

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERÍA EN MARKETING
PLAN 2006
PROGRAMA DE ESTUDIOS

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Materia	: Liderazgo
2. Semestre	: Segundo
3. Horas semanales	: 3 horas
Clases teóricas	: 3 horas
Clases prácticas	: 0 horas
4. Total real de horas disponibles	: 48 horas
Clases teóricas	: 48 horas
Clases prácticas	: 0 horas

II. - JUSTIFICACIÓN.

El final del siglo XX y el inicio del nuevo Milenio dejaron en evidencia que los procesos de cambios, tanto a nivel local como global, eran irreversibles y avasalladores. Autores como Alvin Toffler o John Naisbit, tempranamente alertaron –a partir de los años setenta– sobre los acontecimientos que estaban en pleno desarrollo.

El cambio es la norma en nuestro mundo contemporáneo. Tiene características muy precisas, del que ni individuos ni organizaciones pueden escapar. Afecta por igual a familias, empresas, iglesias, escuelas, Estados, organismos multilaterales y sociedades. Sus manifestaciones se caracterizan por su *magnitud, profundidad, diversidad, simultaneidad y aceleración*, afectando por igual a todos los niveles y sectores de nuestras comunidades humanas. Debido a ello Toffler planteó, oportuna y acertadamente, el concepto de “*shock del futuro*”.

Ante estos acontecimientos, o uno se adapta y aprende a cabalgar las olas que aquellos generan, o uno termina estrellándose contra los acantilados de las realidades impersonales. Esta necesidad y su urgencia lo sienten cotidianamente, en particular, los gerentes y emprendedores de empresas. A ellos les urge desarrollar la capacidad de vislumbrar anticipadamente el futuro y formular respuestas inteligentes y flexibles ante las nuevas demandas del entorno, siempre preñado no solo de oportunidades sino también de amenazas.

El programa previsto para la *Cátedra de Liderazgo*, correspondiente a la malla curricular de la Carrera de Ingeniería en Marketing de la FP-UNA, se propone desarrollar competencias y habilidades para el liderazgo, las cuales existen en potencia en cada uno de los alumnos, con el objeto de movilizar mejor sus recursos personales dirigidos a influenciar dentro de sus respectivos entornos empresariales,

III. - OBJETIVOS.

1. Comprender al liderazgo como un proceso de influencia social.
2. Apropiarse de los conceptos de tarea, grupo, organización y conducción para el cambio.
3. Conocer los factores psico-sociales para el liderazgo y los niveles de funcionamiento social.
4. Desarrollar las habilidades y apropiarse de las estrategias para un liderazgo eficaz.
5. Aprender a diagnosticar las demandas de cambios en contextos grupales y organizativos.
6. Desarrollar la capacidad de formular respuestas creativas ante las nuevas necesidades de liderazgo en sus entornos psico-sociales.

IV. - PRE-REQUISITOS.

1. Cultura de Valores

V. - CONTENIDO.

5.1. Unidades programáticas

1. Dinámicas psico-sociales del individuo en su relación con otros.
2. Dinámicas de grupo y desarrollo de las capacidades para influenciar.
3. Las organizaciones y sus demandas de cambios e innovación.
4. Gerencia y Liderazgo para el cambio.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Dinámicas psico-sociales del individuo en su relación con otros.
 - 1.1. El sujeto y la pluralidad psíquica
 - 1.2. La historia del sujeto
 - 1.3. La lógica de los niveles de funcionamiento social del individuo
 - 1.4. El deseo, el ansia y la inversión psíquica
 - 1.5. Pertenencia y mentalidad de grupo
 - 1.6. La socialización como proceso psíquico
2. Dinámicas de grupo y desarrollo de las capacidades para influenciar.
 - 2.1. Dualidad individuo-grupo
 - 2.2. Tarea y trabajo de grupo

- 2.3. Tipos de grupo
- 2.4. Fenomenología del grupo
- 2.5. Composición del grupo
- 2.6. Conducción y Conductores de grupo
3. Las organizaciones y sus demandas de cambios e innovación.
 - 3.1. La mentalidad plural
 - 3.2. Las cinco culturas sociales: pareja, micro, macro, mega, virtual
 - 3.3. La organización como un estado de ánimo: clima y bienestar
 - 3.4. Las dimensiones climáticas
 - 3.5. Bases de poder y liderazgo
 - 3.6. Cultura organizacional y estilos de gestión.
4. Gerencia y Liderazgo para el cambio.
 - 4.1. Los factores de cambios en las organizaciones
 - 4.2. La complementariedad entre Gerencia y Liderazgo
 - 4.3. La dimensión psico-social del cambio organizativo
 - 4.4. El aprendizaje para el cambio grupal y organizativo
 - 4.5. La gestión del conflicto, la agresividad y la negociación
 - 4.6. Conducción de estrategias para el cambio y la innovación

VI. - ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.

La metodología de clase será eminentemente interactiva entre profesor, alumnos y tareas del programa. Se hará uso de dinámica de grupos, ejercicios individuales y grupales, dramatizaciones, análisis de casos, lecturas dirigidas, fichas individuales con presentación en clase, presentaciones explicativas del profesor y plenarias, que, en conjunto, facilitarán el proceso de aprendizaje e involucramiento del alumno con el desarrollo y la apropiación de los contenidos del programa.

VII. - MEDIOS AUXILIARES.

1. El uso de Powerpoint.
2. Retroproyector.
3. Rota folios y pizarrón.
4. Acceso a Internet para los alumnos.

VIII. - EVALUACION.

1. Conforme a la normativa vigente en la FP: Exámenes parciales y final.

IX. - BIBLIOGRAFIA.

- Bennis, Warren (1990), Cómo llegar ser Líder, Bogotá, Ed. Norma
- Bennis, Warren (1996), Conducir gente es tan difícil como arrear gatos, Barcelona, Ed. Granica.
- Bennis, Warren y Burt Nanus (1985): Líderes, Bogotá, Ed. Norma.
- Bolman, Lee y Terrence Deal (1995): Organización y Liderazgo, BsAs., Addison-Wesley InterAm.
- Covey, Stephen R. (1993): Los Siete Hábitos de la Gente Eficaz, Buenos Aires, Paidós.
- Covey, Stephen R. (1993): El Liderazgo Centrado en Principios, Buenos Aires, Paidós.
- Drucker, Peter Fundación (1996): El Líder del Futuro, Buenos Aires, Ed. Deusto.
- Hamel, Gary (2000): Liderando la Revolución, Barcelona, Ed. Gestión 2.000.
- Kotter, John P. (1996): El Líder del Cambio, México, McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Luft, Joseph (1978): Introducción a la Dinámica de Grupo, Barcelona, Ed. Herder.
- Mailhiot, Bernard (1980): Dinámica y Génesis de Grupos, Madrid, Ed. Marova.
- Maisonneuve, Jean (1973): La Dinámica de Grupo, Milano, Celuc Libri.
- Moss Kanter, Rosabeth (1999): La Nuevas Fronteras del Managment, Barcelona, Ed. Paidós.
- Nanus, Burt (1994), Liderazgo Visionario, Barcelona, Ed. Granica.
- Peters, Thomas y Robert Waterman (1984): En Busca de la Excelencia, Bogotá, ed. Norma.
- Pichon-Riviere, Enrique (1980): Teoría del Vínculo, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión.
- Quiroga, Ana P. de (1986): Enfoques y Perspectivas en la Psicología Social, BsAs., Ed. Cinco
- Senge, Peter et altri (2000): La Danza del Cambio, Barcelona, Ed. Gestión 2000.
- Spaltro, Enzo (1969): Gruppi e Cambiamento, Milano, Etas Compás.
- Spaltro, Enzo (1981): Soggetività, Bologna, Pátron Editore.
- Spaltro, Enzo (1985): Pluralità, Bologna, Patrón Editore.
- Spaltro, Enzo (1999): Il Gruppo, Bologna, Ed. Pendragon.
- Spaltro, Enzo (2005): Conduttori, Milano, FrancoAngeli.