Definir el mercado, contexto competitivo.</li> <li>- Describir el producto, los servicios, fijación del precio, canales de distribución.</li> <li>- Identificar promoción, ventas y comunicaciones.</li> <li>- Señalar el commerce.</li> </ul>	<p>La filosofía de marketing. El mercado. El contexto competitivo. El producto o el servicio. La fijación del precio. Los canales de distribución. Promoción, ventas y comunicaciones. El e-commerce, conceptos centrales.</p>
<p><b>UNIDAD VI            LA GESTIÓN OPERATIVA DE LA PYMES. LA ESTRATEGIA Y EL CONTROL DE GESTIÓN.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enunciar preguntas preliminares y sus respuestas.</li> <li>- Determinar el diagnostico como sustento de la estrategia.</li> <li>- Enumerar factores claves de la estrategia.</li> <li>- Describir los planes de acción y el control de los planes de acción.</li> <li>- Diferenciar plan de negocios y plan marketing.</li> <li>- Definir control de gestión.</li> <li>- Identifico el tablero de comando.</li> </ul>	<p>Las preguntas preliminares y sus respuestas. El diagnostico como sustento de la estrategia. Factores claves de la estrategia. Las 8 C. Los planes de acción y el control de los planes de acción. El plan de negocios y el plan de marketing. El control de gestión. El tablero de comando sus indicadores. Análisis de un caso real.</p>

## 6- METODOLOGÍA

Para su desarrollo requerirá del alumno, además del conocimiento de los temas explicados en clase, la lectura de la bibliografía indicada.



La realización de trabajos prácticos grupales en las clases, constituirá una de las labores indispensables para lograr los objetivos propuestos, entre lo que se incluye, debates, exposiciones orales y análisis crítico de artículos y notas de la especialidad.

## 7- EVALUACIÓN

Se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales, grupales, ejercitatorios y según lo establecido en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- VAZQUEZ, Jorge Rubén. STERING, Horacio Luis. Dirección eficaz de Pymes. Ediciones Macchi. 2004.
- PINEDA, Eduardo Soto. THOMSON, Simón L. Dolan. Las Pymes ante el desafío del siglo XXI. Los nuevos mercados globales. 2003.
- DODERO, Santiago. El secreto de las empresas familiares exitosas. Editorial El Ateneo. 2002.

### Complementaria

- CLERI, Carlos. El libro de las Pymes. Granica. 2007.
- MARISTANY, Jaime. Fundación y crecimiento de las Pymes. Fondo Editorial Consejo. CPCE. CABA. 2006.
- MONCALVO, Ariel. Comercio electrónico para Pymes. Lectorum. Urgeman de Lectorum S.A. 2008.



## 1- IDENTIFICACIÓN

**Asignatura:** Finanzas Públicas

**Área:** Optativa

**Carrera:** Licenciatura en Administración

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Cuarto

**Régimen:** Semestral

**Código:** 4470-C

**Pre Req:** Admisión

**Horas Cátedras Semanales:** 4 H.C.

**Horas Cátedra Semestrales:** 72H.C.

**Horas cronológicas:** 48

**Créditos:** 2

## 2- FUNDAMENTACIÓN

Esta materia pretende desarrollar en los estudiantes la capacidad de comprensión, análisis, síntesis y evaluación para aumentar sus conocimientos sobre el papel del sector público en la economía. Asimismo, desarrollar habilidades para la comprensión de problemas referentes al ámbito de la economía pública y la presentación de soluciones propositivas bajo distintos escenarios posibles considerando que las finanzas públicas constituyen un eje fundamental en el estudio de la economía del sector público. Su estudio se centra en aspectos teóricos y prácticos de la política de ingresos y gastos públicos, y su comprensión resulta fundamental para analizar las distintas acciones que realizan los gobiernos federal, estatal y municipal en materia de bienestar económico y social.

## 3- COMPETENCIAS GENÉRICAS

El estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración al egresar debe ser competente para:

- Desarrollar planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Identificar y administrar riesgos de negocio en las organizaciones.
- Identificar y optimizar los procesos de negocios de las organizaciones.
- Administración sistema logístico integral.
- Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.
- Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.
- Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.
- Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.
- Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Tomar las decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.
- Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.
- Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno.
- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión.
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
- Formular planes de marketing.



#### 4- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

- Identificar y analizar los componentes del gasto público; la distribución de los impuestos, el manejo del ingreso, del presupuesto y de la Deuda Pública.
- Manejar la política fiscal como parte de la política económica en el contexto macroeconómico.
- Evaluar la eficiencia y el costo de la política impositiva y financiera del estado y su relación con la economía nacional e internacional.
- Conocer el régimen legal de la política financiera del sector público.

#### 5- CONTENIDOS

**COMPETENCIA:** Demuestra actitud crítica, responsable y razonada, basada en una visión objetiva y con principios de justicia económica y social, con el objetivo de tomar las mejores decisiones posibles en el medio que lo rodea.

UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<b>UNIDAD I FINANZAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Discernir acerca de los principales elementos que conforman las ciencias de las finanzas.</li> </ul>	Definición. Etimología. Antecedentes históricos. Evolución. Ciencias de las Finanzas, conceptos entre ciencias de las Finanzas puras y ciencias de la aplicación de los principios financieros.
<b>UNIDAD II LA ACTIVIDAD FINANCIERA DEL ESTADO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender la naturaleza de la actividad Financiera.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sujeto.</li> <li>• Caracteres.</li> <li>• El fenómeno financiero.</li> <li>• Actividad de consumo</li> </ul> </li> <li>- Investigar:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• sobre las principales teorías.</li> <li>• La tendencia actual</li> <li>• Momentos constitutivos de la actividad financiera.</li> <li>• Ingresos y recursos.</li> </ul> </li> <li>- Debatir sobre las actividades financieras y los sistemas políticos.</li> </ul>	Naturaleza. Sujeto y Caracteres. Actividad Financiera: - Concepto, - Naturaleza: - el fenómeno financiero, - Actividad de consumo, - de circulación, - de reparto o distribución. Principales Teorías. Sujeto de la actividad financiera: - Concepto, - la actividad financiera y los sistemas políticos: - estado antiguo, feudal, absoluto, representativo, socialista. Tendencia actual. Caracteres de la actividad financiera: - Necesidades públicas y actividad, - características y distinciones de los servicios públicos, servicios públicos generales y especiales. - Momentos constitutivos de la actividad financiera. - Ingresos y recursos. - Medios de la actividad financiera.
<b>UNIDAD III DISCIPLINAS CIENTÍFICAS QUE ESTUDIAN A LAS FINANZAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indagar sobre las disciplinas científicas que estudian a las finanzas y su relación con las demás ciencias.</li> <li>- Conocer:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• El poder fiscal de la nación y el poder fiscal de las municipalidades.</li> <li>• Límites constitucionales al ejercicio del poder fiscal.</li> </ul> </li> </ul>	Política financiera. Ciencias de las Finanzas. Derecho financiero: - definición, - contenido del derecho financiero, - relaciones del derecho financiero con otras disciplinas. Derecho tributario: - Objeto, - Ramas del derecho tributario, - Relaciones del derecho tributario con otras ramas del derecho. El poder fiscal de la nación y el poder fiscal de las municipalidades. Límites constitucionales al ejercicio del poder fiscal.
<b>UNIDAD IV LOS GASTOS PÚBLICOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer de manera general los aspectos teóricos y prácticos de la estructura del gasto público.</li> <li>- Determinar:</li> </ul>	Noción, naturaleza y organización de los gastos públicos. Aspecto político, económico, técnico-financiero y jurídico del gasto público. Definición del gasto público. Aumento progresivo de los gastos públicos, concepto: - Causas



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspecto político, económico, técnico-financiero y jurídico.</li> <li>• Causas aparentes de los gastos públicos.</li> <li>- Debatir:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los gastos públicos y la incidencia sobre la carga pública individual.</li> <li>• La desocupación y los ciclos económicos.</li> <li>• Regulación de la ocupación.</li> <li>• Ciclos económicos.</li> <li>• Desviación de los recursos económicos.</li> </ul> </li> </ul>	<p>aparentes. Su incidencia sobre la carga pública individual. Formas o clasificaciones de los gastos públicos: sobre la producción, la distribución, la desocupación y los ciclos económicos. Generalidades. Regulación de la ocupación. Ciclos económicos. Desviación de los recursos económicos.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD V DE LOS INGRESOS PÚBLICOS.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejar las generalidad de los ingresos públicos referente a:           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislación vigente referida a los ingresos públicos ordinarios y extraordinarios.</li> <li>• Bienes públicos y privados del Estado.</li> </ul> </li> </ul>	<p>Generalidades. Clasificación de los ingresos públicos: - Según las teorías conocidas, - Según la Constitución Nacional, - Legislación vigente, - Ingresos públicos ordinarios y extraordinarios. Importancia de esta clasificación. De los ingresos públicos originarios. Subclasificación de los ingresos públicos ordinarios de Derecho Público. Bienes públicos y privados del Estado: - criterio de distinción. - Estado paraguayo, - Dominio territorial, ley que crea el INDERT, - Dominio industrial del estado, - Bancos del Estado.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD VI CONTENIDO ESENCIAL DE LAS FINANZAS FUNCIONALES.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el contenido esencial de las finanzas funcionales.</li> <li>- Indagar sobre el Presupuesto Económico Nacional y la redistribución del Ingreso Nacional.</li> <li>- Debatir las medidas que favorecen la mejor distribución del Ingreso Nacional.</li> </ul>	<p>El equilibrio cíclico de los presupuestos. Responsabilidad del estado en el nivel del Ingreso Nacional. Los gastos fiscales compensatorios. La imposición cíclica o compensativa. Mantenimiento del nivel de empleo. El Presupuesto Económico Nacional. Redistribución del Ingreso Nacional. Modificación de la distribución primaria del ingreso por el sistema impositivo. Redistribución del ingreso nacional a través del Gasto Público. Objetivos de la redistribución. Otras medidas que favorecen la mejor distribución del Ingreso Nacional.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD VII EL IMPUESTO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer la naturaleza y fundamentos del Impuesto.</li> <li>- Investigar sobre las diversas teorías impositivas.</li> <li>- Determinar los nuevos fines económicos nacionales del sistema impositivo.</li> </ul>	<p>Concepto. Naturaleza. Fundamentos del Impuesto: Teoría del precio de cambio, - Teoría de la prima de seguro, - Teoría de la concepción histórico-orgánica del Estado, - Teoría de la Distribución de la carga pública. Nuevas Finalidades de los sistemas impositivos. De los nuevos fines económicos nacionales del sistema impositivo. Regulación de la inversión, consumo y ahorro. Usos de la Imposición para fines anti cíclicos. Bases orgánicas en que debe descansar el sistema impositivo.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD VIII ELEMENTOS Y FUENTES DEL IMPUESTO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los elementos y fuentes del impuesto.</li> </ul>	<p>Cuales son: - Sujeto activo, - Sujeto pasivo. Forma del objeto: posesión de la riqueza (capital), capacidad para adquirirla (renta), y el gasto (consumo). Unidad contributiva. Quantum del</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
<p align="center"><b>UNIDAD IX CLASIFICACIÓN DE LOS IMPUESTOS</b></p>	<p>- Determinar la clasificación de los impuestos</p>	<p>impuesto. Fuentes del impuesto. Diferenciación con el objeto. Ejemplificación. Importancia tributaria de esta distribución.</p> <p>Impuestos directos e indirectos, Impuestos reales y personales, Impuesto ordinarios y extraordinarios, Impuesto único e impuestos múltiples, Impuestos exteriores e interiores. La Imposición a los consumos (Impuestos Indirectos) según la Legislación Vigente. Los impuestos indirectos sobre el comercio interno: concepto, crítica de los mismos. Enunciación de la imposición más típica. Objetivos gravados con estos impuestos. Artículos de consumo indispensable y no indispensable para la vida, Régimen de los impuestos sobre transmisiones onerosas de bienes, Grabación de los actos, contratos, cambio de valores, créditos, hipotecas, alquileres, otros, transmisiones de bienes inmuebles.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD X DERECHOS ADUANEROS</b></p>	<p>- Conocer la naturaleza de los derechos aduaneros y la importancia de la legislación aduanera.</p>	<p>Importancia de la Legislación aduanera. Libre comercio y proteccionismo. Argumentos a favor de uno y otro. Los derechos aduaneros como medio de combatir el “Dumping”. Proteccionismo nacional. Los impuestos aduaneros de importación, fundamentos. Finalidades fiscales, económicas y sociales de los mismos. Tarifas aduaneras: importancia de las mismas. Tarifas generales, convencionales y diferenciales. Otras clases de tarifas. Derechos ad Valorem y derechos específicos. Cobro provisional de los derechos aduaneros (Ley del condado). Draw Backs y admisiones temporarias. Puertos y zonas francas. Tránsito internacional. Derechos de exportación cuando estos impuestos pueden incidir sobre el producto. La valoración aduanera. Elementos esenciales. Nociones de una definición del valor aduanero. Definición del valor aduanero establecido por el Consejo de Cooperación Aduanera de Bruselas. Interpretación oficial. Práctica de evaluación.</p>
<p align="center"><b>UNIDAD XI DE LAS TASAS Y LAS CONTRIBUCIONES.</b></p>	<p>- Indagar sobre los fundamentos de las tasas y las contribuciones.          - Determinar el valor de las Tasas.          - Investigar sobre los Criterios financieros sociales para fijar concretamente el valor de las tasas.          - Conocer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios financieros y sociales para fijar la contribución.</li> <li>• Sistemas de recaudación.</li> <li>• Contribuciones vigentes en el país.</li> </ul>	<p>Generalidades. Definiciones. Fundamento de las tasas. Valor de las tasas. Criterios financieros sociales para fijar concretamente el valor de las tasas. Las unidades de consumo como base para determinar la tasa. Sistemas de tarifas de la unidad de consumo. Sistema de recaudación de tasas. Los servicios públicos costeados por las tasas en el Paraguay. La obligatoriedad de las tasas. La historia de las tasas. La política de tasas. Elementos esenciales y Naturaleza jurídica de las contribuciones. Diferencias con los impuestos y las tasas.</p>



UNIDADES	CAPACIDADES ESPECÍFICAS POR UNIDAD	CONTENIDOS
		Criterios financieros y sociales para fijar la contribución. Sistemas de recaudación. Contribuciones vigentes en el país
<b>UNIDAD XII CRÉDITO PÚBLICO Y DE LA DEUDA PÚBLICA.</b>	- Conocer aspectos generales del crédito público y de la deuda pública.	Generalidades. Divisiones del crédito público y deuda pública. Clasificaciones de la deuda pública. Deuda pública interna y externa. Deuda pública consolidada y flotante. Sub clasificación de deuda consolidada, reembolso libre y perpetuo. Deuda directa e indirecta del estado. Conversión de la deuda pública: concepto y definición.
<b>UNIDAD XIII DE LOS PRESUPUESTOS (según Legislación vigente)</b>	- Investigar sobre los aspectos generales de los presupuestos según la legislación vigente. - Conocer aspectos particulares en la preparación del presupuesto, la aprobación, y el control presupuestario.	Generalidades. Definición. Elementos de la definición. Clasificaciones. Presupuesto preventivo y cuenta de inversión. Presupuesto único o universal y presupuesto múltiple. Principios presupuestarios. El equilibrio presupuestario. Presupuesto de explotación y presupuesto de capital. Momentos presupuestarios. Preparación y confección. Discusión y aprobación. Ejecución presupuestaria. Características del proceso presupuestario en el Paraguay. Antecedentes. Régimen legal vigente, La Preparación del presupuesto, La aprobación, El control presupuestario.
<b>UNIDAD XIV FINANZAS MUNICIPALES.</b>	- Indagar sobre la actividad financiera de los municipios y la comuna.	Actividad financiera de los Municipios y la comuna. Superintendencia del Estado sobre la actividad municipal. Municipalización de los servicios de utilidad pública. Bases de organización municipal. Recursos financieros de las municipalidades. Predominio de las tasas, sobre los impuestos. Tasa e impuesto municipales. Subsidio del Estado y organización y funciones de las municipalidades en el país. Su origen financiero. Régimen legal vigente. Preparación, sanción, promulgación, ejecución y control de los presupuestos municipales.

## 6- METODOLOGÍA SUGERIDA

Combinar la metodología expositiva con elaboración, de trabajos prácticos e investigación bibliográfica.

## 7- EVALUACIÓN

La comprensión y el aprovechamiento de los estudiantes se evaluarán a través de trabajos prácticos individuales y grupales, además de pruebas escritas y de conformidad con las disposiciones establecidas en el Reglamento Específico de la Facultad.

## 8- BIBLIOGRAFÍA

- BENAVENTE, Matus. Finanzas Públicas.
- CAPLAN, Benedicto. Finanzas Públicas. Leyes nacionales sobre tributación.
- Constitución Nacional 1992.



- DEJANO Manuel. Curso de Finanzas y Derecho Tributario.
- EIRENAIDE, Luigi. Tratado de finanzas Públicas.
- JARACH, Dino. Derecho Tributario.
- La Valoración Aduanera. Recopilación.
- Ley de Adecuación Fiscal.
- Leyes y Códigos Aduaneros.
- MANTENER G. Gonzalo. Análisis y programas de los presupuestos gubernamentales.
- PEÑA VILLAMIL, Manuel, Finanzas y Derechos Financieros.
- SNIEGI. El Tratado de Finanzas públicas.
- SOMERS, H.M. Finanzas públicas e ingreso nacional. Edición de la Facultad de Ciencias Económicas.
- Tratado del Mercosur.