



# INGENIERÍA COMERCIAL

## Malla Curricular - Quinto Año

### 5° AÑO – Mención Economía

SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS SEMANALES	HORAS POR SEMESTRE	PRE REQUISITO	
9°	0960-CE	Política Económica.	04	72	0750-C 0640-C 0760-C	
	0980-CO	Política y Administración de Sociedades Cooperativas.	03	54	0561-C 0460-C	
	0981-CO	Auditoría de Empresa	04	72	0561-C 0580-C 0662-C	
	0950-CO	Aplicaciones en Economía, Finanzas y Marketing (Taller)	04	72	0750-C 0662-C	
	0982-CO	Evaluación de Inversiones.	04	72	0650-C 0880-C	
	0950-CE	Econometría II	03	54	0750-C	
	0970-CO	Proyecto de Tesis – Taller	02	36	0872-C	
	<b>Total Horas Cátedras Semanales y Semestrales</b>			<b>24</b>	<b>432</b>	-
	<b>Laboratorio e Investigación 20%</b>			-	<b>86</b>	-
	<b>Total</b>			-	<b>518</b>	-
<b>Total Horas Reloj</b>			-	<b>345</b>	-	
10°	1040-CE	Teoría de Juegos	04	72	0540-C	
	1080-CO	Evaluación Social y Ambiental de Proyectos	04	72	0880-C	
	1081-CO	Inglés III	05	90	0381-C	
	1082-CO	Sistemas de Información Gerencial	04	72	0280-C	
	1070-CO	Tesis	04	72	0970-CO	
	<b>Total Horas Cátedras Semanales y Semestrales</b>			<b>21</b>	<b>378</b>	-
	<b>Laboratorio e Investigación 20%</b>			-	<b>76</b>	-
	<b>Total</b>			-	<b>454</b>	-
<b>Total Horas Reloj</b>			-	<b>303</b>	-	

### 5° AÑO – Mención Administración

SEMESTRE	CÓDIGO	ASIGNATURA	HORAS SEMANALES	HORAS POR SEMESTRE	PRE REQUISITO	
9°	0980-CO	Política y Administración de Sociedades Cooperativas	03	54	0561-C 0460-C	
	0981-CO	Auditoría de Empresa	04	72	0561-C 0580-C 0662-C	
	0950-CO	Aplicaciones en Economía, Finanzas y Marketing (Taller)	04	72	0750-C 0662-C	
	0982-CO	Evaluación de Inversiones	04	72	0650-C 0880-C	
	0980-CA	Administración de Proyectos	04	72	0880-C	
	0981-CA	Organización y Método	03	54	0561-C	
	0970-CO	Proyecto de Tesis - Taller	02	36	0872-C	
	<b>Total Horas Cátedras Semanales y Semestrales</b>			<b>24</b>	<b>432</b>	-
	<b>Laboratorio e Investigación 20%</b>			-	<b>86</b>	-
	<b>Total</b>			-	<b>518</b>	-
<b>Total Horas Reloj</b>			-	<b>345</b>	-	
10°	1071-CA	Comercialización II	04	72	0871-C	
	1080-CO	Evaluación Social y Ambiental de Proyectos	04	72	0880-C	
	1081-CO	Inglés III	05	90	0381-C	
	1082-CO	Sistemas de Información Gerencial	04	72	0280-C	
	1070-CO	Tesis	04	72	0970-C	
	<b>Total Horas Cátedras Semanales y Semestrales</b>			<b>21</b>	<b>378</b>	-
	<b>Laboratorio e Investigación 20%</b>			-	<b>76</b>	-
	<b>Total</b>			-	<b>454</b>	-
<b>Total Horas Reloj</b>			-	<b>303</b>	-	



## Programas de Estudios – Noveno Semestre

### Plan Común

#### PROGRAMA DE ESTUDIOS

##### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Política y Administración de Sociedades Cooperativas

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 0980-CO

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 3 H.C.

**Mención:** ADM. Y ECON.

**Pre Req:** 0761-C

**Semestre:** Noveno

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

##### 2- OBJETIVOS

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

- Conocer la filosofía del cooperativismo.
- Analizar la importancia creciente de las cooperativas como un sistema de organización de igualdad y equidad de sus asociados.
- Aplicar los procedimientos administrativos para potenciar la efectividad de las cooperativas sin descuidar los aspectos que caracterizan a este tipo de sociedades.

##### 3- CONTENIDOS

###### UNIDAD I

**ANTECEDENTES.** Origen y evolución de cooperativismo en el mundo. Origen y evolución del cooperativismo en el Paraguay. Doctrina y principios universales del movimiento cooperativo. Organizaciones cooperativas de primer, segundo y tercer piso. Organizaciones cooperativas internacionales.

###### UNIDAD II

**RGIMEN LEGAL DE LAS COOPERATIVAS. EL MAG Y EL INCOOP.** La Ley 438/94 y Decreto N° 14052/94. La personería Jurídica. El estatuto Social.

###### UNIDAD III

**ASPECTOS ECONÓMICO Y SOCIAL DE LAS COOPERATIVAS.** La constitución del patrimonio social. Las cooperativas multiactivas. Etapas para la formación. Contenido del Estatuto Social. Requisitos para ser socio de una cooperativa. Derechos y deberes de los socios.

###### UNIDAD IV

**ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.** Características y funciones de: La asamblea. El Consejo de Administración. La Junta Electoral. Los Comités Auxiliares.

###### UNIDAD V

**DATOS DE ENTIDADES COOPERATIVAS DEL PAÍS.** Cooperativas Agropecuarias. Cooperativas de Ahorro y Préstamos. Cooperativas de Servicios. Otras cooperativas.

##### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Clases expositivas, trabajos de investigación sobre cooperativas nacionales y extranjeras, visita programada a una cooperativa de la zona, exposición en papeles detallando todos los pasos y procedimientos para su formación, etc.

##### 5- EVALUACIÓN

- Evaluaciones Parciales y Finales.
- Trabajos prácticos. Pruebas Orales y Escritas.

##### 6- BIBLIOGRAFÍA

- Ley de cooperativas (Ley 438/94 y Decreto 14052/94).
- TALEVA Salvat, Orlando. Cómo hacer una cooperativa. 7° Edición. Valletta Ediciones. 2007.
- Informaciones sobre cooperativismo. Departamento de Asistencia Técnica INCOOP. MAG.



- Declaración sobre Identidad y Principios Cooperativos. Manchester/95. Biblioteca Educopar.
- Dirección General de Estadísticas y Censos.
- Revistas y folletos de Cooperativas.

## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Auditoría de Empresas  
**Carrera:** Ingeniería Comercial  
**Código:** 0981-CO  
**Curso:** Quinto  
**Horas Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** ADM. Y ECON.  
**Pre- Req.:** 0580-C 0662-C  
**Semestre:** Noveno  
**Horas Semestrales.:** 72 H.C.

### 2- OBJETIVOS

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

- Definir y explicar que es Auditoría.
- Comprender el alcance de la Auditoría para así evaluar su importancia.
- Interpretar el contenido de los informes de auditoría para la toma de decisiones a nivel institucional.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

**INTRODUCCIÓN A LA AUDITORÍA.** Origen y naturaleza. Necesidad de información y control. Necesidad de revisión de la información contable. Necesidad de revisión de otros tipos de información. Normas Internacionales de Auditoría. Pronunciamientos Técnicos. Concepto. Alcance. Generalidades.

#### UNIDAD II

**EL PROFESIONAL AUDITOR.** Entrenamiento y capacidad Profesional. Perfil del auditor. Servicios de la Auditoría. Ética profesional. Responsabilidad legal. Independencia del Auditor.

#### UNIDAD III

**EL PROCESO DE AUDITORÍA.** Objetivos y responsabilidades de la Auditoría. Auditoría de Ciclos Operacionales. Auditoría por Medios Informáticos. Auditoría Integral: Concepto. Generalidades. Importancia. Auditoría Ambiental. Importancia. La Auditoría Informática en el contexto de los Sistemas de Información con Datos en medios Electrónicos y Digitales. El acompañamiento a la labor del Auditor. Evidencias, Documentos y Archivos de Auditoría. Auditoría Forense: Detecciones de Fraudes y Riesgos, una perspectiva moderna de la técnica de Auditoría.

#### UNIDAD IV

**EL INFORME DEL AUDITOR.** Tipos de informes de auditoría. Modelos de informes de auditoría. Documentación de la Auditoría. Alcance e implicancia del informe del Auditor Interno. Limitaciones del Auditor Interno. Alcance e implicancia del Auditor Externo. Responsabilidad Legal del Auditor.

#### UNIDAD V

**LA TOMA DE DECISIONES.** Efecto de la Auditoría Interna de la organización. Efecto de la Auditoría Externa en la organización. Responsabilidad de los directivos. La Auditoría como base para un cambio planeado.

### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Clases magistrales, reportes y resúmenes de lecturas, debates, discusiones y estudios de casos y otras técnicas que favorezcan la participación activa y crítica del estudiante en el análisis de los problemas actuales de la economía del país.

### 5- EVALUACIÓN

- Evaluaciones Parciales y Finales.
- Trabajos prácticos. Pruebas Orales y Escritas.



## 6- BIBLIOGRAFÍA

- FOWLER, Enrique. Auditoría Aplicada. Tratado de Auditoría. Tomo I, II. Ediciones Macchi. Argentina, 1994.
- FOWLER, Enrique. Cuestiones Fundamentales de Auditoría. Tratado de Auditoría. Primera Parte. Ediciones Macchi. Argentina, 1994.
- INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS. Normas y procedimientos de auditoría y Normas para atestiguar. 28ª Edición. México, 2007.
- INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS. Normas Internacionales de Auditoría. Pronunciamientos Técnicos. IFAC. México, 2007.
- MANCILLAS, Eduardo. La Auditoría Administrativa. Un enfoque científico. 2ª Edición. Editorial Trillas. México, 2007.
- ARENS, Alvin. Auditoría, un Enfoque Integral. 6ta Edición. Prentice Hall. Mayo, 1996.
- SLOSSE, Carlos y otros. Auditoría, un nuevo Enfoque Empresarial, Ediciones Macchi, 1994.
- FOWLER, Enrique. Auditoría Aplicada. Edición Macchi, 1995.

---

## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Aplicaciones en Economía, Finanzas y Marketing. (Taller)

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 0950-CO

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** ADM. Y ECON.

**Pre Req:** 0750-C 0871-C 0662-C

**Semestre:** Noveno

**Horas Semestrales.:** 72 H.C.

### 2- OBJETIVOS

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

- Adquirir una visión general de las múltiples aplicaciones de las técnicas econométricas.
- Tener intuición y el manejo necesario de la econometría para un desempeño futuro exitoso en cualquier ámbito profesional.
- Obtener las herramientas básicas teóricas y empíricas para aplicaciones funcionales en el mundo de la economía, de los negocios, consultorías, etc.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

**FINANZAS.** Fundamentos del Riesgo y el Rendimiento.. Rendimientos Históricos. Aversión al Riesgo. Riesgo de un solo Activo. Evaluación y Medición del Riesgo. Riesgo de una cartera. Diversificación. EL Modelo de Precios de Activos de Capital (CAPM). Línea de Mercado de Valores. Betas y Primas de riesgo de valores individuales. Valuación y regulación de las tasas de rendimiento. La determinación del conjunto de portafolios óptimo. Oportunidades de Inversión y portafolios dominantes. La inflación y la selección de portafolios. Las etapas del análisis de Markowitz. Supuestos del CAPM.

#### UNIDAD II

**ECONOMÍA.** Estimación de Costos Medios y Economías de Escala. Elasticidad. La Empresa y la Producción a corto plazo. Ley de los Rendimientos Decrecientes. Producto Medio. La Producción y el Largo Plazo. Costos a Corto Plazo. Costo Medio y Marginal: Análisis Geométrico. Costos a Largo Plazo. Costos Medios a Largo Plazo.

#### UNIDAD III

**MARKETING.** Precios Hedónicos.

#### UNIDAD IV

**ECONOMÍA DEL TRABAJO.** Productividad Marginal. Proceso de igualación de Salarios. Diferencias cualitativas en los factores de producción. Discriminación en la fuerza laboral: Teoría y Evidencia. Modelos de Discriminación. Cálculos de Discriminación Salarial. Rentas, Factores Superiores y la igualación de los costos.

#### UNIDAD V

**MARKETING.** La demanda del mercado. La función inversa de la demanda. La Elasticidad y el Ingreso. Demanda por elasticidad. La Elasticidad- Renta. La curva de Laffer. Negocios.



#### UNIDAD VI

**MARKETING.** Simultaneidad entre Publicidad y Ventas. Naturaleza y esfera de acción de la publicidad. La publicidad como porcentaje de las ventas. Costos de Publicidad comparados con los costos de ventas personales. Desarrollo de una campaña de Publicidad.

#### UNIDAD VII

**ECONOMÍA.** Variables dependientes limitadas y modelos de duración. Truncamiento. Modelo de Regresión Truncada. Estimación por máxima verosimilitud. Datos censurados. Distribución normal censurada. Modelos de regresión censurada: Análisis de Tobit. Estimación. Truncamiento Selectivo. Modelos para datos de duración.

#### UNIDAD VIII

Otros tópicos que el profesor estime pertinente.

#### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Se recomienda formar grupos de trabajo con menos de cuatro integrantes.
- Cada grupo debe elegir un tópico.
- Usar la metodología que facilite la aplicación de los conocimientos adquiridos y que permita realizar intensivamente el trabajo empírico y computacional. El profesor proveerá las bases de datos requeridas para el curso, como también las asesorías computacionales necesarias.

#### 5- EVALUACIÓN

- Las evaluaciones parciales y finales deberán ser realizadas con criterios establecidos conforme a los objetivos establecidos.
- La evaluación será en grupo e individualmente en base a las presentaciones:
- Tarea 1: seleccionar un tópico de la lista presentada por el profesor. Discutir el problema econométrico en cuestión, la relevancia empírica del mismo y la presentación oral del proyecto.
- Tarea 2: tabulaciones básicas de toda la información contenida en la base de datos. Borrador2: máximo 3 páginas. Presentación.
- Papel final: escribir un papel final que resuma la discusión teórica del problema, los principales resultados y conclusiones: 15 páginas.

#### 6- BIBLIOGRAFÍA

- GITMAN, Lawrence. Principios de Administración Financiera. Pearson Educación. 11ª Edición. México, 2007.
- PASCALE, Ricardo. Decisiones Financieras. Pearson Educación. 6ª Edición. Argentina, 2009.
- BODIE, Zvi y MERTON, Robert y VINITZKY, Guillermo. Finanzas y Gestión. Pearson Educación. 1ª Edición. México, 2006.
- GRINBLATT, Mark y TITMAN, Sheridan. Mercados Financieros y Estrategia Empresarial. Mc Graw Hill. 2ª Edición. España, 2003.
- EDWARDES, Warren. Instrumentos Financieros Fundamentales. Prentice Hall. 1ª Edición. España, 2001.
- VAN HORNE, James. Administración Financiera. Pearson Educación. 10ª Edición. México.
- GITMAN, Lawrence y JOEHNK, Michael. Fundamentos de Inversiones. 10ª Edición. Pearson Educación. México, 2009.
- LARROULET, Cristián y MOCHÓN, Francisco. Economía. Mc Graw Hill. 2ª Edición. Chile, 2003.
- NORDHAUS, Samuelson. Economía. Mc Graw Hill. 18ª Edición. México, 2006.
- PINDYCK, Robert y RUBINFELD, Daniel. Microeconomía. Pearson Education. 7ª Edición. España 2009.
- VARIAN, Hal. Microeconomía Intermedia. Un enfoque actual. Antoni Bosch Editor. 5ª Edición. España, 1999.
- SALVATORE, Dominick. Microeconomía. Mc Graw Hill. 4ª Edición. México, 2009.
- LE ROY MILLER, Roger y MEINERS, Roger. Microeconomía. Mc Graw Hill. 3ª Edición. México, 1990.
- SAMUELSON, Paul y NORDHAUS, William y SALASAR, José y RODRÍGUEZ, Raymundo. Microeconomía con Aplicaciones a Latinoamérica. Mc Graw Hill. 17ª Edición. México, 2005.
- GREENE, William. Análisis Econométrico. Prentice Hall. 3º Edición. España, 1999.
- SACKMANN, Alfredo y SUÁREZ, Miguel. Administración de Recursos Humanos. Remuneraciones. Ediciones Macchi. Argentina, 2000.
- Mc CARTHY, Jerome y PERREAULT, William Jr. Fundamentos de la Comercialización. Editorial El Ateneo. Argentina. 1994.
- PÉREZ GOROSTEGUI, Eduardo. Economía de la Empresa Aplicada. Ediciones Pirámide. Madrid, 2005.
- VAN HORNE, James y WACHOWICZ, John. Fundamentos de Administración Financiera. 11ª Edición. Pearson Educación. México, 2002.
- BLOCK, Stanley y HIRT, Geoffrey. Fundamentos de Administración Financiera. 12ª Edición. Editorial Mc Graw Hill. México, 2008.
- MISHKIN, Frederic. Moneda, Banca y Mercados Financieros. 8ª Edición. Pearson Educación. México, 2008.



- EMERY, Douglas y FINNERTY, John, y STOWE, John. Fundamentos de Administración Financiera. 1ª Edición. Pearson Educación. México, 2000.
- HARDLE, W. Applied nonparametric regression, 1993.
- HSIAO, Cheng, Analysis of Panel Data. Cambridge, 1986.
- KENNEDY, P.A. Guide to Econometrics, 1992.
- MADDALA, G.S. Limited dependent variables and qualitative variables in econometric. Cambridge, 1983.
- SILVERMAN, B.W. Density estimation, 1986.
- GOLDBERGER, Arturo S. A. Course in Econometrics. Harvard, 1991.

---

## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Evaluación de Inversiones

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 0982-CO

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** ADM. Y ECON.

**Pre Req:** 0880-C -0650-C

**Semestre:** Noveno

**Horas Semestrales:** 72 H.C.

### 2- OBJETIVOS

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

- Adquirir una visión global de los elementos teóricos y prácticos de las decisiones de inversión, destacando el rol que dichos elementos tienen en la función financiera de la empresa.
- Desarrollar modelos teóricos bajo condiciones de certidumbre e introducir modelos bajo condiciones de incertidumbre.
- Evaluar decisiones de inversión en el sector agropecuario, industrial, servicios y financiero, aplicando los conceptos adquiridos del curso y tomando como referente a la economía paraguaya, concebida ésta como parte integrante de la economía mundial y. por lo tanto, con sus especificidades y semejanzas a otros países.
- Adquirir conceptos de finanzas internacionales y teoría de opciones que pretenden enfrentar debilidades y extensiones específicas relacionadas con la evaluación privada de inversiones.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

**MODELOS BAJO CERTIDUMBRE.** Modelos de dos periodos y sus extensiones. El concepto de valor en la evaluación de inversiones. Determinación de tasas de interés y conceptos relacionados.

#### UNIDAD II

**FUNDAMENTOS DE EVALUACIÓN DE INVERSIONES.** Tasa interna de retorno, pay back y valor presente neto. Determinación del flujo de caja totales e incrementales. Decisiones específicas respecto a tamaño. Problemas de reemplazo y vida económica de un proyecto. Valoración nominal versus valoración real. Relación entre las Técnicas de Evaluación de Inversiones y el Desempeño Financiero de la Empresas.

#### UNIDAD III

**EVALUACIÓN DE INVERSIONES BAJO INCERTIDUMBRE.** Concepto del riesgo con aplicación a la evaluación de proyectos. Análisis de sensibilidad y Punto de equilibrio. Árboles de Decisión en la evaluación de inversiones. Introducción a simulaciones tipo Montecarlo. Sensibilidad de tasas de descuento en la Evaluación de Proyectos.

#### UNIDAD IV

**EFFECTOS SECUNDARIOS RELEVANTES EN LA EVALUACIÓN DE INVERSIONES.** El concepto del valor presente neto ajustado. Interacción de decisiones financieras.

#### UNIDAD V

**EXTENSIÓN EN LA EVALUACIÓN DE INVERSIONES.** Impacto de las finanzas internaciones en evaluación de inversiones. El concepto de Decisiones de Inversión Dinámica: Uso de conceptos básicos de Teoría de opciones aplicada a la Evaluación de Inversiones.



#### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- La metodología pedagógica general a ser utilizada será la constructivista. Combinar técnicas expositivas con discusión de casos y la participación activa de alumnos.
- Aplicación de los Modelos Teóricos a situaciones reales. Profundización de los contenidos y conceptos de la materia: elaboración y Evaluación de Proyectos, poniendo especial énfasis en la realización de la evaluación privada de inversiones en situaciones reales en el sector: servicios, financiero, agropecuario e industrial. La cátedra como uno de sus propósitos principales el de ofrecer orientación y supervisión de los trabajos prácticos relacionados a la materia y efectuados por los alumnos durante el semestre.

#### 5- EVALUACIÓN.

- Evaluaciones Parciales y Finales.
- La evaluación deberá poner especial énfasis en el análisis según criterios de los trabajos prácticos individuales o de grupos de hasta dos integrantes, consistentes en la evaluación privada de inversiones realizadas por empresas de la región en los sectores: agropecuario, industrial, financiero y de servicios.
- La evaluación final podrá consistir por una parte, la defensa de los trabajos prácticos realizados durante el semestre, y por otra, la solución a un caso de inversión privada, presentado como examen.

#### 6- BIBLIOGRAFÍA

- PASCALE, Ricardo. Decisiones Financieras. Pearson Educación. 6° Edición. Argentina, 2009.
- SHERIDAN, Titman y John D. Martin. Valoración. El arte y la ciencia de las decisiones de inversión corporativa. Pearson Prentice Hall. España.
- FREDERIC S. Mishkin. Moneda, banca y mercados financieros. Pearson Educación. 8° Edición. México.
- STANLEY B. Block y Geoffrey A. Hirt. Fundamentos de Administración Financiera. Mc Graw Hill. 12° Edición. México.
- DOUGLAS R. Emery, John D. Finnerty y John D. Stowe. . Fundamentos de Administración Financiera. . Pearson Educación. México.
- BODIE, Zvi y MERTON, Robert C. y VINITZKY, Guillermo M. High Performance. Finanzas y Gestión. Pearson Educación. México 2006.
- GRINBLATT, Mark y TITMAN, Sheridan. Mercados Financieros y Estrategia Empresarial. Mc Graw Hill. 2° Edición. México 2003.
- GITMAN, Lawrence J. y JOEHNK Michel. Fundamentos de Inversiones. 10° Edición. Pearson Educación. México 2009.
- MONDINO, Diana y PÉNDAS, Eugenio – Finanzas para Empresas Competitivas – Conceptos esenciales para decisiones eficientes – Ediciones Granica S.A. – Barcelona, España, 1994.
- BRICEÑO L. Pedro – Administración y Dirección de Proyectos – Mc Graw Hill.
- ZAPAG Chain, Nassir y Reinaldo – Preparación y Evaluación de Proyectos – Editorial Mc Graw Hill – Bogotá, Colombia, 1995.
- VACCA Urbina, Gabriel – Evaluación de Proyectos – Editorial Mc Graw Hill, 2° Edición.
- B.I.D. / ILPES – Manual de Identificación, Preparación y Evaluación de Proyectos- Santiago de Chile.
- KOTLER, Philip – Mercadotecnia. – Prentice Hall.
- BREALEY, R. Y MYERS, S. – Principle of Corporate Finance. – Mc Graw Hill, 4° Edición, 1991.
- BIERMAN, H. Y SMIDT, S. – The Capital Budgeting Decisión. – Maxwell Macmillan Internacional, 1990.
- BRENNAN, M. Y SCHWARTZ, E.- A new approach to evaluating natural resource. The Revolution of Corporate Finance. – Stern and Chew, 1992.
- CLEMEN, R. – Making Hard Decisions. – Duxbury, 1991.
- COPELAND, T. y WESTON, R. – Financial Theory and Corporate Policy. – Addison-Wesley publishing Company, 1988.
- FAMA, E. y MILLER, M. The Theory of Finance. – Dryde Pres, 1972.
- DIXTT, A. y PINDYCK, R. – The option approach to capital investment.- Harvard Business Review, Mayo. – Junio 1995.
- MAQUIEIRA. C. – Modelos alternativas a la ecuación de Fisher: una síntesis. – Estudios de Economía Vol. 19. N° 2, Diciembre 1992.



## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Proyecto de Tesis (Taller)  
**Carrera:** Ingeniería Comercial  
**Código:** 0970-CO  
**Curso:** Quinto  
**Horas Semanales:** 2H.C.

**Mención:** ADM. Y ECON.  
**Pre Req:**  
**Semestre:** Noveno  
**Horas Semestrales:** 36 H.C.

### 2- OBJETIVOS

Al finalizar este Taller el alumno estará capacitado para:

- Identificar, distinguir y evaluar críticamente un conjunto de diseños de investigación pasibles de ser usados para conducir un estudio que se vincule a las preguntas planteadas.
- Discutir en qué formas la investigación propuesta hará una contribución significativa desde el punto de vista del conocimiento o de la aplicación en la gestión.
- Desarrollar proyectos de investigación factibles que finalmente se conviertan en sus Tesis de Grado.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

**DESARROLLO DE UN PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN.** Estructura de un protocolo de investigación. Planteamiento del problema. Definición del tipo de investigación a utilizar en su estudio. Antecedentes. Justificación. Fundamentación de la investigación.

#### UNIDAD II

**DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN A LA CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.** Objetivos de la investigación. La Hipótesis. Concepto. Características de la hipótesis. Fuentes. Funciones. Requisitos. Estructura. Tipos de hipótesis. Construcción de Hipótesis. Determinación de variables. Operacionalización de Variables. Los indicadores. La prueba de hipótesis.

#### UNIDAD III

**DEL ESTADO DEL ARTE A LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PRIMERA PLATAFORMA TEÓRICO-METODOLÓGICA.** Marco teórico referencial y conceptualización. Adopción de teorías. Importancia del Marco Teórico. Finalidad el Marco Teórico. Aspectos Fundamentales del Marco Teórico. Marco Conceptual. Técnicas Metodológicas. Diseño Metodológico de la Investigación. Unidad de análisis. Unidad de Observación. Universo. Muestra. Unidad de muestreo.

#### UNIDAD IV

**DE LA DEFINICIÓN TEÓRICO-METODOLÓGICA A LA FORMULACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.** Técnicas e instrumentos de recolección de la información. Estudio bibliográfico y documental: la búsqueda de material bibliográfico y la elaboración de fichas bibliográficas. Diseño de instrumentos de comprobación. Las fuentes de información documentales y empíricas. Aplicación de la estadística descriptiva e inferencial. Consulta de Bases de Datos Estadísticos. Recursos electrónicos. Bases de datos de revistas científicas. Análisis de los datos cuantitativos y aplicación de procedimientos estadísticos. Calendarización de la investigación. Presupuesto.

#### UNIDAD V

**PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO DE TESIS.** Formato. Borrador. Revisión. Corrección. Presentación.

### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

La modalidad de trabajo es de tipo de taller, sin embargo, las exposiciones resumidas por parte del docente antes de las elaboraciones correspondientes a las unidades programáticas a desarrollar por los estudiantes, constituirán de ayuda para encaminar investigaciones en cuanto a metodología de investigación.

El docente guiará y orientará la elaboración del protocolo de investigación, organizará diferentes tareas, y se encargará del seguimiento de los proyectos de investigación de los alumnos.

El trabajo será una experiencia de investigación, creativa e innovadora que se compartirá periódicamente con los compañeros y el docente.



## 5- EVALUACIÓN

- Evaluaciones parciales y finales.
- Estas evaluaciones deberán sustentarse en los siguientes indicadores:
- Trabajo del estudiante en aula (ejercicios, presentaciones)
- Entregas parciales (Borradores).
- Presentación y desempeño en audiencia.

## 6- BIBLIOGRAFÍA

- ANDER-EGG. Métodos y técnicas de investigación social II. La ciencia: su método y la expresión del conocimiento científico. Editorial Lumen. 1º Edición Bs.As. Lumen 2004.
- PÉREZ SERRANO, Gloria et-al. Modelos de investigación cualitativa. Editorial Narcea. 2º Edición. España 2001.
- CORBETTA, Piergiorgio. “Metodología y técnicas de Investigación Social”. Mc Graw Hill. 1º Edición. España 2007.
- GRANDE ESTEBAN, Ildefonso. Abascal Fernández Elena. “Fundamentos y técnicas de Investigación Comercial”. Editorial Esic. 6º Edición. Madrid 2001.
- ANDERSON, David R .et-al. “Métodos cuantitativos para los negocios”. Internacional Thomson editores. 7ª. Edición. Madrid 2001.
- RÁFALES LAMARCA, Ernesto J. “Metodología de la investigación Técnico - Científica” Editorial Rubiños. España 1993.
- FESTINGER, León. KATZ, Daniel. “Los métodos de investigación en las ciencias sociales”. Edit. PAIDOS. México 1993.
- MUÑOZ, Carlos y BENASSINI, Marcela. Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. Pearson Educación. México 1998.
- HERNÁNDEZ, Sampieri, et-al. Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill. 4º Edición. México 2006.
- ECO, Umberto. Cómo se hace una tesis. 8º Edición. Ediciones Guedisa 2006.

---

## Plan Diferenciado – Mención Economía

### PROGRAMA DE ESTUDIOS

#### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Política Económica.  
**Carrera:** Ingeniería Comercial  
**Código:** 0960-CE  
**Curso:** Quinto  
**Horas Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** ECONOMÍA  
**Pre Req:** 0750-C 0660-C 0760-C  
**Semestre:** Noveno  
**Horas Semestrales:** 72 H.C.

#### 2- OBJETIVOS

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

- Analizar los efectos de los instrumentos de Política Económica: Política Fiscal. Monetaria, Cambiaria y Comercial.
- Aplicar este instrumental a los problemas actuales de la economía del país.

#### 3- CONTENIDOS

##### UNIDAD I

**INTRODUCCIÓN.** Concepto de Política Económica. Evolución histórica. Antecedentes Históricos. En la antigüedad Greco-Romana y en la Alta Edad Media. En la época de la aparición del mercantilismo y del Capitalismo en evolución. En la época del neoliberalismo y de las reformas en el liberalismo ortodoxo. Los conceptos de post-guerra aportes de Keynes y otros. La económica como ciencia.

##### UNIDAD II

**PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA ECONÓMICA.** Ordenamiento sistemático para visualizar etapas universales del proceso. La secuencia general del proceso. Su inclinación y su punto final. Iniciación del proceso: Trasmisión del problema, aceptación, controversia y negociación. Aceptación y definición



del problema. Definición y precisión de los objetivos. Definición, especificación e implementación de los instrumentos. Aplicación y efectos de los instrumentos. Evaluación del proceso y de los resultados después de la aplicación de la aplicación de los instrumentos.

### UNIDAD III

**AGENTES DE LA POLÍTICA.** Sujeto y objeto. Atributos de los agentes de la política económica: imagen o tesis sobre la realidad según el agente, ubicación y posición en un sistema de cada agente; personalidad para influir sobre los demás; ideología de los agentes; información que posee y maneja cada agente. Clases de Agentes: activos y pasivos. Extensión de la clasificación de agentes según sus atributos.

### UNIDAD IV

**OBJETIVOS DE LA POLÍTICA ECONÓMICA.** Características. Clasificación libre de los objetivos fundamentos. Límites inherentes a los objetivos de una determinada política económica. Objetivos comunes en las políticas económicas contemporáneas, pleno empleo, estabilidad de los precios, mejora de la balanza de pagos, expansión de la producción, mejora de la distribución de la renta y de la riqueza, posición del país antes negociaciones financieras internacionales (deuda externa), reducción de la inflación; inserción en el proceso de integración.

Los objetivos según la prioridad nacional: corto, mediano y largo plazo. Objetivos principales, secundarios básicos o intermedios.

### UNIDAD V

**INSTRUMENTOS O MECANISMOS DE ACCIÓN DE LA POLÍTICA ECONOMICA.** Concepto y justificación como expresión de la actitud consensual de la sociedad. Marco referencial para caracterizar a los instrumentos, la cobertura social de planteamiento y objetivos, la capacidad administrativo-técnica y financiera del sujeto, el marco estructural en que se desarrolla el proceso. Clasificación de los instrumentos: Directos e indirectos, de precios y de cantidad, según las restricciones, influyen sobre las intenciones, la capacidad financiera, las posibilidades físicas y de sustitución de agentes.

### UNIDAD VI

**HACIENDA PÚBLICA.** Conceptos justificativos. Objetivos e instrumentos. Las funciones universales de la hacienda pública, gastos e inversiones y utilización de instrumentos del ingreso. Instrumentos del gasto: inversión pública; conceptos y justificación. Subsidios y transferencias de capital, empresa y unidades de consumo. Compras de bienes y servicios, gastos corrientes. Renovación-ampliación o re-asignación de stock del gobierno. Transferencias al resto del mundo. Instrumentos del ingreso: Los tributos como recurso del sujeto. Clasificación económica de los tributos: Proporcionales, progresivos o regresivos en relación al ingreso o a la riqueza. Directos e indirectos. Los tributos comunes o de la riqueza. Directos e indirectos. Los tributos comunes o de mayor aplicación, sobre las rentas, sobre las transacciones. Los derechos de aduana, el impuesto inmobiliario, el impuesto a la sucesión, las transferencias al resto del mundo.

### UNIDAD VII

**POLÍTICA DE CONTROL DIRECTO DE LA ECONOMÍA.** Instrumentos, áreas principales sobre las que recae esta política, del comercio exterior, importaciones y exportaciones, de los precios: máximos y mínimos, de la distribución y la asignación de los recursos y la producción de bienes y servicios. Instrumentos para regular: las empresas privadas, las importaciones de bienes por el estado, las exportaciones de rubros específicos, el movimiento de recurso de los instrumentos: causas y momentos de su aplicación. Instrumentos para afectar precios: precios de los bienes y servicios de consumo masivo. Precios de los bienes y servicios de consumo relativo. Precios del factor trabajo; Mínimos y regímenes libres. Precio de las inversiones realizadas: dividendos. Precios del uso de capital y de ahorro, tasas de interés. Precios coercitivos o políticos. Efectos y duración de los mismos y según el instrumento aplicado. Instrumentos sobre la asignación-promoción de los recursos: instrumentos sobre la asignación-promoción de los recursos: instrumentos para regular el uso de materias primas, nacionales o importadas. Regulaciones para la contratación de la mano de obra en la producción. Control cuantitativo y cualitativo del uso o explotación de recursos naturales. Promoción de las inversiones privadas extranjeras: regímenes especiales de excepción. Racionamiento en producción, la exportación o la importación de bienes. Análisis crítico de la aplicación de los instrumentos mencionados y sus efectos.

### UNIDAD VIII

**INSTRUMENTO DEL AREA CAMBIARIA, MONETARIA Y CREDITICIA.** La tasa de cambio, características. Fijación de tasas por la banca central. Tipos de tasas de cambio: fijo o fluctuante. Único o múltiple. Objetivos que pueden perseguir la aplicación de algunos de ellos sobre la balanza de pagos. El pleno empleo la estabilidad de los precios. La mejora en la distribución de la renta y riqueza. Análisis crítico de cada situación.



El comercio exterior y las tasas de cambio: papel del Banco Central. Área monetaria y crediticia: operaciones de préstamo según el destino o el sujeto pasivo, sector público o empresas privadas. Programa monetario de la banca central. Indicadores del público o empresas privadas. Programa monetario de la banca central. Indicadores del público o empresas privadas. Programa monetario de la banca central. Indicadores del mismo. Operaciones comunes; financiamiento al sistema bancario-financiero (redescuento). Operaciones sobre la deuda existente del gobierno. Consolidación de la deuda. Operaciones sobre el tipo o tasa de interés del sistema financiero. Operaciones sobre la deuda externa. Relación con la política financiera. Control de circulación monetaria, los encajes, retiro de fondos, suspensiones de subsidios, programas supervisados, acción sobre la creación de medios de pagos. Objetivos que puede perseguir la aplicación de algunos de ellos. Estabilidad de los precios, ajuste de la balanza de pagos, expansión de producción, dinamizar el exterior, pleno empleo. Análisis crítico de los casos.

#### UNIDAD IX

**INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL.** Utilización múltiple de instrumentos. Área preferente de aplicación de los instrumentos: importaciones, exportaciones, movimientos de integración. Los derechos aduaneros y medidas de efecto equivalente. Los tipos y tasas de cambio y su adecuación a las transacciones según el caso. El crédito a la producción y sus efectos sobre el vínculo con el exterior. Tipos y tasas de interés para operaciones internacionales: crédito de exportación. Las legislaciones nacionales para promover el comercio de exportación: eliminación de instrumentos restrictivos, margen de preferencia, negociaciones, draw back, admisión temporaria, parques industriales, zonas francas, puertos francos, fletes diferenciales. Medidas administrativas para regular el tráfico internacional: Instrumentos y medios, cuotas o contingentes, permisos previos, certificados de origen, certificados de calidad, certificados sanitarios. Límites en la presentación física Bilateralismo vs, Multilateralismo. Organismos de negociación en el comercio internacional.

#### UNIDAD X

**EL MARCO INSTITUCIONAL DE LA POLÍTICA ECONÓMICA.** Concepto. La definición del marco institucional como expresión del consenso social. Los instrumentos que identifican el marco institucional y que representan: modificación de instrumentos de cantidad: cambios en los instrumentos que afectan la producción, cambios que implican la creación o modificación estructural de organismos internacionales. Modificaciones de instrumentos de cantidad mediante: el sistema de transferencia a los consumidores, el sistema impositivo, el sistema de crédito, el sistema de control directo de la economía. Instrumentos que afectan a la producción: la reforma agraria. El régimen o condiciones de competencia o mercado. La mayor o menor influencia del factor trabajo. En la creación y operación de organismo especializados para Asistencia técnica de la producción. Creación o modificación estructural de organismos intencionales que afectan o limitan las acciones o políticas de los gobiernos. La participación de los gobiernos de la economía internacional. Creación y funcionamiento de organismos tecnológico. Funciones y efectos de los acuerdos multilaterales sobre la definición de políticas económicas y sus instrumentos, en los países miembros acciones y límites de los gobiernos ante: GATT-BID-FMI-BIRE-ALADI-OCDE-MCE.

#### UNIDAD XI

**MARCO POLÍTICO ADMINISTRATIVO.** Características de la organización. Los artífices de la política económica: agentes privados, grupos de presión, parlamentarios, dirigentes políticos. Influencia interior para tomar decisiones sobre determinados problemas. Influencia exterior a partir de los organismos, acuerdo, tratados y vinculaciones con entes políticos, financieros y de asistencia técnica. Grupos de presión. Modalidades de sus gestiones, análisis crítico, práctico. Fuentes y canales de influencia sobre el proceso interno de la elaboración de la PE: financiamiento externo, deuda externa, comercio internacional, negociaciones, etc. Acciones de los países de mayor desarrollo económico en el marco político-administrativo. Las gestiones del Parlamento y su influencia en la orientación de la política económica: aspectos ideológicos, vinculaciones políticas, representatividad.

#### UNIDAD XII

**LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA.** Concepto y antecedente Formas de la cooperación económica internacional en la historia contemporánea. Gradaciones típicas del proceso de integración económica: zona de libre comercio, caracteres e instrumentos más comunes. Unión aduanera, caracteres, instrumentos y limitaciones. Mercado común: caracteres, instrumentos, políticas, comparación con los anteriores inmediatos. Unión económica: caracteres, compromisos políticos: diferencia con los demás procesos. Integración económica y política total: caracteres, aspectos políticos de su instauración, limitaciones. La ALALC: su funcionamiento en el orden comercial-financiero e industrial. La ALADI: sus funcionamiento en el orden comercial-financiero e industrial. La ALADI: sus fundamentos, sus instrumentos de operación, metodología de sus negociaciones. El mercado común europeo: análisis de sus antecedentes, organización, perfeccionamiento y objetivos logrados, la integración económica de América del Sur en el nuevo contexto de la política internacional en el cono sur, MERCOSUR. Antecedentes. El tratado de Asunción. Objetivos. Diferencias con los otros procesos de integración. Disposiciones sobre agricultura,



agricultura, aspectos aduaneros, industriales y laborales. Los aspectos monetarios y financieros. Los acuerdos de créditos y pagos recíprocos. Análisis de la evolución del comercio intrazonal, perspectivas.

### UNIDAD XIII

**POLÍTICA ECONÓMICA PARAGUAYA.** Contenido principal e instrumentos. El derecho económico consagrado en la Constitución Nacional: prioritariamente en sus Art. 94, 95, 101, 104, 107, 109 y Art. 128/32, derechos políticos consagrados en los Art. 117/21 de la Constitución Nacional. La reforma agraria como parte esencial de los derechos económicos: Art. 128/32. La secretaría técnica de Planificación, organismo fundamental de coordinación para la elaboración de la política económica nacional. Instrumentos que la aval y papel protagónico actual, los planes elaborados: las partes del plan. La estrategia de los planes: los instrumentos recomendados. Evaluación de la aplicación de los planes. Participación activa y pasiva de los agentes: la UIP, la FEPRINCO. Las cámaras de comercio. El Consejo Nacional de Comercio Exterior. Principales agentes activos del sector público para las políticas pro áreas: hacienda, producción, agricultura y ganadería, Comercio, crédito, cambios y asuntos monetarios, trabajo y ocupación social.

#### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Clases magistrales, reportes y resúmenes de lecturas, debates, discusiones y estudios de casos y otras técnicas que favorezcan la participación activa y crítica del estudiante en el análisis de los problemas actuales de la economía del país.

#### 5- EVALUACIÓN

- Evaluaciones Parciales y Finales.
- Pruebas orales y escritas. Trabajos prácticos.

#### 6- BIBLIOGRAFÍA

- BALANZA, Bela. Integración económica.
- Constitución Nacional de la República del Paraguay.
- ITURRIOZ, E. Curso de finanzas públicas.
- KIRSCHEN, E. y colaboradores. Política económica contemporánea. Volumen I.
- LESSA, Carlos. Política Económica.
- SIERRA CASTRO, E. Introducción al análisis de política económica.
- TIMBERGEN J. Política Económica. Principios y formulación.
- VINCI, S. Y GRAZIANI A. Problemas y métodos de política económica.

---

## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Econometría II

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 0950-CE

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 3 H. C.

**Mención:** ECONOMÍA

**Pre Req:** 0750-C

**Semestre:** Noveno

**Horas Semestrales:** 54 H.C

### 2- OBJETIVOS

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

- Adquirir conocimientos y práctica de la econometría que le permitan formular modelos econométricos simples y multivariados con base a la teoría económica.
- Estimar los parámetros poblacionales mediante el análisis de regresión y realizar inferencias estadísticas y predicciones.
- Aplicar los correspondientes criterios para corregir los problemas a la violación de los supuestos del modelo de regresión lineal clásico.
- Profundizar y aplicar las técnicas econométricas básicas aprendidas en el curso previo e introducir una variedad de métodos econométricos más avanzados frecuentemente utilizados en economía aplicada. Todos estos métodos deberán ser aplicados utilizando modernos paquetes econométricos.



### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

**ANÁLISIS DE LOS PROBLEMAS DE LA ECONOMETRÍA.** Autocorrelación: definición y naturaleza. Ocurrencia. Efecto de los estimadores. Detección. Medidas remediales. Consecuencias de la Autocorrelación. Heterocedasticidad: definición y naturaleza. Ocurrencia. Efecto de los estimadores. Método de estimación. Enfoques remediales. Multicolinealidad: definición y naturaleza. Efectos en los estimadores y consecuencias prácticas. Detección. Medidas remediales.

#### UNIDAD II

**VARIABLES CON RETRASO.** Modelos con retardos distribuidos. Efectos retardados en un modelo de regresión. Los operadores de retardos y de diferencias. Modelos de retardos finitos no restringidos. Modelos de retardos distribuidos polinomiales. Modelos de retardo geométrico. Estimación por mínimos cuadrados restringidos. Modelos de regresión dinámicos: Mínimos cuadrados no lineales. Estimación de los modelos ARMA Y ARMAX. Vectores Autoregresivos.

#### UNIDAD III

**VARIABLES DUMMY, INDICADORAS O DICOTÓMICAS.** La Naturaleza de la Variables DUMMY. Modelos Ancova: Regresión sobre una variable cuantitativa y una variable cualitativa con dos categorías. Regresión sobre una variable cuantitativa y una variable cualitativas con más de dos clases o categorías. Regresión sobre una variable explicativa cuantitativa y más de una variable cualitativa. Efectos de Interacción. Comparación de dos regresiones. La utilización de las variables DUMMY en el análisis estacional. El Modelos de Probabilidad Lineal (MPL).

#### UNIDAD IV

**MODELOS DE ECUACIONES SIMULTÁNEAS.** Introducción al modelo. El sesgo de método de mínimos cuadrados ordinarios (MCO). El problema de la identificación y la condición de rango. El método de mínimos cuadrados indirectos (MCI). Las variables instrumentales. El método de mínimos cuadrados en dos etapas (MC2E).

#### UNIDAD V

**MODELOS DE SERIES DE TIEMPO Y DATOS EN PANELES.** Introducción. Series de Tiempo Estacionarias y no Estacionarias. Modelos Autoregresivos y de Promedios Móviles. Regresión Espúrea. Medidas de  $R^2$  en las Series de Tiempo. Raíces Unitarias y cointegración. Regresión cointegrada. Modelo de corrección de errores. Modelos para datos en paneles. Introducción. Modelo de Efectos Fijos. Modelo de Efectos Aleatorios. Métodos de Estimación: Mínimos Cuadrados Generalizados y Máxima Verosimilitud

### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Técnicas expositivas para el desarrollo de la teoría enfatizando en aplicaciones específicas del instrumental.
- Realización de tareas por parte de los alumnos en los que se trabajen con datos reales donde se puedan aplicar los conceptos estudiados en clase y permitan aprender a usar un software econométrico. Elaboración de un proyecto que permita al alumno plantearse un problema y utilizar la información estadística y el instrumental desarrollado en el curso para proporcionar las respuestas.

### 5- EVALUACIÓN

- Evaluaciones Parciales y Finales.
- Pruebas escritas. Ejercicios. Proyecto.
- En caso de que la ponderación de las evaluaciones no coincida con lo establecido en el sistema de Evaluación y Promoción el profesor deberá presentar su propuesta para ser considerada por el Departamento Académico al inicio del ciclo lectivo (Semestre).

### 6- BIBLIOGRAFÍA

- Greene, William. Análisis Económicos. 3ª Edición. Prentice Hall, 1998. España.
- Wooldridge, Jeffrey. Introducción a la Econometría- Un enfoque moderno. 2ª Edición. Thompson Editores, 2007. España
- GUJARATI, Damodar. Econometría. 4ª Edición. Mc Graw Hill, 2004. México.
- GUJARATI, Damodar. Principios de Econometría. 3ª Edición. Mc Graw Hill, 2006. España.
- NOVALES, Alfonso. Estadística y Econometría. 1ª Edición. Mc Graw Hill. 1997.
- SALVATORE, Dominick y REAGLE, Derrick. Estadística y Econometría. Mc Graw Hill. 2ª Edición. España, 2002.
- SALVATORE, Dominick. Econometría. Mc Graw Hill. México, 1983.



- BARBANCHO, A.G. Fundamentos y posibilidades de la econometría. Ed. Ariel. Barcelona, España.
- CRAMER, H. Métodos matemáticos de estadística. Edición Aguilar.
- JOHNSTON, J. Econometrics methods. Mc Graw Hill.
- KLEIN, Lawrence, Manual de Econometría. Edición Aguilar.
- MADDALA. G.S. Econometría. Mc Graw Hill.
- NETEER, JHON Y WASSEMSNN, Williams. Fundamentos de estadística. Ed. Continental, México.
- PINDYCK, RUBINFEL. Econometric Models and Economic Forecast. Mc Graw Hill.
- RIOS, SIXTO. Métodos Estadísticos. Ed. Gráficos S.R.L. España.

---

## Plan Diferenciado – Mención Administración

### PROGRAMA DE ESTUDIOS

#### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Administración de Proyectos

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 0980-CA

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** ADM.

**Pre Req:** 0880-C

**Semestre:** Noveno

**Horas Semestrales:** 72 H.C.

#### 2- OBJETIVOS

- Dar a conocer al estudiante la existencia de unas técnicas empresariales que inicialmente se desarrollaron exclusivamente para el manejo del montaje de un proyecto pero que en la actualidad se constituyen en una teoría administrativa avanzada, explicarles su función e importancia.
- Organizar un proyecto de forma que pueda terminarlo con el presupuesto elaborado y dentro del plazo de tiempo fijado.
- Aplicar diferentes métodos de organización de las operaciones.
- Orientar al estudiante para que aprenda a establecer sistemas de supervisión que lo mantengan al día respecto del estado del proyecto.
- El enfoque sistémico con las principales metodologías de estudios de sistemas, resolución, de problemas, investigación operativa, ingeniería de sistemas, ingeniería del valor, ingeniería de políticas y creatividad.

#### 3- CONTENIDOS

##### UNIDAD I

**EL CICLO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.** Fases. Etapas. Pre Inversión. Inversión. Operación. Evaluación. Expost. Gerencia de Proyectos. Administración de la Operación. Horizonte del Proyecto.

##### UNIDAD II

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.** Cuadro situacional. Análisis económico financiero. Precio, producto, plaza, promoción y tecnología. Fuerzas competitivas. Análisis de competencia. Definición del negocio. Formulación estratégica. Organigrama y descripción de resultados de cargo. El personal. Evaluación del desempeño.

##### UNIDAD III

**PRESUPUESTO DEL PROYECTO.** Cronograma. Análisis económico-financiero: Instrumentos. Balance. Cuadro de resultados. Análisis de balance. Flujo de caja. Organización de flujos: - Financiero: flujos de pagos, - Físico: obra civil. Equipamiento. Instalación en general.

##### UNIDAD IV

**PLANIFICACIÓN Y CONTROL A MUY CORTO PLAZO.** Actividades de ejecución y control. Planificación, programación y control de proyectos. Uso de la informática. Métodos y Herramientas de Programación y Control de proyectos. – Barras de GANTT. – Método PERT. – Método CPM.- Método ZOPP.- Construcción de diagramas de redes.



#### UNIDAD V

**ESTIMACIONES Y MÉTRICAS.** Necesidad de efectuar estimaciones. Problemas con las estimaciones. Distintos tipos de métricas. Métricas orientadas al tamaño (LDC). Métricas orientadas a la función (PF). Modelos de estimación de esfuerzo: por etapa de ingeniería de software COCOMO. Métodos de estimación PUTAAN. Por encuestas. Por encuestas. Por extrapolación. Método MSDB. Ajustes a las estimaciones. Factores inflacionantes. Ronda Delphi.

#### UNIDAD VI

**LAS PRECEDENCIAS PARCIALES Y LOS MODOS PROBABILÍSTICOS.** Incertidumbres.

#### UNIDAD VII

**DIRECCIÓN Y LIDERAZGO EN LOS PROYECTOS.** Negociación: Ecuación de la negociación, modelos negociadores. Como solucionar diferencias.

### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Combinar las técnicas expositivas con talleres, discusión y estudios de casos y elaboración de trabajos prácticos, a partir de situaciones reales.

### 5- EVALUACIÓN

- Evaluaciones parciales y finales.
- Pruebas orales y escritas. Presentación de trabajos prácticos.

### 6- BIBLIOGRAFÍA

- PASCALE, Ricardo. Decisiones Financieras. Pearson Educación. 6° Edición. Argentina, 2009.
- SHERIDAN, Titman y John D. Martin. Valoración. El arte y la ciencia de las decisiones de inversión corporativa. Pearson Prentice Hall. España.
- GITMAN, Lawrence J. y JOEHNK Michel. Fundamentos de Inversiones. 10° Edición. Pearson Educación. México 2009.
- BODIE, Zvi y MERTON, Robert C. y VINITZKY, Guillermo M. High Performance. Finanzas y Gestión. Pearson Educación. México 2006.
- GRINBLATT, Mark y TITMAN, Sheridan. Mercados Financieros y Estrategia Empresarial. Mc Graw Hill. 2° Edición. México 2003.
- VAN HORNE, James C. y WACHOWICZ, Jr. John M. Fundamentos de Administración Financiera. 11° Edición. Pearson Educación. México 2002.
- BONSON, Enrique y CORTIJO, Virginia y FLORES, Francisco. Análisis de Estados Financieros. Fundamentos teóricos y casos prácticos. Prentice Hall. España 2009.
- GOULD, F. J. y EPPEN, G. D. y SCHMIDT, C. P. Investigación de Operaciones - en la Ciencia Administrativa. Prentice Hall. México 1992.
- ANDERSON, David y SWEENEY, Dennis J. y WILLIAMS, Thomas A. Introducción a los Modelos Cuantitativos para Administración. Grupo Editorial Iberoamericana. México 1993.
- STANTON William J. y ETZEL Michael J. y WALKER Bruce J. Fundamentos de Marketing. 14° Edición. Mc Graw Hill.
- WINSTON, Wayne L. Investigación de Operaciones. Aplicaciones y Algoritmos. 4° Edición. Thomson.
- TAHA Hamdy A. Investigación de Operaciones. 7° Edición. Pearson Educación. México 2004.
- BACA Urbina, Gabriel. Fundamentos de Ingeniería Económica. 3° Edición. Mc Graw Hill. México 2003.
- BRICEÑO L. Pedro- Administración y Dirección de Proyectos –Edit. Mc. Graw Hill.
- HAYNES, Marion E. Administración de Proyectos, Desde la idea hasta la implantación. Editorial Iberoamérica.
- ZAPAG Chain, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. Colombia, 1995.
- ZAPAG Chain, Nassir. Evaluación de proyectos: no solo una cuestión de números. Editorial Copygraph, 1991.
- ROSBACO. Evaluación de Proyectos. Eudeba.
- MACHUCA, Domínguez José. Dirección de Operaciones: Aspectos tácticos en la producción y los servicios. Mc Graw Hill, 1998.
- BRONSON, Investigación operativa. Prentice Hall.
- MOSKOWITZ. Investigación operativa. Prentice Hall.
- JONES. Introducción a la teoría de la Decisión. RSI.
- MILLER. La estructura de las Decisiones. Herrero.
- PEREZ. Como decidir. Cangallo.
- QUADE. Análisis for public Decisions. North Holland.
- ALDAO Zapiola, Carlos M. La Negociación. Ediciones Macchi.
- GUERRERO. Creatividad. El ateneo.
- ODIORNE. Administración por objetivos. El ateneo.



- BASAGÑA, Eduardo. Administración Financiera. Ediciones Macchi.
- BOHEN Bariy. Software Engineering Economics. Prentice Hall.
- TOM DE Marcos & Timothy Lister. Peopleware. Dorset House.
- PEÑAFIEL Millan, Luis. Programación Lineal. Base Teórica y Aplicaciones Administrativas. Ed. Trillas. México. 1985.
- SALLENAVE, Jean P. Gerencia y Planeación Estratégica. Norma.
- KOTLER. Mercadotecnia. Prentice Hall.
- GEREZ. El Enfoque de Sistemas. Limusa.
- MARIÑO, H. Gerencia de la Calidad Total. Tercer Mundo Editores.

## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Organización y Método

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 0981-CA

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 3 H.C.

**Mención:** ADM.

**Pre Req:** 0561-C

**Semestre:** Noveno

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

### 2- OBJETIVOS

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

- Desarrollar una visión crítico-analítica de la organización de los sistemas y de los métodos.
- Conocer la estructura organizacional para adaptarlos a la realidad ambiental.
- Dominar la metodología básica para diagnosticar e integrar las áreas de la realidad organizacional.
- Interpretar los conocimientos básicos que posibiliten desarrollar una visión crítico-analítica de la organización, de los sistemas y de los métodos.
- Conocer los aspectos básicos de análisis y de desarrollo organizacional, bien como de su control y evaluación.
- Diagnosticar e integrar las áreas de la realidad organizacional, mediante el dominio de la metodología básica.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

**ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL O. Y M.** Antecedentes sobre Organización y Métodos. Concepto. Objetivos e importancia. Estructura y ubicación. Espectro de actividades. Perfil del profesional O y M.

#### UNIDAD II

**METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE ESTUDIOS ORGANIZACIONALES.** Planificación del trabajo. Fases o Etapas del Trabajo. Recolección de datos. Análisis y solución de problemas. Diagramas de causas.

#### UNIDAD III

**DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL.** Concepto y Objetivos. Metodología: Análisis y solución de problemas. Diagramas de causas.

#### UNIDAD IV

**RERESENTACIONES GRÁFICAS.** Organigramas: Concepto, objeto, utilidad. Pautas para su diseño. Tipos de organigramas. Diagramas o Gráficos de secuencia: Concepto y generalidad. Pautas para su diseño. Tipos de flujo gramas.

#### UNIDAD V

**DISEÑOS Y CONTROL DE FORMULARIOS.** Diseño de formularios. Objetivos de los formularios. Control de formularios.

#### UNIDAD VI

**MANUALES ADMINISTRATIVOS.** Concepto. Ventajas y limitaciones. Clasificación. Procedimientos para su elaboración.

#### UNIDAD VII

**TÉCNICAS DE ARCHIVO.** Organización de archivos. Importancia. Sistemas de archivos.



## **UNIDAD VIII**

**ESPACIO EN LAS AREAS DE TRABAJO (LAYOUT).** Concepto y objetivos. Consideraciones generales. Técnicas auxiliares para el estudio del espacio. Planeación de la distribución en el espacio. Ambiente físico. Edificios inteligentes.

### **4- METODOLOGÍA SUGERIDA**

- Clases magistrales, reportes y resúmenes de lecturas, debates, discusiones y estudios de casos y otras técnicas que favorezcan la participación activa y crítica del estudiante en el análisis de los problemas actuales de la economía del país.

### **5- EVALUACIÓN**

- Evaluaciones parciales y final.
- Pruebas orales y escritas. Trabajos prácticos.

### **6- BIBLIOGRAFÍA**

- FLOR ROMERO, Martín. Organización y Proceso Empresariales Editorial Litocolor Asunción, 2000.
- FRANKLIN, Enrique Benjamín. Organización de Empresas Editorial Mc Graw Hill, México, 1998.
- LARDENT, Alberto y otros. Técnicas de Organización Sistemas y Métodos, Editorial Club de Estudios Buenos Aires, 1993.



## Programas de Estudios – Décimo Semestre

### Plan Común

#### PROGRAMA DE ESTUDIOS

##### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Evaluación Social y Ambiental de Proyectos.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 1080-CO

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 4H.C.

**Mención:** COMÚN

**Pre Req:** 0880-C

**Semestre:** Décimo

**Horas Semestrales:** 72H.C.

##### 2- OBJETIVOS

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

- Adquirir capacidad para evaluar socialmente proyectos públicos.
- Desarrollar cierta intuición de utilidad en el trabajo profesional, en la aplicación de los conocimientos de microeconomía.
- Desarrollar la capacidad de análisis requerida en la evaluación social de proyectos.

##### 3- CONTENIDOS

###### UNIDAD I

###### LOS DISTINTOS ESTADOS DE UN PROYECTO.

El proyecto y su ciclo de gestación. La formulación (preparación de proyectos) Evaluación de proyectos (pública vs privada). El perfil de proyectos. El estudio de prefactibilidad. El estudio de factibilidad. La ejecución de proyectos. Las etapas de un proyecto. Evaluación ex post. Definición de evaluación económica y social. La justificación de la evaluación económica y social. La evaluación económica: análisis de eficiencia. La evaluación social: Análisis de eficiencia y equidad.

###### UNIDAD II

###### LA PREPARACIÓN DE PROYECTOS.

Mercado del producto. Tecnología. Mercado del insumo. Localización. Tamaño. Aspectos legales. Momento óptimo. Establecer los objetivos de impacto. Seleccionar las alternativas. Realizar estudios complementarios. Establecer los objetivos de producto. Seleccionar los indicadores. Establecer las metas de impacto y producto. Especificar los supuestos. Diseñar el modelo de focalización. Describir los requerimientos de producción. Elaborar las matrices de alternativas.

###### UNIDAD III

###### ESTUDIOS DE PROYECTOS.

Principios de economía para la evaluación de proyectos. Fundamentos de la evaluación social de proyectos. La evaluación social en ausencia de distorsiones.

###### UNIDAD IV

###### DIFERENCIA ENTRE LA EVALUACIÓN SOCIAL Y PRIVADA DE PROYECTOS.

Evaluación Privada. Beneficios y costos del dueño del proyecto. Evaluación Social. Beneficios y costos para el país. Precios sociales (costo para la sociedad conjunta). Bienes públicos (defensa, justicia, semáforos, etc.) Externalidades (congestión, contaminación, etc.) Rentas monopólicas. Mercados incompletos o inexistentes (información, crédito, etc.)

Redistribución de la riqueza. Similitudes entre decisiones sobre asignación de recursos escasos. Comparación contra una situación base optimizada.

###### UNIDAD V

###### DISTINTOS ENFOQUES; EFICIENCIA Y REDISTRIBUTIVO.

Costos (análisis de la eficiencia). El flujo de costos. Actualización de los costos. Anualización de los costos. Matriz de costos. Análisis de impacto de cada alternativa. Estimar la relación Costo-Impacto. Costo por Unidad de Impacto (CUI). Seleccionar la alternativa. Analizar las diferencias por objetivos. Diferencias en valores relativos. Análisis multicriterio. Identificación, medición y valoración de beneficios y costos. Indicadores para determinar la conveniencia social del proyecto.



#### **UNIDAD VI**

##### **LA UTILIDAD MARGINAL DEL INGRESO.**

#### **UNIDAD VII**

##### **BENEFICIOS PRIVADOS Y SOCIALES DE UN PROYECTO. EN ECONOMÍA CERRADA.**

Medición de Beneficios. Diferentes costos para diferentes decisiones - Diferentes criterios para la decisión de inversiones - Aplicaciones de los criterios de decisión a diferentes problemas

#### **UNIDAD VIII**

##### **COSTOS PRIVADOS Y SOCIALES DE UN PROYECTO EN ECONOMÍA CERRADA.**

Medición de Costos Privados y Sociales.

#### **UNIDAD IX**

##### **APLICACIONES A PROYECTOS DE ELECTRIFICACIÓN DOMICILIARIA, AGUA POTABLE EN ZONAS RURALES.**

#### **UNIDAD X**

##### **BENEFICIOS Y COSTOS SOCIALES Y PRIVADOS E ECONOMÍAS ABIERTAS.**

#### **UNIDAD XI**

##### **LA TASA SOCIAL DE DESCUENTO.**

La tasa social de descuento. Concepto. Ajustes a la tasa de descuento. El descuento intertemporal: justificación. Cálculo de la tasa social de descuento. Sugerencias prácticas para estimar la tasa social de descuento. Criterios de evaluación económica de proyectos. Metodologías alternativas de evaluación económica de proyectos. Algunas consideraciones sobre la evaluación social de proyectos

#### **UNIDAD XII**

##### **EL TIPO DE CAMBIO SOCIAL.**

Tipo de cambio social. Concepto. Ajustes al precio de bienes transables: el precio social de la divisa. El VABSN medible. El precio sombra de las divisas para la evaluación social de proyectos. Los precios sociales y los parámetros nacionales. El precio social de la divisa en ausencia de distorsiones. El precio cuenta de la divisa en presencia de distorsiones. La razón precio social de la divisa. La razón precio social de la divisa y el numerario.

#### **UNIDAD XIII**

##### **EL PRECIO SOCIAL DE LA MANO DE OBRA.**

La mano de obra. Oferta de mano de obra. La demanda por mano de obra. El precio social de mano de obra. Los mercados de mano de obra y el precio social de la MO. El precio social de la mano de obra en presencia de distorsiones. Sugerencias para la estimación del precio social de la MO. Costo social de la mano de obra. Ajustes al precio de la mano de obra.

#### **UNIDAD XIV**

##### **LOS EFECTOS INDIRECTOS.**

Los efectos indirectos de los proyectos, su evaluación y su impacto distributivo.

#### **UNIDAD XV**

##### **APLICACIONES.**

#### **4- METODOLOGÍA SUGERIDA**

- La asignación de recursos es un tema de estudio obligado de los economistas, al igual que dicha asignación a proyectos públicos. Este curso trata precisamente sobre decisiones de inversión, donde se estudiará como evaluar socialmente proyectos públicos, y que incluye la revisión de algunos elementos de preparación de proyectos que proporcione al alumno las informaciones básicas.
- Se dará énfasis a aspectos aplicados orientados al desarrollo de la intuición útil en el trabajo profesional, considerando que no existe una teoría especial sobre evaluación de proyectos. No obstante se deberán hacer los recuentos teóricos pertinentes de tal modo que permitan aplicar directamente los conocimientos de microeconomía a este curso.
- El área de evaluación de proyectos es extensa por lo que no es suficiente aprender aspectos relevantes del tema sólo con el material analizado en las clases. Por esta razón, los estudiantes deberán complementar sus estudios personales con las indicaciones dadas en clase, las que incluirán una lista de lecturas. Con ello se intentará desarrollar la capacidad de análisis requerida en este campo, lo que será especialmente pertinente para aquellos alumnos que les interese esta área como sub-especialización profesional.



## 5- CRITERIO DE EVALUACIÓN

- Evaluaciones parciales y final.
- Pruebas orales y escritas y presentación de un trabajo práctico.

## 6- BIBLIOGRAFÍA

- FONTAINE, Ernesto. Evaluación social de proyectos. Ediciones Universidad Católica, Santiago de Chile, 3ª edición, 1981.
- CASTRO, Raúl Y MOKATE, Karen M. Evaluación económica y social de proyectos de inversión. Ediciones Uniandes Facultad de Economía, Alfaomega colombiana S.A. 2ª Edición. Bogotá, Colombia, 2003.
- HARBERGER. Thee basic postulates of applied welfare economics. Chicago midway Reprint, 1978.
- HARBERGER, on the use of distributional weights in social cost-benefit analysis, JPE, 1978.
- HARBERGER, Basic needs vs distributional weights in social cost-benefit analysis. Economic Development & Cultural Change. Vol. 32, N° 3, Diciembre 1988.
- HARBERGER. On measuring the social opportunity cost of Labor. Cap. 7 de su proyect Evaluación, Collected Papers. The University of Chicago, Press (EEUU) Midway Reprint, 1976. (existe una traducción al español).
- JANSSON, A. Eficiencia y equidad en la evaluación social de proyectos. Universidad de Chile, 1996.
- JANSSON, A. Preparación y evaluación privada y social de proyectos de salud. Universidad de Chile, 1994.
- MAYSHAR, Should Government subsidice risky private: proyects? AER Vol., 67, N° 2, March, 1977.
- MISHAM, Cost benefit analysis. An Informal introducción. Ed. Allen and Unwin, Gran Bretaña, 1982, Capitulo 26.
- ODEPLAN. Inversión pública eficiente. Un continuo desafío. Editado por el Departamento de Inversiones de ODEPLAN, Santiago de Chile, 1990.
- Cuadernos de Economía, Santiago de Chile.
- Sapag, Nasir. Preparación y evaluación de proyectos. Mc Graw Hill.

---

## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Inglés III.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 1081-CO

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 5H.C.

**Mención:** COMÚN.

**Pre Req:** 0381- C

**Semestre:** Décimo

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

### 2- OBJETIVOS

Al finalizar el curso el alumno estará capacitado para :

- Entender y hacerse entender en Inglés a un nivel Pre- intermedio, suficiente para relacionarse usando una amplia gama de términos comerciales,(viajar al extranjero) y comunicarse con un cierto grado de fluidez.
- Habilidad para realizar presentaciones comerciales en Inglés
- Habilidad para preparar y dirigir reuniones en Inglés
- Eficacia y habilidad en la atención telefónica
- Redacción de correspondencia comercial en Inglés, cartas, faxes, etc.
- Adquisición de vocabulario comercial específico: contabilidad, seguros, marketing, etc.
- Comprensión de oraciones y cuentas empresariales.
- Redacción de su CV en Inglés
- Análisis y resumen de textos de negocios, informes etc.
- Consideración de las necesidades personales.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

#### COMPAÑÍAS.

Datos de la compañía, producción, especialización, oficina central, competencia, empleados etc. Gramática: Presente simple. Cómo hacer preguntas educadas. Socialización: Presentarse a sí mismo y a otros. Hacer el contacto.

#### UNIDAD II

#### CONTACTOS

Descripción del trabajo y contactos, participación. Rol específico de la empresa o compañía.



Consultores, clientes etc. Solución de problemas conflictivos.

**Gramática:** Presente Continuo. Cómo decir número telefónicos, y deletrear nombres. Telefonía: Hacer y recibir llamadas telefónicas. Lidar con clientes en crisis.

### **UNIDAD III VISITANTES**

Estructura de la compañía de la que uno está a cargo. Responsables de las ventas y mercadeo, recursos humanos etc. Actividades desarrolladas en los diferentes departamentos.

**Gramática:** Formulación de preguntas. Como dar la bienvenida a visitantes. Presentación: dar información visual.

### **UNIDAD IV NUEVOS PRODUCTOS**

Lanzamiento de nuevos productos, investigación de mercado, pruebas económicas y prácticas de productos. Importancia del aporte brindado por las empresas para las nuevas producciones.

**Gramática:** Pasado simple. Como mostrar interés. Reuniones: Dar/ presentar un reporte.

### **UNIDAD V EMPLEO**

Beneficios del trabajo y empleo. Procedimientos de trabajo, bono anual (aguinaldo) licencia por maternidad, vacaciones pagadas, solicitud, llenado de un formulario.

**Gramática:** Presente perfecto (I). Cómo delegar trabajos. Reuniones: discutir los progresos y avances de una empresa.

### **UNIDAD VI SERVICIO AL CONSUMIDOR**

La satisfacción del cliente. Satisfacer las necesidades de los clientes, atender las denuncias. Responsabilidad en el cumplimiento de las fechas de entrega.

**Gramática:** Comparaciones. Cómo responder a las quejas. Reuniones: pedir y dar opiniones.

### **UNIDAD VII VIAJES**

Registro de equipaje. Salón de espera. Demoras. Facilidades.

**Gramática:** Sustantivos contables y no contables.

Cómo dar un reporte a una recepción de una empresa. Socialización: cómo desarrollar una conversación.

### **UNIDAD VIII REDACCION PRÁCTICA**

Redactar una solicitud de empleo respondiendo a anuncios revistas económicas mensuales o semanales.

## **4- METODOLOGÍA SUGERIDA**

- Se sugiere usar metodología participativa con trabajos individuales, en pareja, grupales etc.
- Las clases pueden hacerse en base a un texto con apoyo audiovisual previéndose actividades prácticas, lecturas y análisis de trozos relacionados con el área de negocios, ejercicios con apoyo computacional, videos y otros.
- Desarrollar con un enfoque que preferencia el uso del vocabulario y las expresiones propias del área de la economía, de tal forma que sea un instrumento efectivo para la comprensión de la información oral y escrita en idioma Inglés. Se sugiere insistir en la traducción de textos e informaciones orales de economía

## **5- EVALUACIÓN**

- Evaluaciones parciales y final.
- Pruebas orales y escritas. Trabajos prácticos.

## **6- BIBLIOGRAFÍA**

- GRANT, David, Hudson Jane. Business resort Pre-intermediate. Editorial Oxford University Press. 2012.
- FRENDON Evan, Mahoney Sean; English for accounting. Editorial: Oxford University Press.
- GUTJAHR, Lothar; Mahoney Sean; English for Sales and Purchasing. Editorial Oxford University Press:
- GORE, Sylee; English for Marketing and Advertising. Editorial: Oxford University Press
- CHAPMAN; Rebecca; English for Emails. Editorial: Oxford University Press
- GRANT, David, Mc Larty Robert. Business Basics. Editorial: Oxford University Press



## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Sistemas de Información Gerencial

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 1082-CO

**Curso:** Quinto

**Horas Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** COMÚN

**Pre Req.:** 0280-C

**Semestre:** Décimo

**Horas Semestrales:** 72 H.C.

### 2- OBJETIVOS

- Preparar al estudiante a comprender el rol que juega la información en la economía y la administración así como a entender el sistema organizacional de los medios de comunicación y su rol en el desarrollo nacional.
- Guiar al alumno a comprender y utilizar los elementos de la comunicación organizacional para el mejoramiento del liderazgo empresarial.
- Proporcionar al alumno los conocimientos y destrezas comunicacionales para hablar en público, organizar reuniones, sesiones aplicadas y seguimientos evaluativos.
- Desarrollar destrezas prácticas en la creación de sistemas informativos personalizados: archivos personales, guías de contactos, red de comunicación local y nacional, organizar una oficina personal.
- Preparar al alumno a adquirir destrezas prácticas de comunicación escrita: notas para la prensa, menús, publicaciones internas, preparación y ejecución de entrevistas a empleados y preparación para ser entrevistados por la prensa.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

**LA INFORMACIÓN Y EL SISTEMA INFORMATIVO EN LA ECONOMÍA.** Nociones de información y de la red informativa de la Internet. El poder económico de los sistemas de la información. La globalización, la masificación (cultura de masas) y la sobre información. El sistema de los medios de comunicación de masas.

#### UNIDAD II

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y GERENCIAL.** Conceptos, tipos y aplicación práctica del liderazgo organizacional. El sistema informativo interno y externo de la empresa moderna. Destrezas de liderazgo aplicadas al sistema comunicacional del manejo de la empresa. Pautas de comunicación/liderazgo aplicadas a la administración empresarial.

#### UNIDAD III

**TECNICAS COMUNICACIONALES.** Cómo hablar efectivamente en público. Cómo organizar y dirigir reuniones y sesiones de estudio y trabajo. Técnicas y dinámicas grupales. Cómo evaluar sesiones de trabajo y actividades relacionadas a las reuniones y sesiones de estudio de la empresa.

#### UNIDAD IV

**SISTEMAS INFORMATIVOS PERSONALIZADOS.** Desarrollar un archivo personal (banco de datos) que incluye guía telefónica con direcciones y contactos (correo, fax, E-mail) con personas y empresas. Desarrollar un sistema de direcciones de sitios de la Red sobre temas, empresas e información general que guarde relación con el trabajo y la empresa, a nivel local, nacional e internacional.

#### UNIDAD V

**TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ESCRITA.** Como escribir notas para los medios de comunicación. Cómo escribir informes internos y menús. Desarrollo y organización de publicaciones internas. Preparación y ejecución de entrevistas a empleados. Preparación personal para entrevistas realizadas por la prensa. Manejo de información confidencial y representación gerencial ante el público y la prensa.

### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Clases expositivas combinadas con dinámica de grupos, juego de roles, exposiciones grupales y retroalimentación continua de los trabajos hechos.

### 5- EVALUACIÓN

- Evaluaciones Parciales y Finales.
- Evaluaciones de trabajos individuales y grupales. Co- evaluación de trabajos de clases.



## 6- BIBLIOGRAFÍA

- MARTIN, David M. Cómo ser un buen Comunicador. Ediciones Folio S. A. Barcelona, 1996.
- KOTLER, P. Mercadotecnia, Ediciones Mc Graw Hill p 595-623, Bogotá, 1991.
- LAMBIN, J.J. Marketing Estratégico, 3ª Edición Mc Graw Hill Madrid, 1995.
- KOONTS, Harold y HEINZ Weihrich. Administración: Una perspectiva Global. 11º Edición, Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., México, 1998.
- ROBBINS, Stephen, Comportamiento Organizacional. Pretice-Hall. Hispanoamericana, México.
- GIBSON, Ivancevich- Dunny. La Organización, Iberoamericana. USA.
- STONER-Freeman- Gilber Jr. Administración, 6º Edición.
- Varias Fuentes personales de procedencia internacional (no disponible en la biblioteca), citados en la Nota de clase entregada a los alumnos.

---

## PROGRAMA DE ESTUDIO

### 1- DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Tesis

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 1070-CO

**Curso:** Quinto

**Horas Cátedras Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** Común

**Pre Req:** 0970-CO

**Semestre:** Décimo

**Total H.C.:** 72 H.C.

### 2- OBJETIVOS

- Orientar en la definición del tema de investigación, en la bibliografía y documentos de apoyo pertinentes en la elaboración de una tesis.
- Formular la articulación entre teoría y metodología.
- Identificar y evaluar una propuesta de Investigación formulada como opción de grado para obtener su título profesional.
- Organizar la presentación oral y escrita de los resultados de la investigación.

### 3- CONTENIDOS

#### UNIDAD I

#### ANÁLISIS DE LA CONGRUENCIA ENTRE TÍTULO, PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS.

Interrelación entre título, pregunta de investigación, hipótesis y objetivos. Análisis de la tesis en el que se verifique la congruencia entre título, pregunta de investigación, hipótesis y objetivos.

#### UNIDAD II

#### DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN.

Qué es y para qué sirve el diseño de investigación. Diferencia de los diseños de investigación cualitativos y cuantitativos. Relación entre la pregunta de investigación y el diseño. La creatividad en la propuesta del diseño de la investigación.

**Diseños de investigación cuantitativos.** Tipos de diseño de investigación cuantitativos. Características, validez interna y externa. Ventajas y desventajas de cada diseño. Aplicación de los elementos revisados al propio protocolo de investigación.

**Diseños de investigación cualitativa.** Tipos de diseños de investigación cualitativa Características, validez interna y externa. Ventajas y desventajas de cada diseño. Aplicación de los elementos revisados al propio protocolo de investigación.

**Diseños de Investigación Mixtos.**

#### UNIDAD III

#### EL MÉTODO Y SUS COMPONENTES.

Participantes. Instrumentos. Procedimiento. Análisis de datos. Consideraciones éticas.

Cuadro comparativo. Aplicación de los elementos revisados al propio protocolo de investigación.

#### UNIDAD IV

#### MUESTREO

Unidad de análisis, universo y muestra. Muestreo en la investigación cualitativa. Muestreo en la investigación cuantitativa. Aplicación de los elementos revisados al propio protocolo de investigación.



#### **UNIDAD V**

##### **SELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS Y/O INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LOS DATOS.**

Análisis de las técnicas utilizadas en el método cuantitativo. Validez y confiabilidad.

Análisis de las técnicas utilizadas en el método cualitativo. Validez y confiabilidad.

Fuentes de información primaria y secundaria. Aplicación de los elementos revisados al propio protocolo de investigación.

#### **UNIDAD VI**

##### **TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.**

Interpretación de los resultados, en secuencia lógica. Cuestiones éticas y problemas de género en el trabajo de campo. Datos numéricos y no numéricos. Estrategias de análisis según tipo de datos. El análisis estadístico: alcances y limitaciones. Selección de estadísticos y de pruebas estadísticas en distintos tipos de estudios. El análisis cualitativo: alcances y limitaciones. Interpretación. Comparación. Triangulación. Aplicación de los elementos revisados al propio protocolo de investigación.

#### **UNIDAD VII**

##### **LA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA Y LOS DOCUMENTOS DE ARCHIVO.**

La rigurosidad metodológica de las Normas APA. Dominio de las técnicas para presentar la bibliografía y las referencias bibliográficas, las citas de diversas fuentes. Documentos visuales y su uso en la investigación. Criterios Gráficos. Apéndices. Aplicación de los elementos revisados al propio protocolo de investigación.

#### **UNIDAD VIII**

##### **PRESENTACION DE LA INVESTIGACIÓN.**

Conclusiones. Presentación de los Resultados. Elementos indispensables de un Informe Final de la Investigación.

#### **4- METODOLOGÍA SUGERIDA**

- Se trata de una materia teórico-práctica que se realizará normalmente en sesiones semanales. Tendrá carácter de laboratorio, donde el alumno realizará ejercicios para aplicar conocimientos adquiridos, ya sea en forma individual o en forma grupal.
- La interacción de los alumnos con la profesora y las actividades individuales constituirá el eje articulador del proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Se considera indispensable enseñar haciendo, por lo que será necesario los alumnos trabajen aspectos pertinentes al Proyecto de Tesis aprobado.
- La profesora será la responsable de guiar, orientar en la producción y análisis del trabajo de tesis (sujeta al reglamento institucional) y colaborando activamente en el proceso de problematización para delimitar los objetos de estudio que servirán de base para el desarrollo de las investigaciones que se realizarán a lo largo del semestre.

#### **5- CRITERIOS DE EVALUACION**

- Conforme al Reglamento Específico de la FCEA y el Manual de Tesis aprobado por el Consejo Directivo.

#### **6- BIBLIOGRAFÍA**

- ANDER-EGG. Métodos y técnicas de investigación social II. La ciencia: su método y la expresión del conocimiento científico. Editorial Lumen. 1º Edición Bs.As. Lumen 2004.
- PÉREZ SERRANO, Gloria et-al. Modelos de investigación cualitativa. Editorial Narcea. 2º Edición. España 2001.
- CORBETTA, Piergiorgio. "Metodología y técnicas de Investigación Social". Mc Graw Hill. 1º Edición. España 2007.
- GRANDE ESTEBAN, Ildefonso. Abascal Fernández Elena. "Fundamentos y técnicas de Investigación Comercial". Editorial Esic. 6º Edición. Madrid 2001.
- ANDERSON, David R. et-al. "Métodos cuantitativos para los negocios". Internacional Thomson editores. 7ª. Edición. Madrid 2001.
- RÁFALES LAMARCA, Ernesto J. "Metodología de la investigación Técnico - Científica" Editorial Rubiños. España 1993.
- FESTINGER, León. KATZ, Daniel. "Los métodos de investigación en las ciencias sociales". Edit. PAIDOS. México 1993.
- MUÑOZ, Carlos y BENASSINI, Marcela. Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. Pearson Educación. México 1998.
- HERNÁNDEZ, Sampieri, et-al. Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill. 4º Edición. México 2006.
- ECO, Umberto. Cómo se hace una tesis. 8º Edición. Ediciones Guadisa 2006.



## Plan Diferenciado – Mención Economía

### PROGRAMA DE ESTUDIO

#### 1- DATOS DE IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Teoría de Juegos

**Carrera:** Ingeniería Comercial

**Código:** 1040-CE

**Curso:** Quinto

**Horas Cátedras Semanales:** 4

**Mención:** Economía

**Pre Req:** 0540-C

**Semestre:** Décimo

**Total H.C.:** 72

#### 2- OBJETIVOS

Al finalizar este programa el alumno estará capacitado para:

- Analizar estrategias basadas en la teoría de los juegos y aplicada a las áreas de administración y economía.

#### 3- CONTENIDOS

##### **UNIDAD I**

**INTRODUCCIÓN.** Presentación. Que es un juego. Los elementos de un juego. Estrategia basada en la teoría de los juegos. El juego de los negocios. Juegos en forma normal y extensiva. El valor del juego y su distribución. Valor agregado. Poder. Casos Nutrasweet. Teléfonos celulares. Estadios de básquetbol. Criterios de decisión bajo incertidumbre. Probabilidad. Utilidad esperada.

##### **UNIDAD II**

**JUEGOS ESTÁTICOS DE INFORMACIÓN COMPLETA:** Juegos de dos jugadores. Juegos de suma constante y variables. Conceptos de solución dominancia. Nash. Juegos de dos jugadores (Continuación). Aplicaciones. Aplicaciones: Especulación y el teorema de la ausencia de intercambio. Juegos de dos jugadores (Continuación). Juegos famosos: el dilema del prisionero, la batalla de los sexos. El valor aleatorio. Estrategias mixtas. Casos: Sears

##### **UNIDAD III**

**JUEGOS SECUENCIALES DINÁMICOS:** Credibilidad. Conceptos de solución: Inducción hacia atrás. Juegos famosos. La paradoja de la cadena de tiendas. Casos Nutrasweet. Credibilidad (Continuación). Conceptos de solución: perfección en subjuegos. Juegos famosos: el ciempiés. Aplicaciones: El contrato de crédito, el razonamiento, las corridas bancarias. Juegos repetidos. El teorema del folclor. Estrategias notables (ojo por ojo, estrategias gatillo). Juegos repetidos. Reputación. Juegos repetidos. Señalización. Hacia una teoría de la transmisión de información en la sociedad. Señalización (continuación). Aplicaciones a estrategias de empresas. Casos Nutrasweet. Nabisco. Señalización (Continuación). Señalización versus escudriñamiento o filtración: el caso de los seguros. Aplicaciones en finanzas, estructura de capital: intermediación. Negociación. (Continuación).

##### **UNIDAD IV**

**JUEGOS ESTÁTICOS DE INFORMACIÓN INCOMPLETA:** Diseño de mecanismos. El principio de revelación (conocer el árbol por sus frutos). Contratos de incentivos (Teoría de agencias). Diseño de mecanismos (continuación). Corrupción. Diseño de mecanismos (Continuación). Discriminación de precios. Diseño de mecanismos (Continuación). Subastas

##### **UNIDAD V**

**LAS LIMITACIONES DE LA TEORÍA DE JUEGOS Y DESARROLLO RECIENTES.** Conocimiento común. El ataque coordinado, las caras pintadas. Racionalidad e irracionalidad, racionalidad limitada. Aprendizaje y Evolución. Juego ficticio. Equilibrio autoconfirmado, equilibrio correlacionado. Estrategias seguras, conscientes y universalmente consistentes. Aprendizaje y Evolución. Equilibrio evolutivo estable. Aprendizaje social, cascadas. Robustez del equilibrio y la bondad de la predicción. La conciencia de estar siempre en un subjuego.

#### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Complementar las técnicas expositivas con reportes y resúmenes de lectura, debates, discusiones y estudios de casos



## 5- CRITERIOS DE EVALUACION

- Evaluaciones parciales y final.
- Pruebas orales y escritas. Trabajos prácticos.

## 6- BIBLIOGRAFÍA

- DIXIT, AVINASH Y BARRY NALEBUFF: “Pensar Estratégicamente: un Arma Decisiva en los Negocios, la Política y la Vida Diaria”. Antoni Bosch. 1992
- GARDNER, ROY: Juegos para Empresarios y Economistas. De Antoni Bosch España, 1996.
- GIBBONS, ROBERT: Un primer Curso de Teoría de Juegos”. Antoni Bosch 1993.
- KREPS, DAVID: Teoría d Juegos y Modelación Económica. Fondo de Cultura Económica. 1994.
- RASMUSE, ERIC Juegos e Información: una Introducción al Teoría de Juegos. Fondo de Cultura Económica. 1996
- BRANDENBURGER. ADAM y BARRY NALEBUFF: “Coopetition”. Currency Doubleday. 1996

---

## Plan Diferenciado – Mención Administración

### PROGRAMA DE ESTUDIOS

#### 1- IDENTIFICACIÓN

**Materia:** Comercialización II  
**Carrera:** Ingeniería Comercial  
**Código:** 1070-CA  
**Curso:** Quinto  
**Horas Semanales:** 4 H.C.

**Mención:** ADMINISTRACIÓN  
**Pre Req.:** 0871-C  
**Semestre:** Décimo  
**Horas Semestrales:** 72 H.C.

#### 2- OBJETIVOS

- Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para comprender las bases del conocimiento y habilidades necesarias para desarrollar una visión estratégica del Marketing.

#### 3- CONTENIDOS

##### UNIDAD I

**LAS FUNCIONES DEL MARKETING EN LA EMPRESA.** El marketing operativo y el marketing estratégico. Las funciones del marketing en la economía. El nuevo entorno del marketing. Nuevas tecnologías, globalización, desregulación de mercados. Fabricar aquí y vender allá. Fabricar y vender allá. Fabricar y vender allá y vender aquí. El nuevo consumidor. Fin del Marketing de Masas. Implicaciones de los nuevos consumidores sobre el marketing. Por un marketing responsable. Del Marketing Internacional al Marketing Global.

##### UNIDAD II

**NECESIDAD, DESEO Y DEMANDA.** Necesidades verdaderas y falsas. Necesidades Absolutas y relativas, necesidades genérica y derivada. Definición de Valor y Satisfacción para el consumidor. Análisis de los mercados de negocios y de la conducta del comprador empresarial. Mercados Institucionales y Gubernamentales. Motivaciones del cliente industrial. La demanda derivada. Proceso y decisión de compra del cliente industrial.

##### UNIDAD III

**SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.** Análisis de las necesidades a través de la segmentación. Segmentación de mercados de consumo y empresariales. Macro y Micro segmentación. Requerimientos para una segmentación eficaz. Segmentación Vincular: concepto. Segmentación por vínculos y Mapa de Posicionamientos vinculares.

##### UNIDAD IV

**DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO.** Diferenciación del Producto. Diferenciación de Servicios. Diferenciación del Personal. Diferenciación de la Imagen. Desarrollo de una estrategia de posicionamiento. Procedimiento de selección de un posicionamiento. El mapa de Posicionamiento (MAPOS). Segmentación Internacional.



#### UNIDAD V

**ANÁLISIS DEL ATRACTIVO DE MERCADO.** Cuantificación y pronósticos de la demanda de mercado. Principales conceptos en el análisis de la demanda. Estimación de la demanda actual. Estimación de la demanda futura. La demanda de un bien de consumo. La demanda de un bien de consumo perecedero no unido y unido al uso de un equipo. La demanda de un bien de consumo duradero. La demanda del primer equipo y la demanda de reposición. La demanda de servicios. La demanda de bienes industriales.

#### UNIDAD VI

**CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.** Demanda/Tecnología del ciclo de vida. Ciclos de vida de la categoría del producto, de la forma del producto y de la marca. Estrategias para cada etapa. Introducción, Crecimiento, Madurez, Declinación. Etapas en la evolución del mercado. Dinámica de la competencia en cuanto a atributos.

#### UNIDAD VII

**EL ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA.** Ventaja Competitiva y Ventaja Diferencial. Ventaja competitiva interna y externa. Las cinco fuerzas competitivas. Análisis de las situaciones competitivas: Competencia pura o perfecta, oligopolio, competencia monopolística o imperfecta y monopolio. Características y Comportamientos competitivos de cada una.

#### UNIDAD VIII

**ANÁLISIS DE LA CARTERA DE ACTIVIDADES.** El Matriz crecimiento-cuota relativo de mercado (BCG): Topología de Productos. Diagnóstico de cartera de productos. Elección de estrategia. Limitaciones. La Matriz de atractivo-competitividad: Desarrollo e interpretación de la matriz multi-criterios. Elección de una estrategia. Evaluación de la matriz. Limitaciones. La matriz de portafolio (MAPORT). La dimensión del atractivo de mercado. El perfil del desempeño. Definición del Impulso Estratégico. Características distintivas básicas Maport.

#### UNIDAD IX

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING.** Las estrategias básicas o genéricas. Las estrategias de crecimiento: intensivo, integración o diversificación. Estrategias competitivas del Líder de mercado. Del retardo. Del seguidor. Del especialista. Estrategias para el mercado global.

#### UNIDAD X

**LANZAMIENTOS DE NUEVOS PRODUCTOS.** Disposiciones eficaces. Generación de Ideas. Técnicas para la generación de la Idea. Filtrado. Instrumentos de clasificación Idea-Producto. Desarrollo y pruebas de mercado del producto. Plan de marketing de lanzamiento del nuevo producto. Decisiones sobre la marca. Concepto sobre la marca. Decisiones sobre estrategias de marca. Decisiones de empaque y etiquetado.

#### UNIDAD XI

**DECISIONES ESTRATÉGICAS DE DISTRIBUCIÓN.** Las estrategias de cobertura del mercado: La distribución intensiva. La distribución selectiva. La distribución exclusiva y la franquicia. Las estrategias de comunicación frente a los intermediarios. La estrategia de presión (Push). La estrategia de aspiración (Pull). El análisis de costos en la distribución: canales directos e indirectos, costos y largos. El Marketing estratégico del distribuidor. Los cambios del entorno. Las estrategias de diferenciación del distribuidor. Las estrategias de entrada a mercado extranjeros.

#### UNIDAD XII

**DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS PARA FIJAR PRECIOS.** Cómo se fijan los precios. Selección del objetivo de la fijación del precio. Determinación de la demanda. Estimación de costos. Análisis de los precios. Costos y ofertas de la competencia. Adaptación del precio: área geográfica. Descuentos y rebajas, precios promocionales. Fijación de precios discriminatorios. Estrategias de precio de lanzamiento de nuevo producto. Inicio de rebajas en precios. Inicio de incremento de precios. Reacciones de los consumidores, de la competencia. Reacciones ante los cambios en precios.

#### UNIDAD XIII

**DECISIONES ESTRATÉGICAS DE COMUNICACIÓN.** El proceso de comunicación. Pasos para el desarrollo de comunicaciones eficaces. Determinación de los objetivos. Diseño del mensaje. Selección de los canales de comunicación. Establecimiento de los objetivos de publicidad. Decisión acerca del presupuesto y mensajes de publicidad. Decisiones relativas a los medios. Evaluación de la eficacia.

#### UNIDAD XIV

**EL PLAN DE MARKETING.** Planes que debería desarrollar una empresa. Naturaleza y contenido de un Plan de Marketing. Contenido de una auditoria de marketing estratégico.



#### 4- METODOLOGÍA SUGERIDA

- Las clases se desarrollarán con la guía y coordinación del profesor y la participación activa de alumnos.
- Las clases serán complementadas con investigación bibliográfica, lecturas, debates, discusiones. Estudio de casos para la aplicación de contenidos del curso para la identificación y solución de problemas en organizaciones y empresas.

#### 5- EVALUACIÓN

- Dos evaluaciones parciales y un examen final.
- Elaboración y presentación de casos prácticos y trabajos de investigación.
- Pruebas orales y escritas.

#### 6- BIBLIOGRAFÍA

- MULLINS, John. WALKER, Orville. BOYD, Harper y LARRÉCHE, Jean Claude. Administración de Marketing. 5ta Edición. Mc Graw Hill. México 2006.
- STANTON, Willian. ETZEL, Michael y WALKER, Bruce. Fundamentos de Marketing. 14ta. Mc Graw. Hill. México 2007.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing, 8va Edición, Prentice Hall.
- LAMBIN Jean Jacques, Marketing Estratégico, 3ra Edición, Mac Graw Hill.
- KOTLER, Philip, El Marketing: Cómo crear, ganar y dominar los mercados, Edición Paidós, 1999.
- BREU ROJAS Rubén, Marketing para los que deciden, Método Vincular, Ed. Macchi 3ra Edición.
- LEVY Alberto, Estrategia de Acción, Edición Macchi.
- PORTER Michael, Estrategia Competitiva, Cía Editorial Continental 21º Edición.
- STANTON, Etzel & Walter, Fundamentos de Marketing, Mc Graw Hill 9na Edición.

#### Lectura Recomendada.

- Compitiendo por el Futuro, G. Hamel & C. K. Prahalad. Ed. Ariel 1995.
- La promesa de la marca, Alberto Wilensky. Temas Grupo Editorial, 2da Edición, 1998.