



PROGRAMA DE ESTUDIOS

SISTEMAS DE INFORMACIONES ADMINISTRATIVAS

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de formación	Profesional
Código	5461
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	75
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	2 horas reloj Teóricas: 1 prácticas: 1
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

Sistemas de Informaciones Administrativas es una asignatura que contiene conceptos, técnicas, metodologías y herramientas que favorecen la necesaria comunicación correcta dentro de una empresa.

2.2. Objetivo general del programa

La asignatura Sistemas de Informaciones Administrativas tiene como objetivo aportar capacidades de crear, evaluar, perfeccionar sistemas de información y comunicación.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Establece relación de los objetivos organizacionales y con los sistemas de información.
- Determina necesidades, tipos y volúmenes de información requeridos para tomar decisiones en forma adecuada, y confiable.
- Describe enfoques diversos en el proceso de desarrollo e implementación de los sistemas de información.
- Aplica conocimientos adquiridos de los sistemas de información administrativa en casos reales como trabajos prácticos.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - CONCEPTO DE SISTEMAS Y CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

Concepto de sistemas y Ciencia de la Administración aspectos fundamentales de la teoría del sistema de información administrativa. Qué es un sistema? Clasificación de los sistemas. Conceptos de sistemas. Teoría General de Sistemas. Enfoque de sistemas en la solución de problemas. Ciencia de la administración y sistemas. Uso de modelos para analizar las características de los sistemas. Construcción de modelos. Simulación.



UNIDAD II - EL SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN

El sistema de información para la Administración. Evolución del sistema de información para la Administración. Anatomía de un sistema de información para la Administración. El objetivo de un sistema de información para la Administración.

UNIDAD III - ADMINISTRACIÓN EN EL SISTEMA DE LA ORGANIZACIÓN

Administración en el sistema de la organización. Modelo clásico de la Administración y organización. La perspectiva de sistemas sobre la organización y la Administración. Estructura de la organización. Sistema de proceso. Sub- Sistema de información para sistemas de administración. Aplicación del comportamiento organizacional al sistema de información administrativa.

UNIDAD IV - INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Información y comunicación. Significado de la información. Atributos de la información. Búsqueda de las informaciones. Significado de los "Datos". Ciclo de vida de los datos. Estructura de los Datos. Comunicación. EL modelo de la comunicación. El hombre como procesador de información. Medición de la información. Procesamiento de la información y diseño organizacional.

UNIDAD V - PLANEACIÓN CON EL SISTEMA DE INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA

Planeación con el sistema de información administrativa. Necesidad de la planeación. Características afines de los planes. Creación de estrategias. Función del sistema de información administrativa en la creación de estrategias. Función del sistema de información administrativa en las decisiones de planeación estratégica. De los planes estratégicos a los planes a corto plazo.

UNIDAD VI - CONTROL MEDIANTE EL SISTEMA DE INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA

Control mediante el sistema de información administrativa. Definición de control. Control de Sistemas por la Gerencia. Conceptos básicos de control. Control y organización. Economía del sistema de información administrativa para el control. Aplicación del control gerencial mediante el sistema de información administrativa. Auditoría de operaciones. Control y auditorías contables.

UNIDAD VII - DESARROLLO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA

Desarrollo del sistema de información administrativa. Necesidad de la planeación de sistemas. Objetivos de la planeación con el sistema de información administrativa. Planeación estratégica del sistema de información administrativa. El ciclo de vida del sistema de información administrativa. Planeación de proyectos con el sistema de información administrativa. Técnicas de la planeación de proyectos. Informes y control. Enfoque basado en prototipos. Frente a enfoques basados en el ciclo de vida.

UNIDAD VIII - TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE DESARROLLO DE SISTEMAS

Técnicas e instrumentos de desarrollo de sistemas. Técnicas de redes de la ruta crítica para la planeación y el control de proyectos. Búsqueda de información. Análisis de la estación de trabajo. Diseño estructurado. Diagrama de flujo. Tablas de decisión. Clasificación y codificación. Procedimientos funcionales. Simulación.



UNIDAD IX - FORMAS E INFORMES DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA

Formas e informes. Objetivos de las formas. Las formas como parte integral del diseño de sistemas. Establecimiento de un Programa de administración de formas. Análisis de formas. Diseño de formas. Período de conservación. Naturaleza de los informes en los sistemas de información. Estructuración de un sistema de informes para el sistema de información administrativa. Necesidades de informes externos. Distribución y restricciones.

UNIDAD X - TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN

Técnicas estadísticas para sistemas de información para la administración. Medición. Base para los análisis estadísticos. Aplicaciones generales del método estadístico. Otros campos de aplicación. La pregunta crítica de la administración. Cuáles son las probabilidades? La curva normal. Diseño para la toma de decisiones. Técnicas e instrumentos específicos de estadística. Método de utilización del muestreo del trabajo.

UNIDAD XI - PROCESAMIENTO AUTOMÁTICO DE DATOS DE INFORMACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN

Procesamiento automático de datos de información para la administración. Datos y procesamiento de datos. Transición de las computadoras electrónicas. La computadora como instrumento para la administración. Fisiología de la computadora. Programación de la computadora electrónica. El sistema del tiempo compartido.

UNIDAD XII - EL SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN AUTOMATIZADA

El sistema de información para la administración automatizada. Punto de vista de la gerencia. Agregados de datos. El programador. Archivo de datos. Programa de la computadora. Registros estructurados. La base de datos. Programas administrados de los datos. Administrador de la base de datos. Arreglos físicos y lógicos de la base de datos. Seguridad y privarí. Ingredientes principales de un sistema administrativo automatizado. Estudio de un caso de sistema administrativo automatizado.

2.5. Estrategias metodológicas

La asignatura se desarrollará de manera teórica, en clases magistrales, mediante la exposición, debates y conclusiones y de manera práctica a través de demostraciones, diseños de proyectos, simulaciones, estudios y trabajos grupales e individuales.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y de producto. Los procesos evaluativos se desarrollarán durante la realización de contenidos en diferentes actividades a los cuales se les asignarán puntajes consensuados en clase, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.

2.7. Criterios de evaluación

- Cognitivo: se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.



- Discursivo: este criterio obedece a capacidades de diálogo y expresión con el otro, de argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos.
- Aplicativo: este criterio responde a capacidades desarrolladas para el planeamiento, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en principios y teorías, analizadas durante el curso.
- Actitudinal: durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso con relación a su propio proceso de formación de sus habilidades para el trabajo individual y grupal, además de la práctica de la vida ciudadana, del cuidado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos.

2.8. Bibliografía

Básica

- Robert G. Murdick, John C. Munson, "Sistemas de Información Administrativa — Editorial Prentice—Hall Hispanoamericana S.A., Segunda Edición.
- William A. Bocchino, "Sistemas de Información Administrativa", Editorial Trillas, Segunda Edición.
- Administración de los Sistemas de Información. Organización y Tecnología. (3ª ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

Complementaria

- Del Moral, Anselmo; Pazos, Juan; Rodríguez, Esteban; Rodríguez–Patón, Alfonso y Suarez, Sonia. (2007). *Gestión del Conocimiento*. Madrid: Thompson.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

COMERCIALIZACIÓN I

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de formación	Profesional
Código	5462
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	75
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	2 horas reloj Teóricas: 1 Prácticas: 1
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Comercialización I tiene como objetivo la de ayudar a los estudiantes a aprender los conceptos y prácticas básicas de dicha especialidad, de manera agradable y práctica. Si bien la Mercadotecnia está en todas partes y todos necesitamos saber algo de ella, a la mayoría de los estudiantes les sorprende darse cuenta de que está tan generalizada. No solo los fabricantes, los detallistas y los mayoristas la utilizan, sino también otros individuos y organizaciones. Abogados, contadores y médicos se sirven de ella para organizar la demanda de los servicios que prestan; lo mismo sucede con hospitales, museos, y grupos de artistas. No hay político en busca de votos ni centro de recreo en busca de vacacionistas que no desarrolle e instrumente planes de la Comercialización.

El personal de todos los niveles necesita saber cómo definir y segmentar un mercado y como desarrollar productos y servicios necesarios en los mercados meta elegidos. Deben saber cómo fijar los precios de lo que se ofrecen para que sea atractivo y esté al alcance de los clientes y cómo elegir los intermediarios.

2.2. Objetivo general del programa

- La asignatura Comercialización I propone que los estudiantes necesitan saber cómo definir y segmentar un mercado, como desarrollar productos y servicios necesarios en los mercados meta elegidos. Deben saber cómo fijar los precios, como elegir a los intermediarios para que sea atractivo y esté al alcance de los clientes.
- Además, necesitan saber cómo publicar y promocionar productos, para que el consumidor los conozca y los desee; los profesionales formados en comercialización, requieren una amplia gama de habilidades para conocer y satisfacer las necesidades del consumidor.



- Los estudiantes de esta materia en su papel de ciudadanos y consumidores también deben conocer las técnicas de mercadeo, pues si alguien trata de venderles algo, deben reconocer los métodos que el vendedor utiliza.
- Cuando los alumnos ingresen al mercado laboral, tendrán que realizar “investigaciones de mercados y mercadeos” para dar desarrollo a las mejores oportunidades y lograr el mejor método, para “venderse” a los posibles empleadores. Los estudiantes, pondrán en práctica en mercadotecnia como integrantes de conocedor de las técnicas de las ventas, en establecimientos de mercadeos de diversos volúmenes; en la publicidad, en la investigación o en cualquiera de las muchas especialidades de la mercadotecnia.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Conoce las Técnicas de Investigación de mercado.
- Aplica técnicas y procedimientos de investigación de mercado más apropiados.
- Identifica los segmentos de mercado más atractivos por su rentabilidad.
- Utiliza técnicas de Publicidad y Promoción para hacer conocer a los consumidores potenciales de las bondades del producto a comercializar.
- Ingresa en el mundo de las ventas utilizando las estrategias y tácticas de ventas.
- Monitorea y da seguimiento en la aplicación de casos prácticos de las ventas en general y en especial de las postventas.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - FUNDAMENTOS SOCIALES DE LA COMERCIALIZACIÓN: LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES HUMANAS

¿Qué es la comercialización? Necesidades. Deseos. Demanda. Producto. Intercambio. Transacciones. Mercado. Comercialización. Administración de la Comercialización. Enfoque de la Administración de la Comercialización: El concepto de producción, el concepto de producto, el concepto de venta, el concepto de comercialización. El concepto de comercialización social. Objetivos del sistema de Mercadotecnia: Maximización del Consumo. Maximización de la satisfacción del consumidor. Maximización de la selección. Maximización de la calidad de vida. La rápida adopción de la comercialización: en el ámbito internacional. En el ámbito institucional.

UNIDAD II - EL AMBIENTE DE COMERCIALIZACIÓN

El micro ambiente de la empresa: La empresa. Proveedores. Intermediarios de la Comercialización. Clientes. Competidores Públicos. El Macro ambiente de la Empresa: ambiente demográfico. Ambiente económico. Ambiente natural. Ambiente Tecnológico. Ambiente Político. Ambiente Cultural Respuesta al ambiente de comercialización. Factores ambientales que influyen en la adopción del concepto de Comercialización. Condiciones de organización. Condiciones de organización que preceden a la adopción del concepto de comercialización. Conclusión- El concepto de Comercialización.



UNIDAD III - EL ENTORNO DE LA COMERCIALIZACIÓN

El entorno Económico: El ciclo de la Empresa. El ciclo de vida del producto. Desarrollo del Producto. Pruebas de mercado. Análisis comercial. Influencias en la Comercialización. El entorno competitivo: La Competencia. La generación de nuevas Ideas. La Creatividad. El Emprendedor. Filtrado de ideas. Desarrollo de la Creatividad. Tecnología. Aceleración del desarrollo de un nuevo producto. El entorno sociocultural. Político y legal: Valores culturales. Ética de la Comercialización. La responsabilidad social de la Comercialización. Monitoria. Concepto. Influencias Políticas y legales en la Comercialización. Estrategias sobre las etapas del ciclo de vida del Producto: Monitoria del entorno. Utilización de la Monitoria en las diversas Etapas de la Comercialización. Etapa de introducción. Etapa de crecimiento. Etapa de madurez. Etapa de declinación. Trabajos en grupos: Juegos de astucias para nuevos productos.

UNIDAD IV - SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

El Sistema de Información de Comercialización. Evaluación de las necesidades de información. Desarrollo de la información: Registros internos. Información de mercado. El proceso de investigación de mercados. Análisis de la información. Distribución de la información. Información sobre el mercado: El Estado de Pérdidas y Ganancias y las Tasas de Operación. Otras proporciones analíticas. Análisis de la Ventas. Investigación de mercados.

UNIDAD V - LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y EL PAPEL DE LA COMERCIALIZACIÓN EN UNA EMPRESA

Panorama General de la Planeación: Beneficios de la PLANEACIÓN. Tipos de planes. Planeación Estratégica: Definición de la misión de la empresa. Diseño de los objetivos y las metas de una empresa. El diseño cartera de negocios. Planeación de las estrategias funcionales. El Proceso de Administración de la comercialización: Los consumidores meta. Desarrollo de la mezcla de comercialización. El ambiente de la comercialización.

UNIDAD VI - PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROL DE LOS PROGRAMAS DE COMERCIALIZACIÓN

Planeación de la comercialización: resumen ejecutivo. Situación actual del mercado. Riesgos y oportunidades. Objetivos y problemas. Estrategias de Comercialización. Programas de acción. Presupuesto. Controles. Ejecución: Los porqués de una ejecución deficiente. El proceso de ejecución. Organización del departamento de comercialización: Organización funcional. Organización geográfica. Organización de la Gerencia del producto. Organización de la Gerencia del Mercado. Control de la Comercialización: Control del plan actual. Control de rentabilidad. Control estratégico.



UNIDAD VII - MERCADOS DE CONSUMIDORES Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

Modelo de Comportamiento del Consumidor. Características personales que influyen en el Comportamiento del Consumidor: Factores culturales. Factores sociales. Factores personales. Factores psicológicos, El Proceso de Decisión de Compra: Reconocimiento del problema. Búsqueda de información. Evaluación de alternativas. Decisión de compra. Comportamiento posterior a la compra. Proceso de Decisión de Compra de Nuevos Productos: Etapas del proceso de adopción. Diferencias individuales respecto a las innovaciones. Papel de la influencia personal. Influencia de las características del producto en el ritmo de adopción.

UNIDAD VIII - PRODUCTORES, INTERMEDIARIOS Y AGENCIAS FACILITADORAS

Algunas definiciones importantes. Productores. Agencias facilitadoras de comercialización. Clasificación de los comercios mayoristas. Comerciante mayorista: Clasificación de los comerciantes mayoristas.

UNIDAD IX - AGENTES INTERMEDIARIOS

Corredores. Comisionistas. Agentes de Fábrica (Agentes Industriales). Agentes de Ventas. Compradores Residentes. Compañías de Almoneda. Otros Agentes. Detallistas de casa en casa e independientes: Venta de Casa en Casa. Establecimientos detallistas Independientes.

UNIDAD X - LOS GRANDES DETALLISTAS INTEGRADOS

Empresas que venden por correo. Tiendas de Departamentos. Sistemas de Tiendas en Cadena. Cooperativas: Cooperativas de Detallistas. Grupos Patrocinados por Mayoristas. Cooperativas de Consumo. Otras instituciones y etapas evolutivas del comercio detallista: Supermercados. Almacenes de descuento. Ventas autorizadas. La hipótesis de la "Rueda" en el Comercio al detalle. Centros Comerciales.

UNIDAD XI - SELECCIÓN DEL MERCADO META

Desarrollo de una estrategia de mercado meta: Definición del mercado relevante, Análisis de las características y necesidades de los clientes potenciales. Identificación de las bases para segmentar el mercado. Análisis de la posición del competidor. Evaluación de los segmentos de mercado. Selección de los segmentos del mercado. Conclusión de las mezclas de comercialización. Pronóstico de ventas: Potenciales y pronósticos. Estimación del potencial de mercado y de ventas. Desarrollo del pronóstico de ventas. Resumen y perspectivas.

UNIDAD XII - COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS Y COMERCIALIZACIÓN NO LUCRATIVA

Crecimiento en los servicios y en la comercialización de servicios. Opciones de selección para los servicios. Competencia no tradicional. Características especiales de los servicios. Intangibilidad. Carácter perecedero. Producción y consumo simultáneo. Falta de regulación, Consecuencias de la evaluación de servicio. Respuestas estratégicas a las características de servicio. Comercialización de relaciones: Ventajas de las relaciones de membresía. Creación de las relaciones de membresía. Personalización del servicio, La Comercialización en organizaciones no lucrativas: Objetivo de la comercialización no lucrativa. Aspectos únicos de la comercialización no lucrativa.



2.5. Estrategias metodológicas

Las clases presenciales integraran desarrollo teórico y práctico, mediante estrategias como la exposición dialogada, las lecturas y tareas dirigidas, y los talleres de trabajo desarrollados con casos reales como estímulos, buscando soluciones prácticas.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y logros como producto. Los procesos evaluativos se centrarán en verificar las evidencias de desempeño (capacidades logradas) según los criterios preestablecidos en la definición de objetivos (aprendizajes esperados) de cada unidad. La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativo, los cuales servirán para la acumulación de puntajes de cada etapa, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Del portafolio de evidencias se deducirá los logros esperados. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.

2.7. Criterios de evaluación

- Cognitivo: se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, concluir e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.
- Discursivo: éste obedece a las capacidades de diálogo y expresión con el otro, argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre las inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos en la guía.
- Aplicativo: éste obedece a las capacidades para la planeación, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en las teorías analizadas durante el curso.
- Actitudinal: durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso, con relación a su proceso de formación en habilidades para el trabajo individual y grupal.

2.8. Bibliografía

Básica

- KOTLER, Philip — ARMSTRONG, Gary. — Fundamentos de Mercadotecnia. Segunda Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamérica.
- KOTLER, Philip — ARMSTRONG, Gary. (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica. Decimoprimer Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamérica.
- SCHOELL William F. — GILTINAN, Joseph P. (1991). Mercadotecnia— Conceptos y Prácticas Modernas. Tercera Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamérica.
- STILL, Richard R. — CUNDIFF, Edward W. — Fundamentos Esenciales de Mercadotecnia. Segunda Edición. Editorial Centro Regional de Ayuda Técnica. México / Buenos Aires.

Complementaria

- Schoell Gultinan, William. (1991). *Mercadotecnia*. México.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

INFORMÁTICA

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de formación	Básica
Código	5463
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	100
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	3 horas reloj Teóricas: 2 Prácticas: 1
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La Informática en general y específicamente las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un factor de vital importancia en la transformación de la nueva economía global y en los rápidos cambios que ocurren en la sociedad. En la última década, las nuevas herramientas tecnológicas de la información y la comunicación han producido un profundo cambio en la manera en que los individuos se comunican e interactúan en el ámbito de los negocios, y han provocado cambios significativos en la industria, la agricultura, la medicina, el comercio, la ingeniería y otros campos. Con la asignatura Informática los alumnos serán capaces de poseer un amplio conocimiento sobre los componentes más esenciales en cuanto al ámbito de la administración de empresas empleando a las TIC como aliadas en busca de obtener beneficios y resultados para la empresa. Además se busca sistematizar todas estas variables trascendentales, a los efectos de brindar al futuro administrador las herramientas teóricas y prácticas que ajusten su gestión a las exigencias técnicas del actual mundo empresarial.

2.2. Objetivo general del programa

El alumno será capaz de emplear las herramientas tecnológicas de información y comunicación como un instrumento para su formación educativa y profesional.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Fija las bases de la disciplina Informática para que los conocimientos y procedimientos aprendidos tengan oportunamente aplicaciones adecuadas
- Reconoce la computadora como herramienta de la informática, así como los componentes básicos que los conforman.
- Conoce partes componentes de un sistema informático y las partes de un computador.



- Comprende la forma en que un sistema de procesamiento puede aceptar datos, procesarlos y producir resultados.
- Realiza labores con utilitarios básicos de ofimática y ser capaz de procesar información básica en una computadora.
- Realiza búsquedas en Internet y elegir los mecanismos más eficientes de selección de la información.
- Determina tareas propias de profesionales de la informática y sus implicancias legales asociados al uso de tecnologías.
- Diferencia Software y Hardware y sus características técnicas.
- Comprende y aplica métodos de aprendizaje basadas en el e-Learning.
- Aplica conceptos de computación en la nube dentro del ambiente empresarial.
- Conoce y aplica los nuevos conceptos de Benchmarking empresarial.
- Conoce los nuevos paradigmas sobre la revolución de las redes sociales, redes móviles y las nuevas técnicas de comercio y marketing digital.
- Utiliza herramientas de apoyo en la toma de decisiones.
- Valora el uso de bibliotecas virtuales.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA

Concepto de: Informática. Computadora. Procesamiento de datos. Datos. Información. Tecnología Informática. Origen. Elementos. Tratamiento de la Información. Antecedentes e Historia de la Computadora. Generaciones de Computadora. Impacto social de la informática: En las personas. En las organizaciones.

UNIDAD II - HARDWARE DE COMPUTADORAS

Concepto. Componentes. Unidad Central de Procesamiento. Unidad de Control. Unidad Aritmética y Lógica. Memoria Principal. Clasificación de las computadoras: Macrocomputadoras, Microcomputadoras y Minicomputadoras. Almacenamiento de datos. Sistema de numeración. Códigos de computadoras. Jerarquía de almacenamiento: Bit, Byte, Campo, Registro, Archivo. Almacenamiento primario: Concepto, Memoria Ram y Rom. Almacenamiento secundario: Concepto. Archivos. Acceso a los archivos. Organización de los archivos. Soportes de los archivos. Periféricos. Unidades de entrada/salida: Conceptos. Tipos.

UNIDAD III - SOFTWARE DE COMPUTADORAS

Concepto. Clasificación: Software de base y software de aplicaciones. Sistema operativo: Concepto. Tipos. Programa: Concepto. Clasificación de instrucciones: de entrada, de salida, de cálculo, de control, de transferencia y asignación de datos. Formatos de entrada/salida. Pasos de un programa. Programa fuente. Programa objeto. Programas de aplicaciones: de desarrollo. Paquetes, Lenguajes de Programación: Concepto. Clasificación: Lenguaje de máquina, Lenguaje de alto nivel. Tipos de procesamiento: en línea (on - line). Por lotes (Batch). Multiprogramación. Multiprocesamiento.



UNIDAD IV - REDES DE COMPUTADORAS

La computación y las comunicaciones. Medios de transmisión. Red. Redes de Computadoras. Tipos. Clasificación. Importancia en la comunicación de la empresa.

UNIDAD IV - INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN COMPUTARIZADOS

Definiciones y conceptos. Clasificación. Tipos y usos de los sistemas de información. Las tecnologías de la información y la sociedad. Desarrollo de los sistemas de Información. Ciclo de vida de los sistemas de información. Variables determinantes en el proceso de desarrollo de sistemas. Métodos alternos para la adquisición de sistemas. Método tradicional. Aseguramiento de la calidad total. Técnicas de diseño y documentación. Diagramas de flujos de datos. Pruebas del sistema. Mantenimiento. Ingeniería de *Software* asistida por computadora. Compra de paquetes. Desarrollo por parte del usuario final. *Outsourcing*.

UNIDAD V - LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS A TRAVÉS DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

La estrategia en los negocios. Ventajas competitivas y los sistemas de información. Impulsos estratégicos. Fuerzas de la industria. Los sistemas de información estratégicos en la organización. Implantación de sistemas estratégicos. Reingeniería de procesos. Tecnologías de vanguardia en los negocios.

UNIDAD VI - FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN DE BASE DE DATOS Y APLICACIONES DE OFICINA

Archivos convencionales. Definición de base de datos. Ventajas en el uso de base de datos. El manejo del sistema de base de datos (DBMS). El administrador de la base de datos (DBA). Tipos de modelos de base de datos. Bases de datos distribuidas. *Data Warehouse*. Planillas electrónicas. Procesadores de Textos, Presentaciones Electrónicas. Tipos. Clasificación.

UNIDAD VIII - TECNOLOGÍAS DE APOYO A LA TOMA DE DECISIONES

Plataforma de sistemas transaccionales. El proceso de toma de decisiones. Definición y tipos de sistemas de apoyo a las decisiones. Características de los sistemas de apoyo para la toma de decisiones. Caso de aplicación de un Sistema de apoyo para la toma de decisiones en grupo. Ventajas y desventajas. Usos prácticos. Casos de aplicación. Inteligencia artificial. Sistemas expertos. Beneficios que genera el uso de sistemas expertos y costos que involucra. Selección de aplicaciones para sistemas expertos.

UNIDAD VIX - PARADIGMAS CONTEMPORÁNEOS DE NEGOCIOS EN INTERNET

Introducción a los negocios por internet. Cómo preparar los "Negocios *en línea*". Elección de tecnologías. Comercio electrónico: concepto, categorías, ventajas y problemáticas, sistemas de pago, aspectos legales. Propiedad Intelectual. Benchmarking. *E-Goberment*. Firma digital. E-Learning. Redes Sociales. Dinero Electrónico. Marketing Digital.



UNIDAD X - FUTURO DE LAS TIC

Tendencias futuras tecnológicas aplicadas a los negocios. Procesamiento en la Nube. Bases de datos post-relacionales. Redes de alta velocidad.

2.5. Estrategias metodológicas

La enseñanza de la Informática necesita ser desarrollado en base de la teoría y la práctica en forma constante basados en lecturas, trabajos individuales y grupales, tareas dirigidas, que fomenten la investigación y la reflexión personal.

Se propone que la asignatura se desarrolle, generalmente de manera teórico-práctico, por lo que se dará énfasis a la teoría de los ejercicios a realizar en forma individual y grupal, estas tareas se irán realizando en el transcurso del año lectivo los cuales permitirán la evaluación continua de cada estudiante. También se utilizará una plataforma de aprendizaje a distancia para la administración de los materiales y fomentación del trabajo colaborativo.

2.6. Sistema de evaluación

La evaluación será de proceso y producto. Se evaluarán los logros según los criterios preestablecidos en la definición de objetivos. La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativo. Las evaluaciones con fines de promoción y la asistencia a clases son de fundamental importancia para la práctica efectiva, los que se ajustarán a las normativas vigentes. Se plantea definir criterios y puntajes a los diferentes eventos evaluativos (Trabajos prácticos, pruebas (teóricas – prácticas o de ejecución) parciales y finales) con dicha finalidad, y la asignación de pesos correspondientes, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.

2.7. Criterios de evaluación

- Cognitivo: se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, concluir e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.
- Discursivo: éste obedece a las capacidades de diálogo y expresión con el otro, argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre las inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos en la guía.
- Aplicativo: éste obedece a las capacidades para la planeación, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en las teorías analizadas durante el curso.
- Actitudinal: durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso, con relación a su proceso de formación en habilidades para el trabajo individual y grupal.

2.8. Bibliografía

Básica

- Amor, D., (2000). La Revolución e-business. Argentina: Prentice Hall.
- Andrada, A. M., Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, Editorial Maipú, 2011, Argentina.
- Anasagoti, P. d., & Anigulo Usategui, J. M. (1991).



- ARQUITECTURA DE COMPUTADORAS. Madrid: Paraninfo. Barceló Ordinas, J. M., Íñigo Griera, J., Martí Escalé, R., Peig Olivé, E., & Perramon Tornil, X. (2004).
- Redes de computadores. Barcelona: Eureka Media.
- Cohen Karen, Daniel y Asín Lares, Enrique. (2009).
- Tecnología de información en los Negocios. México: McGraw-Hill.
- Ferreiro Fernández, M. (2010).
- Windows - Un sistema Operativo a su alcance.
- Vigo: Editorial Ideas propias.
- Freeman, A. (1993). DICCIONARIO DE COMPUTACIÓN. Madrid : Mc Graw Hill.
- Huidobro, J. (1990). COMUNICACIONES, INTERFACES, MODEMS, PROTOCOLOS, REDES Y NORMAS. Madrid: Paraninfo.
- Julio, C., Maria del Carmen, L., & Morales Lozano, J. A. (2013). Aportaciones al e-learning desde un estudio de buenas prácticas en las universidades andaluzas.
- Barcelona: Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento.
- Long, L. (1999). INTRODUCCIÓN A LAS COMPUTADORAS Y AL PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN. México: Prentice Hall.

Complementaria

- Peña, R., Laura, B., Julio, C., & Borja, O. (2012).
- Pasó a paso Office. Manual práctico para todos. Tarragona: Publicaciones Altaria.
- Suárez y Alonso, R. C. (2007). Tecnologías de la información y la comunicación. Vigo: Editorial Ideas propias.
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (2012).
- Cloud Computing Retos y Oportunidades. Barcelona: ONTSI.
- Villar Varela, A. (2006). Introducción a la Informática y al Uso y Manejo de Aplicaciones Comerciales. Vigo: Editorial Ideas Propias.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de formación	Profesional
Código	5464
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	100
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	3 horas reloj Teóricas: 2 prácticas: 1
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Administración de Recursos Humanos busca que el estudiante pueda comprender y aplicar los sistemas, principios y técnicas a las empresas, teniendo en cuenta que la administración de personas es la responsable de la excelencia de organizaciones exitosas y del aporte de capital intelectual que simboliza, más que todo, la importancia del factor humano en plena era de la información.

2.2. Objetivo general del programa

La asignatura Administración de Recursos Humanos explica y hace comprender que los talentos humanos, tiene una importancia significativa en la vida de las organizaciones, pues la principal ventaja competitiva de las empresas, se deriva de las personas, teniendo en cuenta que son ellas las que producen atienden al cliente y venden, toman decisiones, lideran, motivan, comunican, supervisan, gerencian y llevan al frente los negocios. Además se estudian y practican diferentes procesos de la ARH, como la admisión, aplicación, compensación, desarrollo, mantenimiento y monitoreo de personas.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Comprende que el campo de la administración moderna relacionada con las personas, y el análisis de la gestión de las mismas en el ambiente competitivo y dinámico que caracteriza a la era de la información.
- Identifica procesos por medio de los cuales la empresa incorpora personas a sus labores cotidianas, así como las organizaciones que forman parte del mercado laboral buscan y localizan los candidatos que le interesan, para posteriormente evaluar y escoger las personas más adecuadas a sus necesidades actuales y futuras.



- Desarrolla procesos que utilizan las organizaciones para incentivar y recompensar a sus miembros, sea en función de la posición ocupada, del tiempo en la organización o del desempeño alcanzado de las metas y resultados que debe alcanzar.
- Analiza diversas maneras en que las personas se desarrollan mediante el trabajo y las organizaciones empresariales, a través del aprendizaje continuo y el cambio de comportamiento.
- Diseña tipos de procesos de mantenimiento de las condiciones laborales de las personas en las organizaciones considerando el relacionamiento con empleados y sindicatos, higiene, seguridad y calidad de vida.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - INTRODUCCIÓN A LA MODERNA GESTIÓN DE PERSONAS

Qué es la Administración de Recursos Humanos. Nivel o posición que el Área de RH debe ocupar en la estructura de la organización. Procesos de la ARH. Responsabilidades de la ARH de los gerentes de línea. Un subsistema principal de organizaciones. La efectividad de la Administración de personal. Una función frecuentemente mal entendida y mal administrada. Tendencias sobresalientes que afectan a la administración de personal. Algunos problemas contemporáneos. Responsabilidad social. Por qué la ARH es importante para todos los gerentes.

UNIDAD II - LAS PERSONAS Y LAS ORGANIZACIONES

Las personas. La naturaleza compleja del hombre. La motivación humana: las premisas que hacen dinámico el comportamiento humano. El Clima Organizacional, El comportamiento humano en las organizaciones, características. Las personas y las organizaciones. El personal como una ventaja competitiva. Reciprocidad entre individuo y la organización. Recursos Organizacionales.

UNIDAD III - LA JUSTICIA ORGANIZACIONAL

Justicia Organizacional. Hacia el significado de justicia. Justicia distributiva. Complejidades de la medición. Relación de la justicia con otros procesos de la administración de personal. Relación de la justicia con la satisfacción de necesidades. Justicia distributiva: práctica y problemas actuales. Diferentes opiniones acerca de la justicia. Recompensas no monetarias. La Disciplina. Justicia correctiva: el proceso organizacional debido. Negociaciones de contrato. Revisión administrativa. Administración de sueldos y salarios. Autoridad y responsabilidad.

UNIDAD IV - EL ANÁLISIS DE PUESTOS

El Análisis de Puestos. Uso de la información del análisis de puestos. Asegurar la asignación completa de obligaciones. Pasos del análisis de los puestos. Los métodos para recabar información para el análisis de puestos. Las entrevistas, Ventajas y Desventajas, Preguntas típicas. Lineamientos para la entrevista. Los Cuestionarios. La Observación. Redactar descripciones de puestos. Lineamientos para la descripción del puesto. Evolución y actualidad del análisis de puestos. De los puestos especializados a los ampliados. La necesidad de las compañías de ser competitivas.



UNIDAD V - RECLUTAMIENTO DE PERSONAS

Reclutamiento de personas. Mercado Laboral. Mercado de Recursos Humanos. Factores condicionantes del mercado laboral. Cuál es el futuro del empleo. Nuevo perfil del empleo. Tendencias del empleo. Concepto de reclutamiento. Reclutamiento Interno, ventajas y desventajas. Reclutamiento Externo, ventajas y desventajas. Técnicas de Reclutamiento Externo. Currículum Vitae. Eficacia de las agencias de reclutamiento. Evaluación de los resultados del reclutamiento.

UNIDAD VI - SELECCIÓN DE PERSONAS

La selección de personas: consideraciones, concepto. Selección como proceso de comparación. Selección como proceso de decisión y elección. Modelos de selección. Identificación de las características personales del candidato. Bases para la selección de personas. Recolección de información sobre el cargo. Técnicas de selección. Entrevista de Selección: ventajas y desventajas. Cómo conducir entrevistas de selección. Pruebas de conocimientos o de capacidades. Pruebas Psicométricas. Pruebas de personalidad. Técnicas de simulación. Proceso de selección de personas. Evaluación de los resultados de la selección de personas.

UNIDAD VII - LA GESTIÓN POR COMPETENCIAS

La Gestión por Competencias. Definición. Ventajas de la Gestión por Competencias. Competencias Genéricas: psicológicas, técnicas y de gestión. Competencias y Conductas. Competencias exigidas para el puesto de Gerente de RRHH. Competencias exigidas para el puesto de Gerente General. Cuestionario para definir competencias de un candidato.

UNIDAD VIII - CULTURA ORGANIZACIONAL

Orientación de las personas. Cultura Organizacional. Componentes de la cultura organizacional. Qué significa valor? Elementos de la cultura organizacional. Características de las culturas exitosas. Culturas conservadoras y culturas adaptables. Tipos de cultura organizacional. Socialización organizacional. Opciones de socialización de nuevos empleados. Métodos de socialización organizacional. Manual del empleado de una organización. Ventajas del programa de orientación. Qué es el Empowerment. Periodo de prueba – Código laboral vigente.

UNIDAD IX - EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Evaluación de Desempeño. Qué medir? Concepto de evaluación de desempeño. Definiciones de evaluación de desempeño. Porqué se debe evaluar el desempeño. Qué desempeño se debe evaluar. Factores que generalmente se evalúan. Puntos débiles de la evaluación de desempeño. Ventajas de la evaluación de desempeño. Etapas de una Evaluación. Errores humanos, elementos subjetivos del calificador. Evaluación de 360 grados: definición, objetivos, validez. Quién debe evaluar el desempeño. Métodos tradicionales de evaluación de desempeño. Críticas a los métodos tradicionales de evaluación de desempeño. Recomendaciones para redefinir la evaluación de desempeño. Aplicaciones de la evaluación de desempeño.



UNIDAD X - COMPENSACIÓN DE PERSONAS

Compensación de personas, consideraciones. Objetivos de la administración de las compensaciones. Recompensas organizacionales. Concepto de remuneración. Compensaciones financieras y no financieras. Salario nominal y salario real. Clases de salarios. Significados del salario. Composición de los salarios. Concepto de administración de salarios. Evaluación y clasificación de cargos. Política salarial. Glosario técnico. Las mejores maneras de recompensar un buen trabajo. Recompensas no monetarias.

UNIDAD XI - PROGRAMAS DE INCENTIVOS

Programas de incentivos, consideraciones. Recompensas y sanciones. Tipos de recompensas financieras. Nuevos métodos en remuneración. Remuneración fija, ventajas y desventajas. Remuneración variable, consideraciones, definición, clases. Remuneración flexible, ventajas y desventajas. Beneficios y Servicios. Concepto de beneficios sociales. Definición de beneficios sociales. Clases de beneficios sociales. Objetivos de los planes de beneficios. Costos de los beneficios sociales.

UNIDAD XII - DESARROLLO DE PERSONAS

Desarrollo de personas. Entrenamiento. Concepto de entrenamiento. Proceso de entrenamiento. Métodos empleados en el inventario de necesidades de entrenamiento. Indicadores de necesidades de entrenamiento. Evaluación del programa de entrenamiento. Evaluación de los resultados del entrenamiento. Lo que puede proporcionar un programa de entrenamiento exitoso. Cómo obtener el máximo beneficio de los programas de entrenamiento.

UNIDAD XIII - DESARROLLO DE PERSONAS Y DE ORGANIZACIONES

Desarrollo de personas y de organizaciones. Los nuevos tiempos. Creatividad e innovación. Cómo estimular la creatividad en la organización. Proceso innovador. Cambio organizacional. Definición de desarrollo, entrenamiento y educación. Métodos de desarrollo de personas. Desarrollo de carreras. Desarrollo Organizacional (DO). Características del desarrollo organizacional. El proceso de desarrollo organizacional. Técnicas del desarrollo organizacional. Las aplicaciones del desarrollo organizacional. Limitaciones del desarrollo organizacional.

UNIDAD XIV - MANTENIMIENTO DE LAS CONDICIONES LABORALES DE LAS PERSONAS

Mantenimiento de las condiciones laborales de las personas, consideraciones. Relaciones con los empleados. Diseño de un programa de relaciones con los empleados. Programas de sugerencia. Programas de reconocimiento. Programas de asistencia al empleado. Disciplina: Factores – Procedimientos. Disciplina progresiva – Disciplina positiva. Asesoría de empleados. Derecho de apelación. Administración de Conflictos. Condiciones antecedentes de los conflictos. Cómo administrar conflictos: estilos de administración de conflictos.



UNIDAD XV - HIGIENE, SEGURIDAD Y CALIDAD DE VIDA

Higiene, seguridad y calidad de vida, consideraciones. Higiene Laboral. Concepto de Higiene en el Trabajo. Salud ocupacional. Principales problemas de salud en las organizaciones. Sugerencias para volver saludable el ambiente de trabajo.

Estrés en el trabajo. Qué provoca estrés en las personas durante el trabajo. Cómo reducir el estrés en el trabajo. Seguridad en el trabajo. Prevención de accidentes. Cómo desarrollar un programa de higiene y seguridad. Causas de los accidentes de trabajo. Cómo prevenir accidentes. Medidas preventivas. Calidad de vida en el trabajo. Criterios para establecer un proyecto de calidad de vida en el trabajo. Beneficios de la calidad de vida en el trabajo. Legislación laboral relacionada.

2.5. Estrategias metodológicas

La propuesta metodológica para el desarrollo del programa estará centrada en la actividad cognitiva de los fundamentos de la teoría y práctica de la administración de recursos humanos, realizando actividades que estimulen la reflexión y acción del estudiante, a través de casos fabulados y casos reales, además de comentarios de eventos ocurridos en diferentes empresas, o propuestas que exijan de los alumnos respuestas concretas a los casos planteados.

2.6. Aspectos evaluativos

El proceso evaluativo seguirá la normativa existente en la FCE, centrandose en la actividad en verificar las evidencias de desempeño, según los criterios establecidos en la definición de objetivos de cada unidad. La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativo, por lo que servirán para la acumulación de puntajes de cada etapa, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE. UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.

2.7. Criterios de evaluación

- Cognitivo: se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.
- Discursivo: este criterio obedece a capacidades de diálogo y expresión con el otro, de argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos.
- Aplicativo: este criterio responde a capacidades desarrolladas para el planeamiento, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en principios y teorías, analizadas durante el curso.
- Actitudinal: durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso con relación a su propio proceso de formación de sus habilidades para el trabajo individual y grupal, además de la práctica de la vida ciudadana, del cuidado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos.

2.8. Bibliografía



Básica

- Idalberto Chiavenato – Gestión del Talento Humano – Colombia – 2004.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw-Hill.
- Gary Dessler – Administración de Personal – México – 2001- 8ª. Edición.

Complementaria

- Wendell L. French - Administración de Personal – Desarrollo de Recursos Humanos – México – 2000 – 3ª. Edición.
- Horacio Gaito – Inés M. García Fronti – Javier I. García Fronti - Administración de Recursos Humanos – Argentina – 2003 – 1ª. Edición.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México: McGraw-Hill.
- Alles, M. (2009). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por competencias*. Buenos Aires: Ediciones Gránica S.A. Dave U., Losey M. y Lake., G. (2000). *El Futuro de la Dirección de Recursos Humanos*.
- España: Ediciones Gestión.
- Disposiciones legales vigentes.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

RÉGIMEN LEGAL DE LAS EMPRESAS

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de formación	Complementaria
Código	5465
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	75
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	2 horas reloj Teóricas: 1 prácticas: 1
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Régimen Legal de las Empresas es una Disciplina que contiene Principios, Normas, Estructuras y Formalidades que intervienen en la actividad comercial, además de reconocer a los sujetos del comercio que deben someterse al Régimen Legal de las Empresas. Esta materia se encuentra insertada en el Currículo de la Carrera de Administración debido a que todos los actos humanos se encuentran comprendidos en las normas vigentes de los países, y por sobre todo del comercio, que es lo que mueve la economía de los países.

El programa de estudio de Régimen Legal de las Empresas pretende que los estudiantes de la Carrera de Administración tengan en su formación conocimientos que les puede aportar las Ciencias Jurídicas, y que son de carácter instrumental, ya que todo acto en la Administración debe estar sometido a las leyes vigentes para dicha disciplina.

2.2. Objetivo general del programa

El Programa de Estudios de la Asignatura Régimen Legal de las Empresas tiene como propósito capacitar a los alumnos de la Carrera de Administración para realizar sus actividades ajustadas a las normas nacionales e internacionales vigentes, y que son aplicables a la actividad comercial, además que los mismos estén preparados para actuar de manera autónoma, ya que el administrador es un profesional independiente en las empresas.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Determina concepto, función, e importancia del comercio. El comerciante características, requisitos. para ejercer el comercio. Ley del Comerciante.
- Identifica a los sujetos que intervienen en la actividad comercial y el Régimen Legal de las Empresas.



- Distingue los actos que son del comerciante y los que no lo son de acuerdo a la legislación, en el funcionamiento y organización de la empresa.
- Determina elementos que forman parte de diversos tipos de contratos que se utilizan en las empresas.
- Conoce los títulos de las diversas operaciones de crédito, sus características sus orígenes, condiciones y aplicaciones.
- Identifica diversas instituciones jurídicas-mercantiles, públicas-privadas, con los que se relaciona una empresa para desarrollar sus objetivos.
- Reconoce relaciones de las empresas, con respecto a la promoción de sus talentos humanos Código Laboral y el seguro social obligatorio; IPS, y el BNT.
- Realiza las actividades proyectadas en la FCE.UNE. de manera cooperativa, con miras a la formación integral.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - EL COMERCIO. ACTOS DE COMERCIO. REQUISITOS LEGALES

El Comercio: Concepto. Fines. Importancia. De los actos de comercio. El Comerciante. Concepto. Importancia de la distinción entre comerciante y no comerciante. Empresa Unipersonal. Obligaciones de los comerciantes. Requisitos esenciales de la personalidad mercantil. Capacidad legal para el ejercicio del comercio. Requisitos legales del sistema contable e información financiera.

UNIDAD II - LA EMPRESA. ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Empresa. Concepto. Principios. Importancia. Funciones. Elementos. El Empresario. La Hacienda. El trabajo. El Establecimiento La Propiedad Comercial. Las Marcas. El Nombre Comercial. Las Patentes. Los Derechos del Autor. La Fianza.

UNIDAD III- CONTRATOS DE LA EMPRESA. ELEMENTOS. USOS EN LAS EMPRESAS

Contratos en general. Concepto. Definición. Historia. Usos. Maneras de realizarlo. Contrato de: Garantías a cargo del vendedor en la venta a plazos. Pactos de Exclusividad. De Exposición. De Agencia. De Concesión. De Comisión. De Licencia. De Elaboración. De Distribución. De Suministro. De Publicidad. De Leasing. De Mutuo Préstamo. De Fianza. De Fideicomiso. De Joint Venture.

UNIDAD IV - LA SOCIEDAD COMERCIAL. ASPECTOS GENERALES

La Sociedad Comercial. Concepto. Constitución de las sociedades. Condiciones, Elementos. Fondo común, Participación en las Pérdidas. Afectio Societates. Nulidades Societarias. Derechos y Obligaciones del Socio. Representación y Administración de la Sociedad. Derechos y Obligaciones de los Administradores. Designación y Cesación. Clasificación.



UNIDAD V - DOCUMENTOS DE LA CONTABILIDAD

Régimen específico para cualquier tipo de sociedad comercial. Balance. Publicidad. Reservas a considerarse sobre los mismos. De la prestación en general. Estados de resultados. Notas y cuadros complementarios. Nacionalidad de las sociedades. Tratado de Montevideo. Aplicación de las leyes vigentes. Los órganos sociales y su domicilio a efectos jurídicos.

UNIDAD VI - EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA EIRL

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. Concepto. Definición. Requisitos. Características. Manera de constitución. Capital. Obligaciones. Terminación de la Empresa. Quiebra.

UNIDAD VII - SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - SRL

Sociedad de Responsabilidad Limitada. Concepto. Definición. Características. Formas de constitución. Requisitos Las participaciones sociales. Los aportes. Órganos de administración y de vigilancia. Derechos y obligaciones especiales de los socios. Disposiciones legales vigentes.

UNIDAD VIII - SOCIEDAD ANÓNIMA - SA

Sociedad Anónima. Concepto. Denominaciones. Constitución. Autorización. Medios de Control. Socios, clases de socios. Las acciones, clases y características de las acciones. Las asambleas, órganos de soberanía; la general, constitutiva, ordinaria, y extraordinaria. La administración y representación de las sociedades. El directorio y los gerentes. Las responsabilidades de directores y gerentes, Fiscalización. Requisitos. Facultades que se les atribuyen Obligaciones que tienen frente a las empresas y frente a los terceros.

UNIDAD IX - ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO

Almacenes Generales de Depósito. Concepto, Definición. Importancia. Características. Documentos que expide. Certificado de Depósito. Características. Contenido. Valides para el Comercio. Warrants, alcance y contenido del documento. Inspección y Fiscalización de los Almacenes Generales de Comercio. Obligaciones y Prohibiciones para los Almacenes Generales de Comercio. Disposiciones legales aplicables.

UNIDAD X - MERCADO DE CAPITALES

Mercado de Capitales: Concepto. Autoridad competente. Facultades. Casas de bolsas. Concepto, intermediación. Autorización legal. Requisitos para el ejercicio de su objetivo. Constitución y participación en entidades bancarias. Fondos de inversión. Sociedades de capital abierto. Concepto. Autorización legal para su funcionamiento. Requisitos.

UNIDAD XI - BANCOS

Bancos Concepto. Importancia y función económica. Clases. Requisitos para su funcionamiento. Causas del retiro de autorización. Capital y Reservas. Encajes legales. Tipos de operaciones de los bancos: Hipotecarios. De inversión. De fomento. De ahorro. De préstamo para la vivienda. Operaciones prohibidas a los bancos. Régimen contable. Balances Informes. Publicaciones. Inspección y vigilancia. Sanciones. Intervenciones. Disolución y liquidación. Empresas financieras, condiciones para su establecimiento.



UNIDAD XI - SEGUROS

Seguros: Concepto. Forma de constitución. Organización y funcionamiento. Régimen legal. Funcionamiento. Fiscalización. Dictamen de la fiscalización. Constitución de empresas de seguros extranjeros. Autorización. Reforma de estatutos. Explotación de nuevos ramos. Reforma de planes de seguros. Contratos de seguros. Informaciones al público. Capital mínimo. Reservas. Comisiones. Inversiones. Pérdida parcial de inversiones. Clasificación de bienes. Régimen de contabilidad. Informes mensuales. Ejercicio financiero. Balances anuales. Publicación de balances. Transferencia de cartera. Incumplimiento de las obligaciones. Operaciones no autorizadas. Informaciones incompletas o falsas. Reincidencia. Responsabilidad solidaria. Recursos. Interpretación.

UNIDAD XIII - SOCIEDADES COOPERATIVAS

Sociedades Cooperativas: Concepto. Naturaleza. Principios. Función social y económica. De los socios. Forma de constitución de las sociedades cooperativas. Las aportaciones. Las asambleas. La administración. Clases de cooperativas. De la educación cooperativa. La vigencia interna y oficial. De la integración cooperativa. De la confederación de cooperativas Disolución y liquidación de las sociedades cooperativas. Del régimen de sanciones. Disposiciones legales vigentes.

UNIDAD XIV - RELACIÓN DE PROMOCIÓN DE LAS EMPRESAS CON SUS TALENTOS HUMANOS

Obligaciones de los empleadores con sus recursos humanos con respecto del seguro social obligatorio IPS, el BNT y el Código Laboral.

2.5. Estrategias metodológicas

La metodológica propuesta para el desarrollo del programa estará orientada hacia el conocimiento y el análisis de la constitución y funcionamiento de diversas clases de sociedades comerciales, además de otras instituciones públicas y privadas que son controladas por el estado y están regidas por el Derecho Público y por el Derecho Privado dependiendo la materia con la que tratan. Se propone la integración teoría – práctica o práctica – teoría; mediante actividades contextualizadas y que estimulen la reflexión y acción del estudiante.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y logros como producto. Los procesos evaluativos se centrarán a verificar las evidencias de desempeño (capacidades logradas) según los criterios preestablecidos en la definición de objetivos (aprendizajes esperados) de cada unidad. La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativa, por lo que servirán para la acumulación de puntajes de cada etapa, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Del portafolio de evidencias se deducirá los logros esperados. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.

2.7. Criterios de evaluación

- Cognitivo: se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.
- Discursivo: este criterio obedece a capacidades de diálogo y expresión con el otro, de argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre



inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos.

- **Aplicativo:** este criterio responde a capacidades desarrolladas para el planeamiento, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en principios y teorías, analizadas durante el curso.
- **Actitudinal:** durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso con relación a su propio proceso de formación de sus habilidades para el trabajo individual y grupal, además de la práctica de la vida ciudadana, del cuidado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos.

2.8. Bibliografía

Básica

- Escobar, Jorge H. (1997). *Derecho Comercial*. (3ª ed.). Asunción: La ley.
- Velázquez, Guido Ernesto. (2006). *Manual de Derecho Societario*. Asunción: Intercontinental.
- Velázquez, Guido Ernesto. (2005). *La Sociedad Anónima*. Asunción: Intercontinental.
- Ley General de Bancos y Otras Entidades Financieras Vigente.
- Ley de Seguros y Cooperativas Vigente.
- Código Laboral Vigente.
- Ley del Comerciante Vigente.
- Código Civil Vigente.
- O'DONNEL, Gastón Alejandro. Vigente. *Elementos del Derecho Empresarial*. Ediciones Macchi. Bs. As. 260p.

Complementaria

- Todo tipo de libros, revistas e informaciones que estén en la web, que sean actualizadas y se ajusten a Derecho.
- Revistas Tributarias de la Dra. Nora Ruotti.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de Formación	Profesional
Código	5466
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	100
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	3 horas reloj Teóricas: 2 prácticas: 1
Responsables	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

Administración Financiera integra el currículum con capacidades que hace del Administrador un avezado en las funciones de los Administradores Financieros.

2.1. Presentación del programa

La asignatura Administración Financiera aporta a la Carrera de Administración las herramientas necesarias para comprender ciertos aspectos específicos de una empresa que están relacionadas con los recursos financieros como la inversión, el financiamiento y las decisiones sobre los dividendos. La materia además aborda la planificación de las finanzas en el corto y largo plazo, proporcionando al alumno los instrumentos de evaluación necesarios para la correcta toma de decisiones de inversión de bienes de capital.

Así mismo, los conocimientos adquiridos permitirán al estudiante estar capacitado para aplicar aspectos importantes de los recursos financieros como la rentabilidad, la liquidez y hacer uso de ellos para la toma de decisiones. Permite desarrollar las capacidades de análisis para la determinación de los flujos de efectivo generados por las inversiones de la empresa en activos fijos e instalar los mecanismos de evaluación adecuados para las mismas.

2.2. Objetivo general del programa

La asignatura Administración Financiera aporta a la Carrera de Administración las herramientas necesarias para comprender ciertos aspectos específicos de una empresa que están relacionadas con los recursos financieros proporcionando los instrumentos de evaluación necesarios para la correcta toma de decisiones de inversión de bienes de capital y aplicar aspectos importantes de los recursos financieros para la toma de decisiones.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Conoce funciones de los administradores financieros.
- Identificar las principales herramientas de planificación y evaluación de la gestión financiera.



- Analiza información básica acerca de la organización de la empresa, los valores de la empresa y de los impuestos.
- Conoce y aplica el análisis de razones financieras, que relacionan entre sí las partidas del Balance y del Estado de Resultados.
- Determina el ciclo del flujo de efectivos mediante los factores básicos de liquidez.
- Define y mide el riesgo en las distintas alternativas de inversión.
- Aplica los principios administrativos para el apalancamiento financiero y operativo de la empresa.
- Aplica adecuadamente los factores relacionados con el funcionamiento de las pequeñas empresas, de acuerdo a los patrones de financiamiento de las fases de desarrollo.
- Utilizar las herramientas técnicas adecuadas para las decisiones de inversión, financiamiento y el análisis de riesgo de la empresa.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

La función de las finanzas: Las responsabilidades del administrador financiero. Las finanzas en la estructura organizacional de la empresa. Metas de la empresa. Diferencia entre maximización de la utilidad y maximización del valor de la empresa. Medición del desempeño por los mercados financieros. La ínter compensación riesgo /rendimiento. El papel cambiante de la administración financiera.

UNIDAD II - ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA Y AMBIENTE FINANCIERO

Diferentes formas de Organización de la empresa. Constitución y Características. Legislaciones impositivas. Administración financiera de la pequeña empresa. Financiamiento del capital de la empresa. Los mercados financieros. Instituciones financieras. Marco legal. Sistema Financiero Nacional. Intermediación Financiera. Tasa de Interés Activa. Tasa de Interés Pasiva. Operaciones Bancarias. Tasa de Interés y Costo de Capital. Cuentas corrientes. Cheques. Préstamos. Descuento de Documentos, sobregiros y Fideicomiso. Casos prácticos.

UNIDAD III - ANÁLISIS FINANCIERO PLANEACIÓN Y CONTROL

Análisis de razones financieras: Estados financieros básicos. Tipos básicos de razones financieras. Razones comparativas. Algunas limitaciones del análisis de razones financieras. Efectos de los cambios en los niveles de precios: La inflación y las medidas de rentabilidad. Efectos de la inflación sobre los procedimientos de valuación de inventarios. Políticas contables propuestas para hacer ajustes por la inflación. Efectos de los ajustes por la inflación. Casos prácticos.

UNIDAD IV - PLANEACIÓN Y CONTROL FINANCIERO

Preparación de pronósticos financieros: Pronósticos de ventas. Relación entre ventas e inversión de los activos. Métodos de pronósticos para requerimientos financieros. Estado de cambios en la posición financiera. El proceso de planeación y control. Análisis del punto de equilibrio. Apalancamiento operativo. Presupuestos de efectivos. Control en compañías multidivisionales.



UNIDAD V - ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

Política del Capital de Trabajo: Importancia de la administración de capital de trabajo. Ciclo del flujo de efectivo. Administración del ciclo de flujo de efectivo. La estructura de plazos de las tasas de interés. Administración del activo circulante. Análisis de los méritos relativos provenientes de vencimientos alternativos de deudas. Administración de Inventarios: Inventario. Determinación de la inversión en inventarios. Clasificación de los costos. Cantidad económica de la orden. Administración de Créditos: política de crédito. El papel del administrador de crédito. Evaluación de los cambios en la política de crédito. Control de los saldos. Usos de computadoras en la administración de créditos.

UNIDAD VI - ADMINISTRACIÓN DEL EFECTIVO Y DE LOS VALORES NEGOCIABLES

La función de administración del efectivo. Administración de los flujos de efectivos de la empresa. Administración de los desembolsos. Un modelo de administración de efectivo. Política de liquidez empresarial en la práctica. Administración de la cartera de valores negociables. Financiamiento a corto plazo: Sueldos e Impuestos acumulados. Préstamos bancarios a corto plazo. Papel comercial. Uso de valores en el financiamiento a corto plazo. Financiamiento de los saldos. Financiamiento del inventario. Presupuesto del capital. Valor del dinero a través del tiempo: Valor futuro. Valor presente. Valor futuro y Valor presente. Valor futuro de una anualidad. Valor presente de una anualidad. Valor presente de una serie desigual de pagos. Cálculo de interés semi anual o de otro tipo.

UNIDAD VII - TÉCNICA DE PRESUPUESTO DE CAPITAL

Presupuesto de Capital. Concepto e Importancia. Formas de generar ideas para proyectos de capital. Clasificación de Proyectos. Proyectos mutuamente excluyentes. Proyectos independientes. Análisis de riesgo en el presupuesto de capital: El riesgo en el análisis financiero. Técnicas de Evaluación del Presupuesto de Capital. Periodo de Recuperación. Método del Valor Presente Neto (NPV). Fundamento para su uso. Método de la Tasa Interna de Rendimiento (IRR). Fundamento para su uso. Casos Prácticos.

UNIDAD VIII - EL COSTO DE CAPITAL

Definiciones básicas: Costo de Capital. Estructura de capital óptima. Evaluación de la estructura de capital. Riesgo Operativo. Grado de apalancamiento de operación. Riesgo Financiero. Apalancamiento financiero: Estructura de capital y apalancamiento. Estructura de capital y funciones. Interrelación entre apalancamiento operativo y financiero. Grado de apalancamiento operativo. Combinación del apalancamiento financiero y operativo. Política de dividendos: Pago de dividendos. Procedimientos de pagos. Factores que influyen en la política de dividendos. Patrones generales de dividendos en la economía. Análisis de Rentabilidad Financiera. Decisiones Financieras: de Inversión, de Financiamiento, de Dividendos. Apalancamiento Financiero y Análisis de Rentabilidad: Casos prácticos.



UNIDAD IX - DECISIONES DE FINANCIAMIENTO A LARGO PLAZO Y PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIACIÓN

Mercado de Valores. Concepto. Marco Legal. Ventajas del Mercado de Valores como fuentes de financiación y de Inversión. Clasificación de los Mercados de Valores. Bolsa de Valores. Concepto. Mecanismo de Negociación. Qué efectos se negocian en la bolsa de valores. Quienes pueden operar en las bolsas. Las casas de Bolsa. Concepto. Comisión Nacional de Valores. Decisiones sobre el uso de deudas a largo plazo: Bonos. Concepto. Características. Evaluación de los bonos como fuentes de financiación. Ejercicios. Acciones. Concepto. Características. Tipos de Acciones. Evaluación de las acciones. Formas de elegir entre varias formas de financiamiento. Casos prácticos.

UNIDAD X - DEUDAS Y DECISIONES DE REORGANIZACIÓN

Bancarrota y reorganización: Quiebra. Causas de la quiebra. Registro de quiebra. Quiebra. Concepto. Presupuesto de la Declaración de Quiebra. Objeto del Juicio de Quiebra. Universalidad. Quienes pueden solicitar la quiebra. Convocación de Acreedores. Objeto de la Convocación de Acreedores. Efectos Jurídicos de la Admisión de Convocación de Acreedores. Suspensión de las Ejecuciones. Vencimiento Anticipado de los Créditos. De la verificación de Créditos. Concordato. Concepto, Propuesta del Concordato. Convocación de la Junta de Acreedores. Quitas y Esperas permitidas. Rechazo del Concordato. Calificación de la conducta patrimonial del fallido. Quiebra dolosa. Quiebra culposa. Rehabilitación. Del Registro General de Quiebras. Autos que deben inscribirse. Leyes de quiebra Reestructuración de la deuda de empresas con problemas. Reorganización formal. Decisiones financieras en la reorganización. Procedimientos de liquidación.

UNIDAD XI - TÓPICOS INTEGRADOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Fusiones, Tipos de fusiones. Procedimientos para la combinación de empresas. Joint Venture, Consorcios. Análisis financiero. Estimación del ingreso futuro en operación. Legislación y prácticas contables, Estimación del ingreso futuro en operación.

UNIDAD XII - ADMINISTRACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL

Mercados monetarios internacionales. Tasas de cambio y sistema monetario internacional. Inflación, tasas de interés y tasas de cambio. Procedimiento para analizar inversiones extranjeras potenciales. Administración de activos extranjeros. Mercados internacionales de capital.

2.5. Estrategias metodológicas

La asignatura Administración Financiera se desarrollará de manera teórica mediante la exposición y la parte práctica con estudios de casos dirigidos, trabajos grupales e individuales.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y productos, las tareas realizadas en clases se le asignaran puntajes consensuados con los alumnos de acuerdo a la distribución de los mismos indicados en el Reglamento académico de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.



2.7. Criterios de evaluación

- **Cognitivo:** se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.
- **Discursivo:** este criterio obedece a capacidades de dialogo y expresión con el otro, de argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos.
- **Aplicativo:** este criterio responde a capacidades desarrolladas para el planeamiento, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en principios y teorías, analizadas durante el curso.
- **Actitudinal:** durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso con relación a su propio proceso de formación de sus habilidades para el trabajo individual y grupal, además de la práctica de la vida ciudadana, del cuidado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos.

2.8. Bibliografía

Básica

- FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACION FINANCIERA - F. J. Weston, E. F. Brigham - Séptima Edición - Editorial Mc Graw Hill.
- ADMINISTRACIÓN FINANCIERA - James C. Van Hornee - Séptima Edición - Editorial Prentice Hall.
- DECISIONES FINANCIERAS - Pascale. Ricardo – Sesta. Edición – Editorial PEARSON

Complementaria

- ADMINISTRACIÓN FINANCIERA – Guadalupe Ocho Setzer - Primera Edición - Editorial Mc Graw Hill.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

SEMINARIO DE ADMINISTRACIÓN

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Cuarto
Área de formación	Profesional
Código	5467
Prerrequisitos	
Carga horaria anual	120
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	4 horas reloj Teóricas: 2 prácticas: 2
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Seminario se propone desarrollar diversas capacidades de los estudiantes, para interpretar, analizar y proponer soluciones creativas apropiadas a los problemas que enfrentan las empresas actuales en un mundo globalizado. Se propone generar espacios que posibiliten al alumno a integrar y aplicar los conocimientos adquiridos durante los tres primeros años de la carrera, para la explicación y descripción de las diferentes acciones llevadas a cabo durante la gestión de organizaciones públicas y privadas, abarcando diversas áreas de distintas complejidades, y por sobre todo teniendo la visión integrada de una organización empresarial.

Además la materia Seminario, busca disminuir la brecha entre el contenido teórico y las necesidades prácticas de las empresas, a través de la articulación dinámica de las teorías con las prácticas, entendiendo esta articulación como un proceso intrínsecamente educativo, con el acercamiento del alumno al contexto mediante el contacto con las organizaciones empresariales del medio y las principales actividades llevadas a cabo por el administrador en sus roles de gerente y de consultor focalizándolos en la solución de problemas.

2.2. Objetivo general del programa

Constituir un medio de conexión entre el enfoque teórico-académico y las realidades actuales del mercado, en donde participan las organizaciones empresariales empresas privadas y/o públicas y sus peculiaridades de gestión; con vistas a desarrollar el perfil del egresado para el ejercicio profesional y de esta manera responder con la misión de la Carrera de Administración de Empresas.



2.3. Capacidades de la asignatura

- Propiciar que el estudiante desarrolle su capacidad de negociación, de diálogo e intercambio colaborativo y liderazgo, mediante el uso apropiado de la comunicación oral y escrita en sus propuestas de soluciones a problemas de gestión empresarial planteados.
- Desarrollar en el estudiante la formación empresarial y las capacidades emprendedoras que le permitan ampliar el panorama sobre el quehacer profesional y el reconocimiento de posibilidades de actividades independientes como la creación de nuevas empresas, o la consultoría y asesoría externa.
- Conectar al estudiante a las realidades más significativas, que hacen a la problemática de las empresas de la región, generando la posibilidad de análisis y propuestas de soluciones basados en conocimientos teóricos – prácticos, a ser suministrado durante el desarrollo del programa.
- Favorecer el desarrollo y potenciación de habilidades de pensamiento, interpretación, argumentación, proposición, y creatividad, como competencias básicas del administrador, que se transformarán en decisiones oportunas, eficientes y eficaces, en el ejercicio de la profesión.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - TENDENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Análisis de corriente de pensamiento, e impacto de los principales referentes de la Administración a nivel mundial. Peter Drucker: La Gerencia de Empresas. La Era Post Capitalista, etc. Stephen Covey: Los 7 hábitos de toda persona altamente eficaz. El 8° hábito. Michel E. Porter: Ventaja Competitiva (Creación y Sostenimiento de un desempeño superior). Peter Senge: La Quinta Disciplina. La Quinta Disciplina en la Práctica. Philip Kotler: El Marketing según Kottler. (Cómo crear, ganar y dominar mercados). Otros.

UNIDAD II - CASOS PRÁCTICOS DE LAS MEJORES EMPRESAS O EMPRESAS DE REFERENCIA

Análisis y resolución de Casos basados en la gestión de empresas de referencia: a) internacional tales como: General Electric. 3M. Marriot. Wal-Mart. Wal Disney. Sony. Jhonson & Jhonson. Otros y b) Nacionales: CIE. INC. ANDE. Otros.

UNIDAD III - HERRAMIENTAS, ACCIONES, HERRAMIENTAS, TENDENCIAS Y PRÁCTICAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Análisis de la gestión de ventas, créditos y cobranzas. Métodos alternativos de resolución de conflictos: la mediación, la negociación y el arbitraje. Las licitaciones públicas y privadas como oportunidades de crecimiento empresarial. Proceso de licitación en una entidad: normativas, documentos, procedimientos y plazos. Los nuevos criterios de sustentabilidad empresarial: pilares económico, ambiental y social.



El comercio electrónico y su influencia en las empresas actuales: alcance, ventajas, desventajas, factores que impulsan o restringen su uso. La función gerencial: análisis de los errores más frecuentes y propuestas de puntos de mejora como oportunidad de crecimiento profesional. Las finanzas personales y su impacto en el rendimiento empresarial y en el bienestar personal: la cultura del ahorro, el presupuesto mensual personal/familiar el uso de los instrumentos de crédito, el uso de los instrumentos de compra. El tablero de mando integral o Balance Scorecard como herramienta gestión estratégica de empresas: análisis de la estructura y análisis de ejemplos prácticos de aplicación de la herramienta en empresas de la región.

UNIDAD IV - EL ESCENARIO ACTUAL EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Análisis, debates, informes, asunción de posturas y conclusiones sobre la gestión empresarial o de las organizaciones, a partir de Charlas técnicas y ponencias de consultores, empresarios o gerentes de empresas del ámbito, y conversatorios para compartir sus experiencias, a través de eventos realizados en la Facultad o en los locales de otras instituciones. Visitas técnicas a empresas, para analizar la correlación entre el marco teórico académico, y las prácticas en las empresas, para conocer nuevas herramientas de gestión y tecnologías aplicadas en las empresas, con vistas a su valoración.

2.5. Estrategias metodológicas

Se utilizará una variedad de orientación pedagógica que además de las clases magistrales, comprenderá por sobre todo: talleres de práctica y trabajo en equipo, discusión de casos, aproximación de casos a la problemática socioeconómica de la región y en especial de las organizaciones y la detección de puntos de mejora aplicables a dichas realidades. Como complemento y medio de profundización práctica de la asignatura, se incluirá las charlas magistrales de invitados que se desenvuelven en empresas de reconocida trayectoria del entorno y visitas técnicas a empresas de la región. También se generarán propuestas viables y originales frente a las áreas-problemas elegidas a través de estudios de casos, planteando soluciones creativas, con base teórica y con la aplicación de herramientas de gestión aprendidas.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y producto. Los procesos evaluativos se centrarán a verificar las capacidades logradas, en cada etapa y durante todo el proceso. La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativo, por lo que servirán para la acumulación de puntajes de cada etapa, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de cátedra vigente.

2.7. Criterios de evaluación

- Cognitivo: se refiere a capacidades que muestra el estudiante para pensar, deducir, analizar, comprender, e inferir los aprendizajes para que sea capaz de transferirlos desde sus competencias adquiridas.
- Discursivo: este criterio obedece a capacidades de dialogo y expresión con el otro, de argumentación y fundamentación de manera escrita y oral sobre

inquietudes que se generen, produciendo respuestas adecuadas de los temas propuestos.

- **Aplicativo:** este criterio responde a capacidades desarrolladas para el planeamiento, diseño, aplicación y análisis de diferentes propuestas de proyectos académicos, fundamentados en principios y teorías, analizadas durante el curso.
- **Actitudinal:** durante el proceso el estudiante deberá asumir una actitud de responsabilidad y compromiso con relación a su propio proceso de formación de sus habilidades para el trabajo individual y grupal, además de la práctica de la vida ciudadana, del cuidado del medio ambiente y de la sustentabilidad de los recursos.

2.8. Bibliografía

Básica

- BOYETT, Joseph y BOYETT, Jimmie. (2000). Lo mejor de los Gurús.
- COLLINS, James C y PORRAS, Jerry I. (2000). Hechas para durar – Prácticas exitosas de empresas visionarias. Editora JPA Ltda. Río de Janeiro
- COVEY, Stephen R. (2005) El 8° hábito – De la efectividad a la Grandeza. Paidós. Buenos Aires.
- DRUCKER, Peter. (2000). La gerencia de empresas. Litografía Rosses, S.A. Barcelona.
- GARCÍA DEL JUNCO, Julio y CASANUEVA ROCHA, Cristóbal. (2000). Gestión de empresas – Enfoques y técnicas en la práctica. Editora Pirámide. Madrid.
- KOTLER, Philip. (2000). El marketing según Kotler. Editora Verlap. Buenos Aires.
- L y M, Asesoría Empresarial. (2000). Leader Management – Para quienes deciden. L y M, Asesoría Empresarial. Asunción.
- PORTER, Michael. (1995). Ventaja competitiva – Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Sociedad Impresora Americana. Buenos Aires.
- SENGE, Peter. (1998). La quinta disciplina en la práctica – Estrategias y herramientas para construir la organización al aprendizaje. Ediciones Juan Granítica, S.A. Barcelona.
- STEVENS, Michael. (2000). Cómo ser mejor resolviendo problemas de negocios. Panorama Editorial. México D.F.
- Lussier, R., y Achua, C. (2005). *Liderazgo Teoría, Aplicación y Desarrollo de Habilidades*. México: Thompson.
- Ury, William y Fisher, Roger. *Sí. De Acuerdo*.

Complementaria

- Hughes, R., Ginnett, R. y Curphy, G. *Como aprovechar las lecciones de la experiencia*. (5ª ed.).