



PROGRAMA DE ESTUDIOS

ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Quinto
Área de formación	Profesional
Código	5561
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 de estudios

La asignatura Administración de la Producción, describe el proceso de producción teniendo en cuenta sus elementos básicos de Insumos, Proceso de Conversión, Productos de bienes o servicios, así como también las fluctuaciones aleatorias que modifican el proceso y la retroalimentación necesaria para una mejoría continua. Se enfoca en las etapas del proceso que implican una Planeación, Organización y Control, en sus diferentes aspectos características. Constituye una materia evidentemente profesional, porque implica que el administrador debe, necesariamente, conocer los conceptos de la generación o transformación del producto dentro de la organización. Tiene como objetivo, justamente, que al concluir el curso, el alumno pueda utilizar los conceptos teóricos y prácticos para una buena gestión en el ámbito de la producción.

2.2. Objetivo general del programa

Facilitar a los estudiantes los conceptos y elementos propios que hacen a la Gestión del proceso productivo, que en la práctica es común a toda clase de organización. Asimismo, generar un espíritu de investigación para el mejoramiento y consolidación de los procesos actuales. Finalmente, afianzar la importancia del control de la gestión productiva, la importancia de una buena planificación, creación de modelo de gestión y retroalimentación constantes para el logro de una mejora continua.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Aplica metodologías de planeación de las operaciones y de la cadena de abastecimiento.
- Comprende el ciclo de diseño de un producto y selección del esquema productivo.



- Identifica entiende y analiza los procesos de prestación de servicios y producción.
- Determina el proceso productivo de acuerdo con la programación de la producción de la organización.
- Conoce y aplica la dinámica de los conceptos y elementos del área de Gestión de la producción y su aplicación al ámbito empresarial.
- Conoce las relaciones existentes entre las políticas y principios que rigen la actividad productiva de las empresas y los costos de los sistemas productivos.
- Aplica técnicas de planificación en la producción de bienes o servicios.
- Evalúa el comportamiento de los sistemas de producción de cualquier empresa, sus costos y la calidad total.
- Conoce y aplica formas de administración de los recursos con que cuenta una empresa con el propósito de optimizar la producción.
- Analiza características del sistema productivo, orientado al sector en que se desenvuelve una empresa u organización, mediante la correcta identificación de conceptos, procesos y aplicaciones de los elementos productivos que inciden en la elaboración de un producto o en brindar un servicio de manera óptima.
- Evalúa relaciones existentes entre necesidades de producción y objetivos de una organización de acuerdo con las ventas del plan de mercadeo y las metas de ventas.
- Diseña programar la producción de acuerdo con objetivos de una organización y estándares de calidad.
- Aprende a liderar y dirigir la gestión de los ciclos de trabajo de acuerdo con la programación de la producción de la empresa.
- Verifica coherencia de resultados de la gestión de producción, y logro de los objetivos de la organización.
- Desarrolla capacidades de análisis de síntesis, de gestión, y trabajo en equipos.
- Se comunica con claridad, corrección y precisión tanto de manera oral como escrita.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - ADMINISTRACIÓN DE LAS OPERACIONES

Función operacional en las Organizaciones. Tecnología de conversión. Operaciones de producción relacionadas a operaciones de servicio. Una visión sistemática de las operaciones. Definición de subsistema. Las organizaciones vistas como un sistema. La administración de las operaciones.: planeación, organización, control – sustento teórico.



UNIDAD II - DECISIONES SOBRE DISEÑO DE PRODUCTOS O PROCESOS

Diseño de nuevos productos. Ciclo de vida de los productos. Proceso de desarrollo de productos. Confiabilidad del producto. Diseño de servicio y procesos de servicio. Tendencia de automatización de los servicios.

UNIDAD III - CAPACIDAD DE LAS OPERACIONES

La necesidad de la planeación de la capacidad. Relación entre la decisión de capacidad y la localización. Decisiones de planeación de capacidad. Medición de la capacidad. Estimaciones de la necesidad futura de planeación. Administración del cambio de capacidad.

UNIDAD IV - PLANEACIÓN DE LA UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES

Necesidad de planear la ubicación. El punto de equilibrio. Efectos de la ubicación en los costos e ingresos. Procedimientos generales. Estudio preliminar. Análisis detallado. Modelos de ubicación. Programación lineal y simulación. Impacto en el comportamiento por la ubicación de las instalaciones.

UNIDAD V - PLANEACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Concepto. Tipo de operaciones de manufactura y servicio. Diseño básico de distribución física. Enfoque comparativo de la manufactura repetitiva.

UNIDAD VI - ORGANIZACIÓN DEL SISTEMA DE CONVERSIÓN

Diseño de puestos de trabajo. Normas de producción y operaciones. Ayudas para el análisis de método de trabajo. Fisiología del trabajador. Ambiente de trabajo. Dimensiones del comportamiento del trabajador, diseño efectivo del puesto. Combinación de enfoques.

UNIDAD VII - PRINCIPIOS BÁSICOS DE CONTROL

Elementos de un sistema de control. Control de existencia. Clases. Objetivos. La gestión del stock. Stock mínimo. Punto de pedido. Lote económico de reposición. Stock máximo.

UNIDAD VIII - ADMINISTRACIÓN DEL STOCK

Inventarios del stock. Sistemas de medición y contaje. Método ABC del inventario del stock. Métodos de evaluación del stock.

UNIDAD IX - LA ADMINISTRACIÓN ORIENTADA A LA CALIDAD

Responsabilidad para la Dirección. Calidad de producto. Administración para mejorar la calidad. Diagnóstico de la calidad orientada a la administración. Disyuntiva entre calidad y cantidad.

2.5. Estrategias metodológicas

La propuesta metodológica para el desarrollo del programa estará centrada en la actividad cognitiva, y la participación activa del estudiante en su aprendizaje. Se propone la integración teoría – práctica o práctica – teoría; mediante actividades contextualizadas y que estimulen la reflexión y acción del estudiante. Se realizarán ejercicios y casos prácticos con temas relacionados a la producción dentro de una organización.



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 sumativo, 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

- Adam, Everett E. Jr.; Ebert, Ronald J. (1991) Administración de la producción y las operaciones Prentice-. Hall. México.
- Adam, Everett E. Jr.; Ebert, Ronald J. (1991) Administración de la producción y las operaciones conceptos, modelos y comportamiento humano. Prentice-. Hall. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6112/10/17960_8.pdf. Lectura electrónica.
- Chase R., Aquilano, N. y Jacobs, F. (2009). *Administración de producción y operaciones*. (12ª ed.). McGraw-Hill.

Complementaria

- RAUL VILCARROMERO RUIZ La Gestión de la Producción. Biblioteca Virtual Eumed. En línea <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/1321.pdf>.
- Tawfik, L. y Chauvel, A. (1998). *Administración de la Producción*. México: McGraw-Hill.



Universidad Nacional del Este

Facultad de Ciencias Económicas

Avda. Universidad Nacional del Este y Avda. Paraguay - Km 8 Acaray
Campus Universitario - Ciudad del Este - Paraguay
(061) 575 056 / 575 082 - www.fceune.edu.py

- Gaither, Norman y Frazier, Greg. *Administración de producción y operaciones*. México.
- Edición Internacional Thompson.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

COMERCIALIZACIÓN II

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Quinto
Área de formación	Profesional
Código	5562
Prerrequisitos	
Carga horaria anual total	75
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales semanales	2 horas reloj Teóricas: 1 prácticas: 1
Responsables	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Comercialización II es una disciplina que prepara al estudiante para ser un operador comercial con calidad y eficiencia en los diferentes mercados del mundo globalizado muy competitivo.

2.2. Objetivo general del programa

La asignatura Comercialización II aporta al estudiante un marco conceptual y metodológico para analizar y aprender a operar comercialmente en los diferentes mercados con calidad y eficiencia. Además de capacitarlo para fortalecer un perfil profesional competitivo que le ayude a realizar el diseño, implementación y puesta en marcha de las operaciones comerciales en los ámbitos de la teoría y la práctica. Y aplica métodos y técnicas de la investigación y desarrolla vocabularios técnicos que en la actualidad se utilizan en el ámbito comercial nacional e internacional.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Identifica tipos de mercados organizacionales (mercados de negocios) y los factores que influyen de manera importante en el comportamiento de compra de las organizaciones.
- Aplica decisiones para el Diseño de productos que hacen relación a marcas, productos, empaque, etiquetas y servicios.
- Conoce estrategias de la comercialización durante el ciclo de vida de los productos.
- Establecer factores internos y externos a tener en cuenta para fijar precios y los enfoques generales sobre la fijación del precio.
- Aplica estrategias de fijación de precios de los productos y las reacciones a los cambios de precios.



- Analiza los problemas a que se enfrenta una empresa en el momento de establecer sus sistemas de distribución física.
- Conoce y aplica estrategias de comunicación y promoción y las principales decisiones sobre publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas.
- Conoce manera de operar en la comercialización internacional.
- Aplica principios de comercialización con responsabilidad social y ética profesional.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - PERFIL DEL GERENTE COMERCIAL. MERCADOS ORGANIZACIONALES Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LA ORGANIZACIÓN

Perfil del Gerente Comercial. Funciones vital de la Gerencia Comercial. Mercados Organizacionales: Tipos de mercados organizacionales. Características de los mercados organizacionales. Modelo del comportamiento de compra organizacional. Comportamiento de compra industrial: ¿Qué decisiones de compra toman los compradores industriales? ¿Quién participa en el proceso de compra industrial? ¿Qué es lo que más influye en los compradores industriales? ¿Cómo toman sus decisiones de compra los compradores industriales? Comportamiento de compra del Revendedor: ¿Qué decisiones de compra toman los revendedores? ¿Quién participa en el proceso de compra del revendedor? ¿Cómo toman sus decisiones de compra los revendedores? Comportamiento de compra del Gobierno: ¿Quién participa en el proceso de compra del Gobierno? ¿Cuáles son las principales influencias en los compradores del Gobierno? ¿Cómo toman sus decisiones de compra los compradores del Gobierno?

UNIDAD II - DISEÑO DE PRODUCTOS: MARCAS, PRODUCTOS, EMPACADO Y SERVICIOS

¿Qué es un producto? Niveles de productos. Clasificación de los productos: Bienes duraderos, bienes perecederos y servicios. Bienes de consumo. Bienes industriales. Decisiones sobre un producto específico: Decisiones sobre el atributo del producto. Decisiones sobre la marca. Decisiones sobre el empaque. Decisiones sobre el etiquetado. Decisiones sobre servicios de apoyo al producto. Decisiones sobre la línea de productos: Decisiones sobre la amplitud de la línea de productos. Decisiones sobre la extensión de la línea de productos. Decisiones sobre la presentación de la línea de los productos. Decisiones sobre la mezcla de producto.

UNIDAD III - DISEÑO DE PRODUCTOS: DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS PARA EL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS

Estrategias de desarrollo de nuevos productos: Generación de ideas. Filtrado de ideas. Desarrollo y verificación de conceptos. Desarrollo de la estrategia de comercialización. Análisis comercial. Desarrollo del producto. Prueba de mercado. Comercialización. Aceleración del desarrollo de un nuevo producto. Estrategias sobre el ciclo de vida del producto: Etapa de desarrollo del producto. Etapa de



introducción. Etapa de crecimiento. Etapa de madurez. Etapa de declinación. Estrategias alternativas: estrategias de integración. Estrategias intensivas. Estrategias de diversificación. Estrategias defensivas. Estrategias genéricas de Michael Porte.

UNIDAD IV - FIJACIÓN DEL PRECIO DE LOS PRODUCTOS: CONSIDERACIONES Y ENFOQUES SOBRE LA FIJACIÓN DE PRECIOS

Factores a tener en cuenta al fijar los precios: Factores internos que influyen en las decisiones sobre la fijación de precios. Factores externos que influyen en las decisiones sobre la fijación de precios. Enfoque generales sobre la fijación de Precios: Fijación de precios en función del costo. Fijación de precios en función de comprador. Fijación de precios en función de la competencia.

UNIDAD V - FIJACIÓN DEL PRECIO DE LOS PRODUCTOS: ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Estrategias de fijación de precios de nuevos productos: Fijación del precio de un producto innovador. Fijación del precio de un producto imitativo. Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos: Fijación de precios de la línea de productos. Fijación del precio de un producto opcional. Fijación del precio de un producto cautivo: Fijación del precio de un producto cautivo. Fijación del precio de productos accesorios. Fijación del precio de un paquete de productos. Estrategias de ajustes de precios: Fijación de precios de descuento y bonificaciones. Fijación de precios diferenciada. Fijación de precios psicológica. Fijación de precios promocional. Fijación de precios geográfica. Cambios de precios: Preparación de los cambios de precios. Reacciones ante los cambios de precios.

UNIDAD VI - COLOCACIÓN DE PRODUCTOS: CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA

La naturaleza de los canales de distribución: ¿Por qué se utilizan intermediarios? Funciones del canal de distribución. Número de niveles del canal. Comportamiento y organización del canal: Comportamiento del canal. Organización del canal. Decisiones sobre el diseño del canal: Análisis de las necesidades de servicio al consumidor. Determinación de los objetivos y restricciones del canal. Identificación de las principales alternativas. Evaluación de las principales alternativas del canal. Decisiones sobre la administración del canal: Selección de los miembros del canal. Motivación de los miembros del canal. Evaluación de los miembros del canal. Decisiones sobre la distribución física (logística de distribución): Naturaleza de la distribución física. Objetivos de la distribución física. Procesamiento de pedidos. Almacenamiento. Inventarios. Transporte. Elección de los medios de transporte. Empaque. Responsabilidad de la organización por la distribución física.

UNIDAD VII - COLOCACIÓN DE PRODUCTOS: MENUDEO Y MAYOREO

Comercio al menudeo: Menudeo en Tiendas: Proporción del servicio. Líneas de productos en venta. Precios relativos. Control de establecimientos de menudeo. Tipos de agrupamiento de tiendas. Menudeo fuera de tiendas: comercialización directa. Venta directa. Ventas automáticas. Decisiones de comercialización en el comercio al menudeo: la decisión del mercado meta. Decisión sobre el surtido de



productos y servicios. Decisiones sobre precios. Decisiones sobre promoción. La decisión de la plaza. El futuro del comercio al menudeo. Comercio al mayoreo: Tipo de mayoristas. Mayoristas comerciales. Corredores y gentes. Sucursales y oficinas de ventas de los fabricantes. Decisiones de comercialización del vendedor mayorista: la decisión del mercado meta. Decisiones sobre el surtido de productos y servicios. Decisiones sobre precios. Decisiones sobre promoción. La decisión de la plaza. Tendencia en el comercio al mayoreo.

UNIDAD VIII - PROMOCIÓN DE PRODUCTOS: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Etapas del desarrollo de una comunicación eficaz: Identificación del público meta. Determinación de la respuesta deseada. Elección del mensaje. Elección de los medios de comunicación. Elección de la fuente del mensaje. Obtención de retroalimentación. Determinación de la mezcla del presupuesto de promoción total: Determinación del presupuesto de promoción total. Determinación de la mezcla promocional. Responsabilidad de la planeación de comunicaciones de comercialización.

UNIDAD IX - PROMOCIÓN DE PRODUCTOS: PUBLICIDAD, PROMOCIÓN DE VENTAS Y RELACIONES PÚBLICAS

Publicidad. Principales decisiones sobre publicidad: Fijación de objetivos. Decisiones sobre el presupuesto. Decisiones sobre el mensaje. Decisiones sobre los medios de comunicación. Evaluación de la publicidad. Promoción de ventas. Fijación de objetivos de promoción de ventas. Selección de los instrumentos de promoción de ventas. Desarrollo del programa de promoción de ventas. Pruebas previas y ejecución del programa. Evaluación de resultados. Relaciones públicas: Principales instrumentos de relaciones públicas. Principales decisiones sobre relaciones públicas.

UNIDAD X - PROMOCIÓN DE PRODUCTOS: VENTAS PERSONALES Y ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

Fijación de objetivos de la fuerza de ventas. Diseño de la estrategia de la fuerza de ventas: Estrategias de la fuerza de ventas: Estructura de la fuerza de ventas. Dimensiones de la fuerza de ventas. Compensaciones de la fuerza de ventas. Reclutamiento y selección de los representantes de ventas: Importancia de una selección cuidadosa. ¿Qué hace a un buen vendedor? Procedimientos de reclutamiento. Selección de los representantes de ventas. Capacitación de los representantes de ventas: Principios de ventas. El proceso de venta. Supervisión de los representantes de ventas: Cómo dirigir a los representantes de ventas. Cómo motivar los representantes de ventas. Evaluación de los representantes de ventas: Fuentes de información. Evaluación formal del desempeño.

UNIDAD XI - COMERCIALIZACIÓN AMPLIADA – COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

Comercialización internacional: concepto – formas que toma. Necesidad del marketing internacional: Razones de la internacionalización. Decisiones en Comercialización Internacional: Ojeada al ambiente de comercialización internacional: El sistema de comercio internacional. Ambiente económico. Ambiente



político – jurídico. Ambiente cultural. La decisión sobre el ingreso al mercado internacional. La decisión sobre cuales mercados penetrar – Indicadores. La decisión sobre cómo penetrar el mercado: Exportación. Empresas conjuntas. Inversión directa. La determinación del programa de comercialización: Producto. Promoción. Precio. Canales de distribución. La determinación de la organización de comercialización: Departamento de Exportaciones. División Internacional. Organización mundial. Globalización: definición – factores impulsores de la Globalización.

UNIDAD XII - COMERCIALIZACIÓN Y SOCIEDAD

Enfoques críticos de la comercialización: Repercusiones de la comercialización en los consumidores individuales. Repercusiones de la comercialización en la sociedad en general. Repercusiones de la comercialización en otros negocios. Acciones del Gobierno y la sociedad civil para regular la comercialización: Movimiento Pro-defensa del consumidor. Movimiento ecologista. Políticas de reglamentación de la comercialización. Iniciativas empresariales hacia una comercialización con sentido Social: El enfoque de comercialización Ilustrada. Ética de la comercialización.

2.5. Estrategias metodológicas

Los contenidos de la materia Comercialización II se desarrollarán en forma teórica, mediante la exposición, proyecciones, estudios dirigidos, comparaciones buscando fijar los conocimientos necesarios para asegurar la práctica con estudios de campo, toma de muestras de características cualitativas y cuantitativas de la profesión desarrollando la comercialización en forma internacional.

2.6. Aspectos evaluativos.

El proceso evaluativo se dará en forma de proceso y de producto las evaluaciones la cuales serán diagnosticas formativas y sumativas. Los puntajes se acumularán en cada etapa, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de catedra 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

- Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2004). *Marketing. Versión para Latinoamérica*. (11ªed.). Prentice Hall.

Complementaria

- PHILIP KOTLER – Dirección de Marketing – Décima Edición. Editorial Prentice Hall. Año 2001.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

DERECHO DEL TRABAJO

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Quinto
Área de formación	Complementaria
Código	5563
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 Derecho del Trabajo tiene el propósito de dar el conocimiento general a los alumnos en cuanto al manejo a las relaciones laborales entre la patronal y el trabajador dado que este es dependiente de aquel, en donde los trabajadores tienen sus propios derechos y obligaciones a igual el empleador. Las liquidaciones en forma general según cada caso, los contratos (fecha de ingreso y motivos de despidos-renuncias y otros).

2.2. Objetivo general del programa

- Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado en conocer el contenido de los principios generales y de la legislación positiva vigente en materias de Derecho de Trabajo y de la Seguridad Social.
- Tendrá Habilidades para resolver los casos y problemas jurídicos laborales y de seguridad social que son más frecuentes en la relación empleador - trabajador, mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos en el proceso enseñanza-aprendizaje de los contratos laborales entre la patronal y el trabajador.
- Manejara correctamente las liquidaciones que correspondan a cada caso. (Despidos Justificados /Injustificados) y la Notas que los trabajadores deberán firmar según el caso.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Resolver los problemas laborales de acuerdo a la situación que se presente.
- Aplicar las leyes laborales tal como lo realice el Ministerio de Justicia y Trabajo.



- Saber negociar con el trabajador principalmente el que tenga estabilidad laboral.
- Elaborar los Contratos Laborales cumpliendo con todos los requisitos.
- Preparar la redacción de las notas y proceder a las notificaciones.
- Preparar las liquidaciones pertinentes, Certificados de Trabajo, Antecedentes.
- Realizar las gestiones ante el IPS, MJT, SET, Municipalidades, Bancos y otras entidades privadas.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - DEL DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL

Nociones Generales. Concepto de Derecho del Trabajo. Concepto de Legislación Laboral. Características: a) rama diferenciada del Derecho Social; b) autonomía; c) orden público. Derecho de la Seguridad Social: concepto, fines y medios. Contexto político y socio-económico en el que actúa y se desarrolla el Derecho del Trabajo; consecuencias prácticas. De las fuentes del Derecho laboral. Legislación positiva vigente: a) en materia de Derecho del Trabajo; b) en materia del Derecho de la Seguridad Social. Fuentes especiales. Código del Trabajo y Código Procesal del Trabajo: contenido y objeto de cada uno de ellos. De la interpretación e integración de normas en el Derecho Laboral: Conceptos. Reglas. Principios generales del Derecho Laboral.

1) Irrenunciabilidad de derecho; 2) protector; 3) igualdad de salarios; 4) de continuidad; 5) primacía de la realidad; 6) de salarios; 7) de rendimiento; 8) de la buena fe. La flexibilización y la desregulación en materia laboral. Nociones y consagración normativa de cada uno de ellos. De los sujetos del Derecho Laboral.

Derecho del Trabajador; trabajadores para quienes no rige el Código Laboral; clasificación profesional. Concepto de empleador: representantes del empleador; intermediario; sustitución del empleador. Sujetos colectivos. Papel del Estado en el Derecho Laboral: sistema intervencionista y sistema autónomo. Objeto del Derecho Laboral. El Trabajo: concepto legal. Principios y normas establecidas por la Constitución y el Código Laboral.

UNIDAD II - DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Del contrato de trabajo. Definición legal. Elementos conceptuales. Caracteres. Fuentes. Clases de contratos en el Código Laboral: a) individuales, de equipo y colectivos; b) generales o comunes y especiales. De los requisitos esenciales de validez. Consentimiento válido. Vicios del consentimiento. La relación laboral. Contrato presunciones de trabajo. Capacidad jurídica de los contratantes: a) de los menores de edad; e) del fallido; f) del condenado a pena de penitenciaría. Objeto lícito y posible. Determinación del objeto. Trabajos excluidos de la regulación del Código Laboral. Propiedad del producto del trabajo contratado. Invenções producidas como consecuencia del contrato de trabajo: casos. Causa lícita. Nulidad total y nulidad parcial del contrato de trabajo: casos y efectos. De las modalidades del contrato de trabajo. Por la forma de celebrarlo. Datos y cláusulas del contrato de



trabajo escrito. Constancia de contrato verbal. Prueba del contrato de trabajo en caso de que falte el contrato escrito o la constancia. Por su duración. Por la forma de pagarse la remuneración. Por los sujetos de la relación jurídica. Contrato de trabajo en equipo: a) concepto legal; representante del grupo; atribuciones; c) derecho a la parte del salario global; d) abandono del trabajo componentes del grupo; e) distinción entre el contrato de equipo y el contrato colectivo de condiciones de trabajo. De los gastos del contrato de trabajo. Gastos de contrato celebrados y cumplidos dentro de la República. Gastos de contratos celebrados por trabajadores paraguayos para la prestación de servicios fuera del país. Del periodo de prueba en la etapa inicial del contrato. Objeto, duración y efectos. De los derechos y obligaciones que derivan del contrato. Respecto del empleador: derechos, obligaciones y prohibiciones. Respecto del trabajador: derechos, obligaciones y prohibiciones. De la prueba del contrato de Trabajo.

UNIDAD III - DE LAS CONDICIONES GENERAL DEL TRABAJO

De la duración máxima de las jornadas. Jornada de trabajo efectivo; clases de jornadas; duración; jornadas para menores de 18 años; jornadas para trabajos insalubres, peligrosos y penosos. Trabajo extraordinario; concepto, duración y cómputo; caso de los trabajadores técnicos. Trabajadores para quienes no rige la jornada máxima legal. Prolongación de la jornada para recuperación de horas pérdidas. Condiciones en que se autoriza el trabajo nocturno. Establecimiento de trabajo continuo: limitaciones. Jornadas extraordinarias con carácter permanente. Prescripción de acciones Resolución de problemas. De los descansos legales obligatorios para el trabajador. Descansos intermedios durante cada jornada. Descanso al término de la jornada. Descanso semanal; descanso dominical. Descanso en feriados civiles y religiosos. Confección de planilla especial: contenido, publicidad. De las vacaciones remuneradas. Cómputo y duración. Modo de calcular el salario de vacaciones Época de pago. Forma de otorgar las vacaciones. Compensación en dinero del derecho a gozar de vacaciones: casos; vacaciones proporcionales. Acumulación e interrupción de las vacaciones. Prohibiciones al trabajador. Prueba del goce y del pago. Vacaciones del trabajador menor de 18 años de edad. Resolución de problemas. Prescripción de la acción.

UNIDAD IV - DEL SALARIO

Definición. Estipulación libre del salario: límite. Principio de igualdad de salario: requisitos para su aplicación. Clases de salario. Forma. Época o plazo, lugar y prueba de pago. A quién se paga. Prohibición de renunciar al salario. Libertad del trabajador de disponer del salario. Prohibición de descuento del salario; excepciones. Economatos. Anticipo de salario. Protección del salario respecto a los acreedores del empleador: privilegio. Verificación y cobro de créditos laborales; reglas. Protección del salario respecto a la familia del trabajador: salario de la mujer casada; salario del menor de 18 años. Protección del salario respecto a los acreedores del trabajador: Inembargabilidad parcial, casos. Recargos de salarios: resolución de problemas. Prescripción de la acción. Del Aguinaldo. Concepto. Método de cálculo según los casos. Época y prueba del pago. Inembargabilidad. Resolución de problemas. Prescripción de la acción. Del salario mínimo legal. Concepto legal: Factores para la fijación del salario mínimo. Consejo Nacional de Salarios Mínimos: integración y atribuciones. Procedimiento para la fijación. Plazo de



vigencia. Edad del trabajador para gozar del salario mínimo. Salario mínimo en los trabajos a destajo. Efectos jurídicos de la fijación del salario mínimo. Publicidad. Resolución de problemas sobre reajustes de salarios. Prescripción de la acción. De la asignación familiar. Concepto y caracteres. Condiciones legales en que debe encontrarse del hijo del beneficiario. Formalidades para su percepción. Derecho del padre y la madre trabajadores. Caso de separación legal de los cónyuges. Protección legal. Época y forma de pago del beneficio. Extinción del derecho a la asignación familiar. Prescripción de la acción. Resolución de problemas.

UNIDAD V - DE LA SUSPENSIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO

Concepto; clases. Causas de suspensión: clasificación. Plazo de su duración; términos máximo de suspensión. Requisitos de fondo y forma para la procedencia de la suspensión. Impugnación de la suspensión. Efectos de la suspensión del contrato de trabajo. Reserva del empleo al trabajador suspendido. Reposición de los trabajadores suspendidos. Derecho del empleador para nombrar sustituto. Obligación del trabajador suspendido presentarse al empleo. Derecho del trabajador a ser readmitido. Suspensión ilegal: efectos. Derecho de opción que tiene el trabajador suspendido. De los trámites que deben seguirse para suspender los contratos de trabajo. Función de la Dirección del Trabajo. Autoridad competente en caso de conflicto. De la Terminación de los contratos de trabajos. Concepto; clases. Causas de suspensión: clasificación. Plazo de su duración; términos máximo de suspensión. Requisitos de fondo y forma para la procedencia de la suspensión. Impugnación de la suspensión. Efectos de la suspensión del contrato de trabajo. Reserva del empleo al trabajador suspendido. Reposición de los trabajadores suspendidos. Derecho del empleador para nombrar sustituto. Obligación del trabajador suspendido presentarse al empleo. Derecho de opción que tiene el trabajador suspendido. De los trámites que deben seguirse para suspender los contratos de trabajo. Función de la Dirección del Trabajo. Autoridad competente en caso de conflicto.

UNIDAD VI - DE LA TERMINACIÓN DE LOS CONTRATOS DE TRABAJOS

Concepto; clasificación de la terminación en el Código Laboral. Forma de establecer la antigüedad del trabajador. De la Terminación del contrato por causas generales o comunes a todos los contratos. a) casos en que el contrato termina sin responsabilidad para las partes; b) casos en que el contrato termina con responsabilidad para el empleador; indemnización que debe abonarse al trabajador. Prescripción de la acción. Resolución de problemas. De la Terminación del contrato por voluntad unilateral del empleador. Despido; concepto y clases. Causas justas de despido. Efectos legales. Reglas del Código para calcular la indemnización y la antigüedad. Resolución de problemas. Prescripción de la acción. Terminación del contrato de trabajo por voluntad unilateral del trabajador. Retiro. Concepto. Clases. Efectos jurídicos. Prescripción de la acción. Renuncia injustificada del trabajador: efectos. Reglas del Código para calcular la indemnización y la antigüedad del trabajador. Resolución de problemas. Prescripción de la acción. De la Terminación del contrato de trabajo por preaviso. Preaviso: concepto y finalidad; plazos legales, formas y notificación; efectos. Indemnización por falta de preaviso, carácter y modo de cálculo. Resolución de problemas. Prescripción de la acción. De la estabilidad en el Trabajo. El derecho a la estabilidad en la legislación paraguaya. Caracteres y



alcance. Trabajadores estables y trabajadores efectivos. Forma de proceder al despido del trabajador estable: procedimiento. Efectos del despido de un trabajador estable: a) caso de despido justificado; b) caso de despido injustificado. Extinción del establecimiento principal, sucursal, agencia o filial no motivada por caso fortuito o fuerza mayor. Despido del personal estable por disminución o falta del trabajo legalmente admitida. Renuncia injustificada del trabajador estable; efectos jurídicos. Resolución de problemas. Prescripción de la acción.

UNIDAD VII - DE LA PROTECCIÓN MATERIAL DEL TRABAJO. DE LA SEGURIDAD, LA HIGIENE Y LA COMODIDAD EN EL TRABAJO

Protección material del trabajo como obligación del empleador. Fundamento y alcance. Constitución, instalación, equipamiento y dirección de los establecimientos de trabajo para la adecuada protección de los trabajadores: legislación vigente. Obligación del empleador para preservar la vida, salud y moralidad de los trabajadores: reglas del Código. Obligación impuesta a los trabajadores en la acción preventiva de los riesgos profesionales: reglas del Código. Funciones de la autoridad administrativa del trabajador. En materia de seguridad e higiene industrial, legislación vigente. Obligaciones del empleado para la protección material del trabajo y para preservar la vida, salud y moralidad de los trabajadores; reglas del Código. Obligaciones de los trabajadores para la prevención de riesgos profesionales. Derecho de los trabajadores relacionados con la comodidad en el trabajo. Funciones y atribuciones de la autoridad administrativa del trabajo en materia de seguridad, higiene y comodidad. Autoridad administrativa del trabajo competente en esta materia. Legislación vigente.

UNIDAD VIII - DE LOS CONTRATOS ESPECIALES DE TRABAJO

Contrato de aprendizaje: Definición. Capacidad jurídica de las partes. Forma. Cláusulas del contrato. Obligaciones de las partes. Duración; período de prueba. Terminación del contrato. Contrato de trabajo de menores. Diversos grados de protección. Edad mínima de admisión al trabajo. Empleo de los menores entre 12 y 15 años en ocupaciones agrícolas y no industriales: requisitos. Empleo de menores entre 15 y 18 años: requisitos. Régimen del trabajo nocturno de los menores de 18 años. Libro de registro a cargo del empleador. Prohibición impuesta al empleador para alterar el contrato. Bases para la fijación del salario de los menores. Vacaciones anuales remuneradas. Contrato de trabajo de mujeres. Régimen del trabajo nocturno. Trabajos peligrosos o insalubres. Protección de la maternidad: descanso; prestaciones; derecho de lactancia. Salas maternas. Prohibición de ocupar mujeres en estado de gravidez para determinados trabajos. Garantías para la conservación del empleo y de los derechos adquiridos. Prohibición de despido de la trabajadora por matrimonio y maternidad. Contrato de Trabajo a Domicilio. Definición. Elementos. Empleadores y trabajadores a domicilio: concepto. Taller de familia. Desnaturalización del contrato. Obligaciones especiales del empleador; libro registro, libreta de salario. Retención del salario en caso de trabajo defectuoso o de materiales. Protección de la retribución: época de pago y cuantía. Tiempo de espera computable a favor del trabajador. Pagos de días feriados. Normas del contrato de trabajo común aplicables al trabajo a domicilio: excepciones. Contrato de Trabajo de



servicio doméstico: Definición. Trabajadores domésticos: concepto legal. Casos en que deben aplicarse las normas generales del Código relativas al contrato de trabajo común. Remuneración. Obligaciones especiales del empleador. Horario de trabajo y descansos legales. Terminación del contrato durante y después del periodo de prueba. Derecho del empleador para dar por terminado el contrato de trabajo sin aviso previo: casos. Modo de calcular el importe del preaviso e indemnización. Quienes no pueden ser trabajadores domésticos. Menores confiados a la protección y cuidado de casas de familia. Contrato de Trabajo Rural: Contrato de trabajo rural: formas y prueba; contenido. Trabajadores rurales. Empleador rural. Situación del arrendatario o aparcerero. Labores rurales regidas por las normas generales del contrato rural: prohibición legal. Labores rurales urgentes. Anticipo de salario en dinero. Terminación del contrato de trabajo: modalidades. Salario: forma y lugar del pago. Jornadas de trabajo y descansos legales. Período de prueba. Obligaciones especiales del empleador. Inspección y fiscalización del contrato de trabajo rural: sanciones. Contrato de trabajo en las empresas de transporte: Modalidades y alcance de la reglamentación especial. Distribución y cómputo de la jornada de trabajo. Uso de Uniformes. Seguridad de los medios de transporte. Prohibición de suministrar bebidas embriagantes o drogas enervantes. Trabajos indispensables en caso de huelga. Alimentación del personal. Operaciones de salvamento. Omisión e interrupción de viajes contratados. Garantías a los trabajadores. Descansos. Casos en que no será rescindible el contrato. Pago del salario en moneda extranjera. Atribuciones de la autoridad administrativa respecto a las horas de trabajo. Normas legales de aplicación subsidiaria.

UNIDAD IX - DEL DERECHO SINDICAL Y LA ASOCIACIÓN PROFESIONAL

Reconocimiento y alcance de la libertad sindical. Garantía de la libertad individual profesional. Autonomía de las asociaciones sindicales. Protección contra actos de injerencia. Independencia de las asociaciones sindicales frente a los partidos políticos y entidades religiosas. Prohibición de recibir subsidios. Legislación vigente. Sindicato profesional. Concepto, clase y finalidad. Derechos y obligaciones de los sindicatos registrados. Representación y responsabilidad del sindicato. Requisitos para ser miembros de un sindicato. Prohibición impuesta al sindicato. Inscripción registro y disolución del sindicato. Requisitos formales para la inscripción y registro. Asamblea constitutiva. Enunciaciones que debe contener el acta de la asamblea constitutiva. Estatutos: contenido. Requisitos legales exigidos para la validez de las decisiones adoptadas en las asambleas. Resoluciones que corresponden por su trascendencia a la asamblea general. Nómina de los miembros fundadores. Personería gremial: concepto, naturaleza y efectos. Federaciones y confederaciones: concepto, finalidades y requisitos para su constitución: personería gremial. Extinción y disolución de sindicatos, federaciones y confederaciones sindicales. Liquidación del sindicato y disposición del activo social; supervisión de la autoridad administrativa del trabajo. Estabilidad sindical. Concepto, personas protegidas. Despido de un dirigente protegido con la estabilidad sindical: procedimiento, efectos.



UNIDAD X - CONTRATO COLECTIVO DE CONDICIONES DE TRABAJO ORDINARIO

Concepto. Sujetos; Forma; objeto; duración; contenido: cláusulas comunes y compromisorias, cláusulas ilícitas. Datos que debe contener. Personalidad de los contratantes. Efectos del contrato colectivos. Extensión de los contratos colectivos a terceros; excepciones; derecho de adhesión. Revisión. Separación de un trabajador o de un empleador del sindicato pactante. Caso de disolución del sindicato de trabajadores pactantes. Acciones para exigir el cumplimiento del contrato colectivo de condiciones de trabajo. Responsabilidad y garantía. Terminación del contrato colectivo de condiciones de trabajo: casos; efectos. Rescisión: condiciones: obligaciones de los empleadores a celebrar contrato colectivo: requisitos según los casos: Vigilancia. Publicidad. Contrato- ley. Definición. Requisitos para su creación. Contenido. Efectos. Vigencia. Revisión. Terminación. Acciones emergentes. Publicidad. Vigilancia de su aplicación.

UNIDAD XI - DE LOS DERECHOS DE HUELGA Y PARO

De la huelga. Reconocimiento y alcance. Definición legal. Fundamentos. Forma y finalidad. Requisitos para la declaración de una huelga; consecuencias. Huelga legal; procedimientos; efectos. Huelga ilegal; casos; efectos. Huelga que afecta a servicios públicos. Medidas de conservación y seguridad durante la huelga. Terminación de la huelga. Modos. Prohibición al empleador para celebrar nuevos contratos mientras dure una huelga legal. Autoridad competente para calificar la huelga. Derecho de paro o cierre patronal. Definición legal, fundamento, forma de ejercer este derecho, objeto. Requisitos de fondo y de forma. Paro legal: concepto efectos. Autoridad competente para calificar el paro.

UNIDAD XII - DE LAS SANCIONES Y FALTAS DE CUMPLIMIENTO DE LAS LEVES DEL TRABAJO. CONTRAVENCIONES LABORALES

Concepto, elemento y clasificación. Sanciones. Concepto, Clasificación. Sanciones establecidas en el código laboral: clases. Sanciones a los empleadores. Sanciones al trabajador. Sanciones a dirigentes sindicales. Reglas del código para la aplicación de sanciones: procedimientos. Sanciones previstas por las leyes de previsión social; casos: procedimiento para su aplicación.

UNIDAD XIII - SEGURIDAD SOCIAL

Concepto, fines y medios. Legislación vigente. Previsión social. Concepto; instrumentos y fines. Del seguro social. Concepto; elementos; caracteres. Riesgos cubiertos. Personas protegidas; personas exceptuadas; seguro optativo. Inscripción y comunicaciones diversas respecto del empleador. Comunicaciones de entrada y salida. Inscripción y documentación respecto al trabajador. Prestaciones previstas para cada uno de los riesgos. Documentaciones exigidas por el I.P.S.: sanciones en caso de incumplimiento. Legislación vigente. Jubilaciones y pensiones. Jubilación: concepto sujetos beneficiarios. Clases de jubilaciones. Régimen administrativo y financiero. De las pensiones, casos. Normas comunes a las jubilaciones y pensiones. Legislación vigente.



UNIDAD XIV - DE LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA DEL TRABAJO

Enumeración de los organismos; atribuciones y funciones. Subsecretaría del trabajo; Dirección General de Seguridad e Higiene Industrial. Organización; secciones. Inspección del trabajo; atribuciones y deberes de los inspectores. Fines. Instituto de Previsión Social. Organización. Autoridades; Atribuciones de cada una de ellas. Recursos financieros. Legislación vigente. Documentos a cargo del empleador. Libros registros obligatorios; enumeración; formalidades: contenido. Planillas semestrales: enumeración; contenido; época de presentación. Procedimientos y formularios de inscripción patronal ante el I. P.S. y la Dirección del Trabajo.

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

- CRISTALDO, JORGE DARÍO – KRISKOVICH, JOSE. Código del trabajo actualizado. Asunción: editorial Litocolor.
- PROF. LUIS P. FRESCURA. Y CANDIA. Derecho paraguayo del trabajo y de la seguridad social. Asunción: editorial El Foro. Actualizado.

Complementaria

- Kriskovich y Di Martino. (1996). Manual de Legislación Laboral. Asunción: Marben.
- Paredes, Felipe Santiago. (2006). Guía Laboral.
- Barboza, R. e Irún, J. (2000). Las vacaciones anuales remuneradas. Asunción: Editorial Intercontinental.
- Colección. (2002). Monografías de Derecho del Trabajo N° 3 Instrumentos y modelos de Uso Práctico en las Relaciones de Trabajo. Asunción: Editorial Intercontinental.
- Altamirano A., José V. (2001). Primeros Auxilios Legales Derecho del Trabajo. (7ª ed.). Asunción.
- Soljancic Mora, José. (2004). Código del Trabajo con casos Prácticos. Asunción: Editorial Siglo 21.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Quinto
Área de formación	Profesional
Código	5564
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 investigación de mercados incluye una de las etapas más importantes y atrayentes de la mercadotecnia. Es de suma importancia en el perfil profesional porque dota a los alumnos de los conocimientos teórico- prácticos que le permitirán analizar e interpretar fenómenos relacionados con el mercado cada vez más competitivo, globalizado y cambiante, donde la toma de decisiones de mercadotecnia de manera oportuna, precisa y eficaz es fundamental. Toma de decisiones con estas características se logran contando con información suficiente que pueda arrojar la Investigación de Mercados.

2.2. Objetivo general del programa

Orientar a los estudiantes en el aprendizaje de las técnicas y conceptos necesarios para la que los mismos puedan iniciarse en el uso de herramientas para la realización de una investigación de mercados, realizarlos de manera efectiva y valorar la importancia de la investigación de mercados como soporte para la correcta toma de decisiones y reducción de incertidumbre; y su aplicación para la detección de tendencias y solución de los problemas de mercado.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Explica aspectos relacionados con la necesidad, aportes e importancia de la investigación de mercados.
- Aprecia necesidades de información para la toma de decisiones adecuadas y oportunas necesarias en la gestión de empresas.
- Analiza pasos de la planificación y ejecución de la investigación de mercados.
- Identifica diferentes tipos de investigación de mercados y su aplicación en función de las necesidades de la empresa.



- Diseña y ejecuta eficazmente proyectos de investigación de mercados.
- Comunica con precisión y claridad resultados de investigación de mercados.
- Escoge la técnica de investigación de mercados más adecuada al problema planteado.
- Aplica diversas técnicas para la recolección y manejo de los datos.
- Redacta informes de investigación considerando criterios técnicos y de redacción científica.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Panorama general. Definición de la investigación de mercados. Clasificación de la investigación de mercados. El proceso de la investigación de mercados. El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones de marketing. Investigación de mercados e inteligencia competitiva. La decisión de realizar investigación de mercados. El sector de la investigación de mercados. Elección de un proveedor de investigación. Ejemplos de Investigación – Casos.

UNIDAD II - DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y PLANTEAMIENTO DE UNA PROPUESTA

Definición del Problema. Importancia de la definición del problema. Tareas necesarias: discusiones con quienes toman decisiones, entrevistas con expertos en el sector, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa. Contexto ambiental del problema: Información previa y Pronósticos, Recursos y limitaciones, Objetivos, Comportamientos del Comprador, Ambiente Legal y Económico, capacidades tecnológicas y de marketing. Problema de decisión administrativa y problema de investigación de Mercados. Componentes del enfoque: marco teórico, Modelo Analítico, Preguntas de investigación, Hipótesis y especificación de la información requerida.

UNIDAD III - DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Definición del diseño de Investigación. Clasificación del Diseño de la Investigación. Investigación exploratoria. Investigación descriptiva: Diseños transversales, Estudios longitudinales, Ventajas y desventajas relativas de los diseños longitudinal y transversal. Investigación causal. Relaciones entre investigación Exploratoria, Descriptiva y Causal. Fuentes potenciales de error. Elaboración del Presupuesto y calendario del proyecto. Propuesta de la investigación de mercados.

UNIDAD IV - DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

La investigación exploratoria. Datos Secundarios. Datos primarios contra datos secundarios. Ventajas y usos de los datos secundarios. Desventajas de los datos secundarios. Criterios para evaluar los datos secundarios: especificaciones: metodología empleada para recolectar datos, error: exactitud de los datos, actualidad, objetivo, naturaleza, confiabilidad. Clasificación de los datos secundarios. Datos secundarios internos. Fuentes de datos secundarios externos publicados. Bases de datos digitalizadas: Clasificación empresas sindicadas como fuentes de datos secundarios. Datos sindicados de los hogares. Datos sindicados de instituciones. Combinación de información de distintas fuentes: datos de una sola fuente.



UNIDAD V - DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Investigación cualitativa. Datos primarios: Investigaciones cualitativa y Cuantitativa. Razones para usar la investigación cualitativa. Clasificación de los procedimientos de investigación cualitativa. Entrevistas mediante sesiones de grupo: características, planeación y conducción, ventajas y desventajas, aplicaciones de las sesiones de grupos; Sesiones de grupo en línea: ventajas y desventajas de las sesiones de grupo en línea, usos. Entrevistas de profundidad: características, técnicas, ventajas y desventajas, aplicaciones. Técnicas proyectivas: técnicas de asociación, de complementación, de construcción, expresivas, ventajas y desventajas, aplicaciones. Análisis de datos cualitativos.

UNIDAD VI - DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA: ENCUESTAS Y OBSERVACIÓN

Técnicas de Encuestas. Procedimientos de encuesta clasificados según el modo de aplicación. Encuestas telefónicas: tradicionales, asistidas por computadora. Técnicas personales: encuestas personales en casa, en centros comerciales, asistidas por computadora. Técnicas por correo: encuestas por correo, paneles por correo. Recursos Electrónicos: encuestas por correo electrónico, entrevistas por internet. Evaluación comparativa de las técnicas de encuesta. Selección de las técnicas de encuesta. Procedimiento de Observación: definición y clasificación de procedimientos. Tipos de observación clasificados de acuerdo con su aplicación: observación personal, observación mecánica, inventario, análisis de contenidos, análisis de rastros. Evaluación comparativa de los tipos de observación. Comparación entre las técnicas de encuesta y de observación. Investigación etnográfica. Otros procedimientos.

UNIDAD VII - DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CAUSAL: EXPERIMENTACIÓN

Concepto de causalidad. Condiciones para la causalidad: Variación concomitante, orden temporal de la ocurrencia de las variables, ausencia de otros factores causales posibles. Definiciones y conceptos: variables independientes, unidades de pruebas, variables dependientes, variables extrañas, experimento, diseño experimental. Validez en la experimentación: validez interna, validez externa. Variables extrañas. Control de las variables extrañas. Experimentos de laboratorio y experimentos de campo. Limitaciones de la experimentación. Aplicación: prueba de mercado.

UNIDAD VIII - MEDICIÓN Y ESCALAMIENTO

Medición y escalamiento: Técnicas comparativas. Conceptos. Escalas de medición básicas: escala nominal, ordinal, de intervalos y de razón. Comparación de las técnicas de escalamiento: escalas comparativas, escalas no comparativas. Técnicas comparativas de escalamiento: comparación pareada, por rangos ordenados, de suma constante, otros procedimientos. Técnicas no comparativas de escalamiento: escala de clasificación continua. Escalas de clasificación por ítem: escala de Likert, diferencial semántico, stapel. Escalas de partida múltiples. Escalas de reactivos múltiples. Evaluación de la escala. Elección de una técnica de escalamiento.



UNIDAD IX - DISEÑO DE CUESTIONARIOS Y FORMATOS

Cuestionarios y formatos para observación.: Definición cuestionario, Objetivos del cuestionario. Proceso del diseño del cuestionario. Especificar la información que se necesita. Tipo de entrevista. Contenido de las preguntas. Superar la incapacidad de responder. Superar la renuencia a responder. Elección de la estructura del cuestionario: preguntas no estructuradas, estructuradas: preguntas de opción múltiple, dicotómicas, escalas. Elección de la redacción de la pregunta. Determinar el orden de las preguntas. Formato y distribución. Reproducción del cuestionario. Prueba piloto. Formatos para la observación.

UNIDAD X - MUESTREO DISEÑO Y PROCEDIMIENTO

Muestra o censo: población censo, muestra. El proceso de diseño del muestreo.: definición de la población meta, marco de muestreo, elección de una técnica de muestreo, tamaño de la muestra, realización del proceso de muestreo. Clasificación de las técnicas de muestreo. Técnicas de muestreo no probabilístico: por conveniencia, por juicios, por cuotas, muestreo de bola de nieve. Técnicas de muestreo probabilístico: aleatorio simple, sistemático, estratificado, por conglomerados. Elección del muestreo probabilístico o no probabilístico. Muestreo por internet.

UNIDAD XI - TRABAJO DE CAMPO

La naturaleza del Trabajo de campo. Procesos del trabajo de campo y de recolección de datos. Selección de los trabajadores de campo. Capacitación de los trabajadores de campo: contacto inicial, planteamiento de preguntas, sondeo, registro de respuestas, terminación de la entrevista Supervisión de los trabajadores de campo: control de calidad y corrección, control de muestreo, control de fraudes, control de la oficina central. Validación del trabajo de campo. Evaluación de los trabajadores de campo: costo y tiempo, tasas de respuestas, calidad de las entrevistas, calidad de los datos.

UNIDAD XII - PREPARACIÓN DE LOS DATOS

El proceso de preparación de datos. Revisión del cuestionario. Edición. Codificación. Transcripción. Depuración de datos. Ajuste estadístico de los datos. Elección de una estrategia para de análisis de datos. Clasificación de las técnicas estadísticas. Distribución de frecuencias. Estadísticos asociados con la distribución de frecuencias.

UNIDAD XIII - PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL INFORME

Importancia del informe y la presentación. El proceso de preparación y presentación del informe. Preparación del informe. Formato del informe. Redacción del informe. Lineamientos para las tablas. Lineamientos para las gráficas. Distribución del informe. Presentación oral. Lectura del informe de investigación. Seguimiento de la investigación: ayudar al cliente, evaluación del proyecto de investigación. Tipos de informes de investigación: técnicos o divulgativos.

UNIDAD XIV - SEGMENTACIÓN Y POTENCIAL DE MERCADO

Ventajas de la segmentación del mercado. Bases de la segmentación y selección de la base de segmentación. Estimación de potencial del mercado. Pronósticos.

UNIDAD XV - ÉTICA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Cuestiones sociales en la investigación de mercados. Ética en la investigación de mercados: El cliente, El entrevistado.



2.5. Estrategias metodológicas

La asignatura Investigación de Mercados se desarrollarán en clases expositivas con participación activa de los alumnos, en discusión de casos prácticos con lecturas y tareas dirigidas, trabajos individuales y grupales realizados en la clase y los trabajos grupales los que consistirán en realizar investigaciones sobre el grado de satisfacción de una empresa dada que funciona en el mercado real.

2.6. Aspectos evaluativos

Cada estudiante será evaluado durante el proceso de aprendizaje en el año lectivo, a través de pruebas parciales, elaboración de los trabajos grupales e individuales en clases, acumulando puntos que ayudaran a que el estudiante pueda habilitar y llegar con ello a la prueba final de la materia. Los puntajes se acumularán en 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

- Malhotra, Naresh K. (2008) Investigación de Mercados, quinta edición, Pearson Educación, México.

Complementaria

- Merino Sanz, María Jesús. Introducción a la Investigación de Mercados, segunda edición.
- Philip Kotler. Dirección de Mercadotecnia, Análisis, Planificación, Implementación y Control, 8ª edición.
- Idalberto Chiavenato. Introducción a la Teoría General de la Administración, 7ª. Edición, 2004.



Universidad Nacional del Este

Facultad de Ciencias Económicas

Avda. Universidad Nacional del Este y Avda. Paraguay - Km 8 Acaray
Campus Universitario - Ciudad del Este - Paraguay
(061) 575 056 / 575 082 - www.fceune.edu.py

- Pérez Marques, María. Técnicas de investigación de mercados, primera Edición.
- Grande Esteban, Ildefonso; Abascal Fernandez, Elena. Fundamentos y técnicas de investigación comercial, 12ª edición.
- Payne, Stanley L. El arte de hacer preguntas.
- Kinnear, T. y Taylor, J. (2010). Investigación de Mercados. (5ª ed.). México: McGraw-Hill.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

PLANEAMIENTO A LARGO PLAZO Y ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Quinto
Área de formación	Profesional
Código	5565
Prerrequisitos	
Carga horaria anual total	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 Planeamiento a Largo Plazo y Estudios de Factibilidad contiene conocimientos y herramientas aplicables a las empresas donde desarrollará su gestión el profesional Administrador.

2.2. Objetivo general del programa

La asignatura Planeamiento a Largo Plazo y Estudios de Factibilidad tiene como objeto integrar conocimientos técnicos y procedimientos que asegure la eficiencia en la labor del Administrador.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Elabora conceptos de proyectos de inversión y sus elementos.
- Secuencia elementos de proyectos de inversión en procesos dados.
- Explica incidencia del estudio técnico de mercado económico financiero en la formulación de los proyectos de inversión considerando análisis de riesgos y beneficios probables que brindan los proyectos de inversión a los emprendimientos.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - PROYECTOS DE INVERSIÓN

Conceptos Generales. Preparación y Evaluación de Proyectos. La toma de decisiones asociadas a un proyecto. La evaluación de proyectos. Los proyectos en la planificación del desarrollo.



UNIDAD II - EL PROCESO DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Alcances del estudio del proyecto. El estudio del proyecto como proceso. El estudio técnico del proyecto. El estudio de mercado. El estudio organizacional y administrativo. El estudio financiero.

UNIDAD III - EL ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO ANALÍTICO: Demanda, oferta, precio y comercialización. PROYECCIONES: Lineales, exponenciales y logarítmicas. ELASTICIDADES: Demanda, precio, consumo - ingreso, otros. Prácticas del estudio de mercado. Aspecto organizacional de la empresa.

UNIDAD IV - EL ESTUDIO TÉCNICO

INGENIERÍA DEL PROYECTO: Proceso de producción, maquinaria y equipo, mano de obra e insumo, instalaciones. TAMAÑO DEL PROYECTO: Criterios, factores, alternativas. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO: Criterios, factores y alternativas. HERRAMIENTAS: Peri - CPM, Diagramas de Gantt, Microsoft Project Time Line y otros.

UNIDAD V - EL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

INVERSIÓN DEL PROYECTO: Inversión fija, capital de trabajo, programas de inversión. COSTOS E INGRESOS: Costo fijo, costo variable, estructura de ingresos, punto de equilibrio, programas de costos e ingresos. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO: Financiamiento interno y externo, fuentes de Financiamiento, plan financiero, prácticas de estudio económico - financiero.

UNIDAD VI - FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Proyectos empresariales. Proyectos industriales. Proyectos agropecuarios. Proyectos de servicios. El proceso de formulación del proyecto. La evaluación ex - ante del proyecto. Trabajos de investigación.

UNIDAD VII - FORMULACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO SOCIAL

Estrategia de desarrollo y proyecto de desarrollo. El diagnóstico y el análisis de la realidad actual. Formulación evaluación y análisis de sensibilidad. La gestión del proyecto en la fase de ejecución y operación. Entidades gubernamentales y privadas relacionadas con los proyectos en el Paraguay.

UNIDAD VIII - LAS INVERSIONES PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA

Inversión en capital de trabajo. Método Contable. Método del periodo de desfase. Método del déficit acumulado máximo.

UNIDAD IX - BENEFICIOS DEL PROYECTO

Tipos de beneficios. Valores de desecho. Políticas de precio. El análisis de rentabilidad para la fijación de precios.



UNIDAD X - FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Elementos del flujo de caja. Estructura de un flujo de caja. Flujo de caja del inversionista. Flujos de caja de proyectos en empresas en funcionamiento.

UNIDAD XI - CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Fundamentos de matemáticas financieras. El criterio del valor actual neto (VAN). El Criterio de la Tasa Interna de Retorno. (TIR). Comparaciones entre VAN y TIR. Otros criterios de decisión. Efectos de la inflación en la evaluación del proyecto.

UNIDAD XII - ANÁLISIS DEL RIESGO

El riesgo en los proyectos. La medición del riesgo. Métodos para tratar el riesgo. Análisis y evaluación del riesgo. El medio ambiente y los riesgos en el Paraguay. Legislación vigente.

2.5. Estrategias metodológicas

La asignatura Planeamiento a Largo Plazo y Estudios de Factibilidad se desarrollarán de manera teórica mediante exposiciones del profesor con participación activa de los alumnos, en discusión de casos prácticos con lecturas las clases prácticas con tareas dirigidas trabajos individuales y grupales realizados en la clase y los trabajos grupales.

2.6. Aspectos evaluativos

Esta asignatura se evaluará durante el proceso y al final de cada etapa en los cuales se asignarán puntajes consensuados con los alumnos en clases los cuales estarán sujetos a la ponderación indicada, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de catedra 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

- Morales Castro, A. y Morales Castro, J. (2009). Proyectos de Inversión– Evaluación y Formulación. (5ª ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V. Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo. (2008).
- Evaluación de Proyectos. Gabriel Baca Urbina. Editorial Mc. Graw Hill. Tercera Edición. 1997.
- Guía para la Presentación de Proyectos. lipes. Editorial Siglo veintiuno. Tercera Edición. 1992.
- Formulación y Gestión de Proyectos de Desarrollo. Irene Horejs. Editorial HV Manitas 1991. Segunda Edición. 1998.
- Preparación y evaluación de proyectos. (5ª ed.). México: McGraw-Hill.

Complementaria

- Análisis de Proyectos de Inversión. Juan Mascareñas — Gustavo Leja riega. Editorial Edema Universidad. Tercera Edición 1992.
- Administración y Dirección de Proyectos, Un Enfoque Integrado. Pedro Briseño. Editorial Mc. Graw Hill. Segunda Edición 1996.
- Manual de Proyectos de Desarrollo Económico — Editado por Naciones Unidas, México, 1985.
- Proyectos de Desarrollo — Planificación, Implementación y Control. — Editado por el Banco Interamericano de Desarrollo, 1992.
- Análisis Económico de Proyectos Agrícolas” - Pnce Gittinger. Publicado por el IDE del Banco Mundial.
- “Evaluación Económica de Proyectos de Inversión” - Manual. A. Sola net. Sociedad Argentina De Estudios, 1.975.
- Financiamiento de Proyectos. John D. Finnerty. Editorial PHH. 1996.
- Fondo de Población de las Naciones Unidas UNFPA, y Asociación Paraguaya de Estudios de Población ADEPO. (2004). Manual de elaboración de proyectos con enfoque socio demográfico y ambiental.
- Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos.
- Sapag Puelma, José Manuel. (2007). Evaluación de proyectos. Guía de ejercicios, problemas y soluciones. (3ª ed.). Bogotá. McGraw-Hill.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

COMERCIO EXTERIOR

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Quinto
Área de formación	Profesional
Materia/módulo	Comercio Exterior
Código	5566
Prerrequisito	
Carga horaria	75
Carácter	Obligatorio
Créditos	
Horas presenciales	2 horas reloj Teóricas: 1 prácticas: 1
Responsable	
Fecha	

2. Descripción del espacio curricular

2.1. Presentación del programa

La asignatura Comercio Exterior, busca proporcionar conocimientos que favorezcan el análisis del comportamiento de productores consumidores, y del mercado local e internacional aplicando su pensamiento lógico y abstracto, mediante aplicando los principios y teorías para obtener soluciones a la problemática que genera el intercambio de los países a través de sus mercados en el que intervienen los exportadores e importadores. Comercio Exterior es una asignatura del área de Administración y es de naturaleza teórico-práctica, conformados por los conocimientos y experiencias que se requiere para actuar en actividades relacionadas con el comercio internacional, que tiene como características la competencia y la globalización para lo cual se requieren conocimientos de las relaciones económicas internacionales con las decisiones estratégicas, de administración y financiamiento, que son de incumbencia profesional para el graduado en ciencias administrativas. Introduce los principales temas de Economía Internacional, que se distribuyen en dos grandes partes: tales como: a) Parte teórica, se incorporan la teoría del comercio internacional, las políticas comerciales, estudios de la balanza de pagos, los mercados de divisas y la macroeconomía de una economía abierta, entre otros; b) Parte práctica, se agrega a los organismos económicos internacionales, los agentes del comercio internacional, el conjunto de la documentación internacional, las condiciones de ventas internacionales o el INCOTERMS, el contrato de compraventa internacional, la operativa aduanera, la operativa bancaria y las políticas del comercio exterior paraguayo. Todo el conjunto temático es para entender cómo los individuos, los representantes del Estado y las empresas pueden utilizar herramientas microeconómicas y macroeconómicas para analizar y resolver problemas, además de comprender la estructura del comercio internacional y la importancia del análisis para explicar y describir la realidad, por lo que se pone énfasis en el abordaje analítico contextualizado.



2.2. Objetivo general del programa

El programa pretende que el alumno comprenda la importancia del análisis del intercambio internacional para describir la realidad de la distribución a nivel nacional e internacional en un ambiente globalizado. Que esté en condiciones de aplicar sus conocimientos en la aplicación de técnicas, normas legales y políticas vigentes sobre comercio exterior, implementados por los países en el marco de las regulaciones, como parte del proceso de globalización y competitividad.

2.3. Capacidades de la asignatura

- Emplea los conceptos y el lenguaje básico del comercio internacional.
- Analiza políticas adoptadas por los países en el comercio internacional utilizando mecanismos y medidas restrictivas arancelarias, no arancelarias y cambiarias.
- Analiza la conducta de los consumidores, productores y la empresa en el contexto internacional, con vistas a la selección y aplicación de teorías y métodos de moldeamiento del comportamiento del consumidor, la empresa y del Estado.
- Analiza las medidas de los organismos del Estado respecto a su política comercial, tributaria y cambiaria con relación al comercio internacional y sus efectos en la sociedad.
- Explica la importancia de la Balanza de Pagos y la Balanza Comercial, con sus respectivos rubros, para determinar desde sus indicadores las medidas que las autoridades económicas deben adoptar para restablecer el equilibrio.
- Analiza la integración económica, y el efecto de la participación del país en los procesos de integración.
- Comprende el comportamiento de los mercados competitivos y la interrelación entre oferta y demanda internacionales.
- Comprende la determinación de la curva de demanda individual y de mercado.
- Investiga los procesos de internacionalización del país y de las empresas.
- Analiza la oferta exportable del Paraguay y la demanda de productos del exterior.
- Maneja procesos de producción y utilización de documentos del comercio internacional.
- Aplica conocimientos operativos, legales y de desarrollo vinculados al transporte internacional y al sistema aduanero nacional.
- Evalúa el uso adecuado de los regímenes aduaneros.
- Discrimina con idoneidad el papel de los Incoterms y los aspectos básicos de la distribución física internacional.
- Comunica con fluidez y claridad.
- Desarrolla capacidad para seleccionar información pertinente, analizarla y sintetizarla en función de las problemáticas planteadas.
- 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

Importancia de la economía internacional. Comercio internacional y nivel de vida de las naciones. Sustancia de la economía internacional. Propósito de las teorías y políticas de la economía internacional. Problemas económicos internacionales actuales: a) Proteccionismo comercial en países industriales. b) Fluctuaciones excesivas y grandes desequilibrios en tipos de cambio. c) Elevado desempleo estructural en Europa. d) Inseguridad laboral causada por la reestructuración y el reajuste estadounidense. e) Problemas de reestructuración a los que se enfrenta Europa central y oriental y la ex Unión Soviética. f) Pobreza profunda en muchos países en desarrollo.

UNIDAD II - LEY DE LA VENTAJA COMPARATIVA

Puntos de vista mercantilistas sobre el comercio. El comercio basado en la Ventaja Absoluta: Adam Smith. El comercio basado en la ventaja comparativa: David Ricardo. Ventaja comparativa y costos de oportunidad. Bases y ganancias del comercio con costos constantes. Pruebas empíricas del modelo ricardiano.

UNIDAD III - TEORÍA ESTÁNDAR DEL COMERCIO EXTERIOR

Frontera de producción con costos crecientes. Curvas de Indiferencia de la comunidad. Equilibrio en aislamiento. Bases y Ganancias del Comercio con costos Crecientes. El comercio basado en diferencias de preferencias.

UNIDAD IV - DEMANDA Y OFERTA, CURVAS DE OFERTA NETA Y TÉRMINOS DE INTERCAMBIO

Precio relativo de equilibrio de las mercancías con comercio mediante análisis de equilibrio parcial. Curvas de oferta neta. Precio relativo de equilibrio de la mercancía con comercio mediante análisis de equilibrio general. Relación entre los análisis de equilibrio general y parcial. Términos de intercambio.

UNIDAD V - DOTACIÓN DE FACTORES Y LA TEORÍA DE HECKSCHER-OHLIN

Supuestos de la teoría. Intensidad y abundancia de factores y forma de la frontera de producción. Dotación de factores y la teoría Heckscher-Ohlin. Igualación de los precios relativos y absolutos de los factores. Pruebas empíricas del modelo Heckscher-Ohlin.

UNIDAD VI - ECONOMÍAS DE ESCALA, COMPETENCIA IMPERFECTA Y COMERCIO INTERNACIONAL

El modelo Heckscher-Ohlin y las nuevas teorías del comercio. Economías de escala y comercio internacional. Competencia imperfecta y comercio internacional. Comercio basado en diferencias tecnológicas dinámicas y síntesis de las teorías del comercio. Costos de transporte, normas ecológicas y comercio internacional.

UNIDAD VII - RESTRICCIONES COMERCIALES: ARANCELES

Análisis de equilibrio parcial de un arancel. Teoría de la estructura arancelaria. Análisis de equilibrio general de un arancel en un país pequeño. Análisis de equilibrio general de un arancel en un país grande. El arancel óptimo.



UNIDAD VIII - BARRERAS COMERCIALES NO ARANCELARIAS Y EL NUEVO PROTECCIONISMO

Cuotas de importación. Otras barreras no arancelarias y el neoproteccionismo. La política económica del proteccionismo. Políticas comercial estratégica e industrial. La Ronda Uruguay y problemas comerciales imperantes.

UNIDAD IX - INTEGRACIÓN ECONÓMICA: UNIONES ADUANERAS Y ZONAS DE LIBRE COMERCIO

Uniones aduaneras creadoras de comercio. Uniones aduaneras desviadoras del comercio. La teoría del segundo óptimo y otros efectos de bienestar estáticos de las uniones aduaneras. Beneficios dinámicos de las uniones aduaneras. Historia de los intentos de integración económica: La Unión Europea, TLC, ALALC, ALADI, MERCOSUR.

UNIDAD X - BALANZA DE PAGOS

Principios contables de la balanza de pagos. Las transacciones internacionales. Modelo Estados Unidos. Saldos contables y desequilibrios en las transacciones internacionales. El método del FMI para informar las transacciones internacionales.

UNIDAD XI - MERCADO DE DIVISAS Y TASAS DE CAMBIO

Funciones del mercado de divisas. Tipos de cambio. Tipos de cambio al contado y a plazo, swaps, futuros y opciones de divisas. Riesgos cambiarios, cobertura y especulación. Arbitraje de tasas de interés y la eficiencia de los mercados de divisas. Control de cambio. Propósitos. El mercado de divisas en el Paraguay. Marco institucional y jurídico.

UNIDAD XII - ORGANISMOS ECONÓMICOS INTERNACIONALES

Organización de la Naciones Unidas. Fondo Monetario Internacional (FMI). Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF). Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT). Organización Mundial de Comercio (OMC). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Centro de Comercio Internacional (ITC). Agencia Internacional de desarrollo (AID). Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Banco de Exportación e Importación (EXIMBANK).

UNIDAD XIII - AGENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Despachantes de Aduana. Agente marítimo. Agentes de embarque. Agente de compras. Agente de ventas. Corredores. Agencias de estiba. Agencias de tally. Servicios Courier.

UNIDAD XIV - DOCUMENTACIÓN INTERNACIONAL

Documentos de transporte. Facturas. Certificados.

UNIDAD XV - INCOTERMS

- ✓ EXW.
- ✓ FCA.
- ✓ FAS.
- ✓ FOB.
- ✓ CFR (C & F).
- ✓ CIP (C and I).



- ✓ CIF.
- ✓ DAF.
- ✓ DEQ.
- ✓ DDU.
- ✓ DDP.

UNIDAD XVI - CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Partes y cláusulas básicas. Contrato por correspondencia. Diversos tipos de contratos de compraventa internacional.

UNIDAD XVII - OPERATIVA ADUANERA

Importación. Exportación. El comercio exterior paraguayo.

UNIDAD XVIII - OPERATIVA BANCARIA

Operativa elemental de los bancos en el Comercio Exterior. Operativa de una carta de crédito. Operativa de una cobranza documentaria.

UNIDAD XIX - POLÍTICAS DE COMERCIO EXTERIOR EN EL PARAGUAY

Política comercial, fiscal y monetaria en el comercio exterior Paraguayo.

2.5. Estrategias metodológicas

Dos modalidades de dedicación del alumno.

Presencial: Esta será una tarea orientada por el profesor en la que se combina la presentación teórica, el diálogo, el trabajo dirigido, la ejercitación, los debates y reflexiones. Se espera del estudiante que en base a la lectura previa de la bibliografía recomendada participe, ya sea manifestando sus dudas e inquietudes o resolviendo los casos que a modo de ejemplo el docente pueda presentar en clase, a cuyo fin se le alentará a hacerlo sin perjuicio de la exposición y el desarrollo del temario a cargo del profesor. Se emplearán distintos recursos didácticos, como empleo de proyecciones, provisión de material impreso para discusión grupal, resolución práctica de problemas microeconómicos relacionados con temas de actualidad, etcétera.

Trabajo autónomo del estudiante: el alumno empleará la Bibliografía propuesta y las guías señaladas por el profesor para profundizar, evacuar dudas, preparar presentaciones, exámenes, entre otros.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación será de proceso y producto. Se evaluarán las evidencias de desempeño (capacidades logradas) según los criterios preestablecidos en la definición de objetivos de cada unidad: Análisis de casos. Ficha de análisis de desempeño: Criterios con escala de evaluación Resolución de casos prácticos y ejercicios. Pruebas Escritas.

La evaluación de proceso asumirá el carácter diagnóstico – formativo y finalmente sumativo. Las evaluaciones con fines de promoción y la presencia en clase como requisito, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. El profesor podrá señalar espacios virtuales para tutoría en la medida de las posibilidades. 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

- SALVATORE, DOMINICK, Economía Internacional 8ª Edición, Limusa Wiley, México, 2005.
- LEDESMA, CARLOS A., Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural, 1a. Edición, Editorial Osmar D. Buyatti, Buenos Aires – Argentina, 2004.
- Tamames, Ramón. (2010). Estructura Económica Internacional. (21ª ed.). España: Alianza editorial.

COMPLEMENTARIA

- LEDESMA, CARLOS A., ZAPATA CRISTINA I. y colaboradores, Negocios y Comercialización Internacional - Comercio Exterior, Ediciones Macchi, 1993.
- BALL, DONALD A., McCULLOCH, JR., WENDELL H., Negocios Internacionales, 5a. Edición, Irwin, 1996.
- COLAIACOVO, JUAN LUIS, Comercialización Internacional y Desarrollo de Exportaciones, Ediciones Macchi, 1996.
- MINERVINI, NICOLA, Manual del Exportador, McGraw-Hill, 1996.
- WILSON, JOHN, Comercio Internacional en la Pequeña y Mediana Empresa, Ediciones Pirámide, 1993.
- LAVIÑA, FÉLIX, Organización del Comercio Internacional, Ediciones Depalma, 1993.
- TUGORES QUES, JUAN, Economía Internacional e Integración Económica, 2a. Edición, McGraw Hill, 1995.
- BESCOS TORRES, MODESTO, Contratos Internacionales, Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC) Editorial, 1993



Universidad Nacional del Este

Facultad de Ciencias Económicas

Avda. Universidad Nacional del Este y Avda. Paraguay - Km 8 Acaray
Campus Universitario - Ciudad del Este - Paraguay
(061) 575 056 / 575 082 - www.fceune.edu.py

- MILTIADES CHACHOLIADES, Economía Internacional, 2a. Edición, McGraw-Hill, 1995.
- Publicaciones del BCP sobre Balanza de Pagos.
- Perspectivas de la Economía Mundial del FMI.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

ÉTICA PROFESIONAL

1. Identificación

Carrera	Administración
Curso	Quinto
Área de formación	Profesional
Código	5567
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

Con la implementación de la cátedra Ética Profesional dentro de la malla curricular en la Carrera de Administración, se pretende no solamente conocer o aprehender la parte teórica de la Ética. Si fuere este el caso, en nada contribuiría esta materia en la formación ética, social, y profesional del educando. Es menester y hasta urgente que los egresados de la carrera de Administración estén imbuidos y convencidos de la importancia de los valores éticos y morales en su actuar profesional y social.

2.2. Objetivo general del programa

Es propósito y objetivo de la cátedra, no solamente lanzar un producto al mercado, sino darle al profesional en administración una formación integral en donde los valores y la axiología sean eje principal de su actuar cotidiano. En definitiva, lo que pretende la cátedra es que haya coincidencia entre el pensar y el actuar ético del ser humano en sus diferentes facetas de la vida, ya sea desde el punto de vista profesional, social, político, o público y familiar. De no serlo así, el intento de transformar nuestra sociedad sería estéril.

Se pretende a través de esta cátedra, que el ente o ser humano profesional en el área de la administración adquiera el hábito de actuar dentro de los parámetros de la ética. Con apenas conocer los postulados del mismo y no valorarlo y menos practicarlo, estaríamos en más de lo mismo. Para que nuestra sociedad actual pueda elevarse en este estadio, es menester que el administrador sea como un fermento ético de la masa a la cual pertenece.

Siendo que la libertad y la responsabilidad sean las dos caras de una misma moneda en la ética, y en ese caso, sería imposible la imposición por la imposición. Por lo tanto, la metodología a utilizar en la materia con los alumnos es la utilización de valores éticos a través del conocimiento y del ejemplo y no de la convivencia utilitaria y forzada.



2.3. Capacidades de la asignatura

- Comprende los problemas éticos que se presentan en las organizaciones sociales y en la profesión de administrador.
- Reconoce variadas formas en que se presenta la desviación perversa en el actuar cotidiano en las organizaciones sociales.
- Reconoce el accionar humano dentro de los parámetros de la ética, tanto desde el punto de vista profesional, social, político e inclusive familiar.
- Conoce y valora la ética como factor de cambio positivo para la sociedad a la cual pertenece.
- Comprende que la práctica y aceptación de los disvalores frena la realización y el desarrollo pleno de la sociedad a la cual pertenece.
- Adopta postura crítica en relación a la falta de actitud ética en nuestras relaciones interpersonales y sociales.
- Desarrolla habilidades con respecto de los valores sociales, la sustentabilidad de los recursos y el cuidado del medio ambiente.

2.4. Contenidos

UNIDAD I - LA ÉTICA COMO FUNDAMENTO HUMANO

La Ética, Concepto. La moral y la ética. La moral y la ética desde la etimología. Evolución de la ética. La ética como ciencia teórica y práctica. La ética como indagación de los principios últimos y racionales. El carácter normativo de la ética. Rectitud de la ética. División de la ética. Fundamentación de la ética. La ética y la moral en dos niveles. El sujeto de la Ética. El objeto material de la Ética. Los actos humanos como estudio de la ética. El hombre integral. La decisión ética.

UNIDAD II: EL PROCESO DE LA TOMA DE CONCIENCIA

La Persona Humana, Realidad Moral. Ética, Concepto: Teoría De La Moral. "Progreso" Moral Y "Progreso" Social. La Moral y El Derecho. La Formación De La Conciencia Moral. La Ética Y La Libertad. La Libertad Y La Voluntad. La Ética Y La Felicidad. Lectura y análisis de "Ética a Nicómaco". (Aristóteles).

UNIDAD III - LAS PERSONAS EN SOCIEDAD

Persona y Comunidad: No Vivimos Solos. Persona En Comunidad. Crecer En La Familia Y Grupos. La Persona Y El Trabajo. Tipos De Trabajos. El Valor Humano Del Trabajo. Estudio de "Los 7 hábitos de las Gentes Altamente Eficaces", de Stephen Coovey.

Teoría de los valores: El valor y sus características. Clases de valor. Los valores morales. Las normas morales como expresión de los valores. La axiología. La Persona Y Los Valores: Valores "Objetivos" Y "Subjetivos". La Dignidad Humana, Un Valor Fundamental. Lectura y análisis del documento "Laborens Excersen", de P.P.Juan Pablo II.

UNIDAD IV - LOS SERES HUMANOS Y SUS RELACIONES

Las Relaciones Humanas. Los Lugares y Las Funciones. Las Personas: Actores en Las Instituciones. La Función de las Reglas en las Empresas.



El Poder: ¿Qué es Poder? Autoridad y Poder. El Poder en las Empresas. Tensiones y Conflictos. El Desarrollo de las Iniciativas, La Creatividad. La Ética Empresarial. Ética Patronal. Derechos y Deberes: ¿Cómo Debe Actuar? Ética de los Empleados y Obreros: ¿Cómo Deben Actuar?

UNIDAD V - LA PROFESIÓN

¿Qué es la profesión? El ser profesional. La profesión como finalidad. La profesión como actividad comunitaria. La responsabilidad profesional. La deontología profesional. El devenir de las profesiones.

La ética profesional. El papel de la ética en las profesiones. La necesidad de la ética. De la ética a la ética profesional. La moral y los usos sociales. Ética profesional del administrador de empresas. Problemas éticos. Doce principios para una ética profesional. La confidencialidad.

La Ética y su conexión con la inteligencia emocional. La inteligencia emocional. La importancia de la inteligencia emocional. Características de la inteligencia emocional. La conciencia emocional. Ética profesional como tercera inteligencia.

UNIDAD VI - RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Paradigma en la responsabilidad social. La responsabilidad social. La responsabilidad social de las empresas. Alcances. Responsabilidad de la empresa en los problemas actuales. Influencia de la empresa en la cultura. Actos responsables de la empresa.

La ética empresarial. La ética de las empresas. El sentido del mismo. La ética en los negocios. La ética en la gestión. La ética como límite a las oportunidades de negocios. Ética empresarial y estabilidad del mercado. Creación del valor en las empresas. Los componentes de una empresa ética. Como se forja una cultura ética en las organizaciones.

El liderazgo ético. El nivel ético como factor. La competencia y la ética. Misión del estado en la ética pública y privada. Ganar lo justo. Las normas muertas.

UNIDAD VII - PROBLEMAS DE ÉTICA APLICADA

Modernidad y post modernidad. La cultura de los medios. La avaricia de las empresas frente a necesidades humanas. Ética y finanzas. La ética y los impuestos. La pobreza y la ética. La condición femenina y la ética. Secreto y derecho de información. Ética de la publicidad. La ética ambiental. El espionaje industrial. Violación de los derechos de autor. Comportamiento anticompetitivo. Comportamiento desleal. Implicaciones sanitarias del proyecto Genoma.

UNIDAD VIII - LA ÉTICA COMO EJE SOCIAL

Una Tradición Ética Pre moderna de La Monarquía A La Democracia: Una Transición Aun Vigente. Divorcio Entre Ley, Cultura Y Ética. Características De La Democracia Moderna Como Forma De Convivencia Social.

Ley y Ética En La Administración Pública: Distinciones Necesarias. Diferencia Y Complementariedad De La Ley Y La Ética En La Función Pública. El Enfoque De La Ética Como Argumentación. Enfoque Propuesto: La Ética Como Gratificación En El Convivir. Aproximación A Los Conceptos Básicos De La Ética Pública.



UNIDAD IX - LA CONFIANZA COMO PUNTO DE PARTIDA

La Confianza, Fundamento De La Interacción Social Democrática. Función Social De La Confianza. El Origen De La Confianza. Confianza Y Gobernabilidad. La Ética, Cimiento De La Confianza.

Función Social De La Entidad Pública Y Construcción De Confianza. En El Estado. Los Fines Del Estado Y La Responsabilidad Social De La Entidad Pública. Lo Público Y La Responsabilidad Social. Construcción De Confianza En La Entidad Pública. Gestión Ética Para Construir Confianza.

UNIDAD X - LA ÉTICA TRANSFORMADORA

Ética Y Modernización De La Administración Pública. Necesidad De La Gestión Ética. Problemática Social Y Ecológica. Qué Es La Gestión Ética.

La Gestión Ética Como Cambio Cultural. La Cultura Es El Modo De Vida De Un Colectivo. Dualidad Cultural. Niveles De La Cultura Y Cambios Culturales. El Cambio De La Cultura Institucional Para La Gestión Ética. Condiciones Del Cambio Cultural Para La Gestión Ética. El Proceso De Cambio Cultural En La Entidad.

La Ética Aplicada A La Gestión En Las Entidades Públicas. Aporte De La Ética De Los Derechos. Aporte De La Ética De Los Deberes. Aportes De La Ética De La Responsabilidad. Aportes De La Ética Del Cuidado.

UNIDAD XI - LA ÉTICA PRÁCTICA

Relación Con Los Grupos De Interés Y El Medio Ambiente En La Gestión Ética. Con Los Directivos. Con Los Funcionarios Públicos O Trabajadores. Con Otras Entidades Públicas. Con Los Órganos De Control. Con La Ciudadanía En General. Con Las Comunidades Organizadas. Con Las Contrapartes En La Contratación Estatal. Con Los Gremios Económicos. Con El Medio Ambiente.

Prácticas De La Perversidad: A) En Lo Político. B) En Lo Económico. C) En Lo Cultural. D) En Lo Jurídico. E) En Las Organizaciones. F) En Las Comunicaciones. G) En La Trama De Poder.

UNIDAD XII - FORMAS DE PERVERSIÓN ÉTICA

La Ética Y La Moral En La Práctica Administrativa. Código De Ética Para Administradores. Aplicación Universal Del Código. Responsabilidad Personal. Responsabilidad Hacia La Profesión. Posibles Estrategias Para Aplicar En Todos Los Sectores Del País, Para Disminuir La Corrupción Y Desarrollar En Forma Más Armónica La Sociedad: - Control Social y Legal. - Las Fiscalizaciones Cruzadas Y Populares. - Calificación De Faltas Y Aplicación De Sanciones. - Prescripciones. - La Impunidad Legal.

2.5. Estrategias metodológicas

La asignatura Ética Profesional, es una disciplina generalmente teórica y de explicaciones abstractas por los que se necesitara del profesor sus mejores oficios, en los que constantemente deberá suscitar el interés de los alumnos para lograr la motivación necesaria para lograr el aprendizaje y consecuentemente el cambio de conducta buscado con los valores positivos de la Ética.

La Ética como herramienta cognoscitiva al aplicarlo a la vida profesional se convierte en lineamientos importantes que son verdaderas normas que dirigen nuestras acciones en los diversos ámbitos, y principalmente donde nos toca aplicar nuestros conocimientos profesionales.



Por la característica de la asignatura se desarrollaran las siguientes metodologías.

Método de trabajo colectivo: Es el que se apoya principalmente sobre la enseñanza en grupo. Un plan de estudio es repartido entre los componentes del grupo, contribuyendo cada uno con una parcela de responsabilidad del todo. De la reunión de esfuerzos de los alumnos y de la colaboración entre ellos resulta el trabajo total. Requiere una adecuada preparación del profesor, buena disposición del mobiliario escolar, por todo ello resulta un excelente instrumento de socialización del educando. El método de trabajo colectivo puede ser también llamado enseñanza socializada.

Estudio independiente: Es un espacio de reflexión tanto individual como grupal, para hacerse preguntas, aclarar interrogantes y afianzar conocimientos, mediante la revisión de notas tomadas en clase, el estudio de materiales y guías del curso y la consulta en Internet, en libros, en manuales para ampliar y complementar las actividades realizadas en clase. Es una metodología que da continuidad a las deliberaciones alrededor de los textos, que da funcionalidad a interpretaciones y saberes. En concreto, se espera que el estudiante fortalezca el grado de conciencia sobre el proceso de aprendizaje y las habilidades, con el fin de organizarlos, revisarlos, y modificarlos en función de los resultados esperados.

Lectura comentada: Leer con otros y para otros posibilita desentrañar los significados de un texto, auscultar las diferentes visiones que afloran a partir del dialogo y que a varias voces se construyen colectivamente.

Trabajo por pares: cada estudiante toma distancia de su propio texto y ayuda al otro a identificar fortalezas y debilidades. Se trata además del trabajo individual de un esfuerzo de construcción de significados colectivos, de construir pluralidad en relaciones; de un devenir hacia un proceso democrático y respetuoso que deriva de la buena convivencia. Estos métodos propuestos se desarrollaran según los parámetros propuestos. Lecturas individuales y en equipo de los documentos propuestos para los diferentes temas. Socialización de temas y discusiones por medio de las diferentes técnicas grupales al inicio de cada sesión. Producción escrita a través de informes, ensayos, relatorías, protocolos y portafolios de desempeño, relacionando los documentos y el contexto. Ejercicios de investigación documental y puesta en práctica de asumir posiciones críticas frente al proceso de aprendizaje. Seguimiento permanente al trabajo individual y colectivo, a partir del portafolio personal de desempeño, teniendo en cuenta las propias reflexiones de los estudiantes en el proceso de aprendizaje.

2.6. Aspectos evaluativos

La evaluación de proceso se realizara de manera individual y por equipos o grupos, se deberá concertar con los alumnos la manera en que se asignaran los puntajes teniendo en cuenta la distribución de puntajes por etapa previstos en el Reglamento Académico de la FCE.UNE.

El estudiante deberá llevar siempre y al día el portafolio personal de desempeño, su evaluación estará regida desde una expresión cualitativa y según el Reglamento Académico. Todo ello deberá estar referenciado en el portafolio personal de desempeño del docente.

La promoción y la certificación, al finalizar el periodo académico, se realizarán teniendo en cuenta la distribución de puntajes previstas en la tabla establecido en el Reglamento Interno de la FCE.UNE.



La evaluación se realizara considerando los momentos propios de la evaluación educativa y que son:

La autoevaluación: que consiste en la valoración que el propio estudiante hace de su grado de participación y compromiso con el desarrollo del curso. Esta se hará atendiendo al cumplimiento de sus responsabilidades académicas y al perfil de logros alcanzados a partir de los objetivos trazados en el curso.

La coevaluación: es el espacio en el cual el proceso y el trabajo de cada participante y/o pequeño grupo es evaluado por los otros integrantes. En la evaluación se tendrá en cuenta la elaboración de las actividades y la producción de ejercicios escritos como informes de lectura, informes, exposiciones, ensayos, entre otros.

La eteroevaluación: constituye el tercer nivel del proceso evaluativo propio del asesor, en el cual este emite el concepto en relación con el trabajo realizado por cada participante durante la sesión, para ello se construirán herramientas propias con formas y formatos adecuados a la evaluación, de acuerdo a las normas vigentes de la FCE.UNE. Las estrategias e instrumentos de evaluación serán conforme al Reglamento de catedra 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

- MANUAL DE ÉTICA PÚBLICA DEL PARAGUAY. Programa Umbral Paraguay. La lucha contra la corrupción y la impunidad.
- MALDONADO J.A. ÉTICA PROFESIONAL Y EMPRESARIAL.
- JORGE R. ETKIN, La doble moral de las organizaciones, 1ª edición – 1993
- HORTAL A., Ética general de las profesiones. Desclee – Bilbao.
- GARCIA ORTIZ F. y DE LA PARRA F., Filosofía (Pensemos 11), Educación Media Vocacional, 10ª ed.



Complementaria

- ARGADOÑA A. Ética y empresa. Una visión multidisciplinar. Fundación Argentaria. 1997.
- FERNANDEZ J. L. Ética para empresarios y directivos. Pozuelo de Alarcón 1994.
- FERNÁNDEZ J. L. Ética de las profesiones. HORTAL. MADRID 1994.
- FERNÁNDEZ AGUADO – La ética en los negocios. Javier Ariel. Barcelona.
- R. WILLIANSON, Comportamiento orgánico.