

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
**FACULTAD POLITÉCNICA**  
**INGENIERIA EN MARKETING**  
**PLAN 2008**  
**PROGRAMA DE ESTUDIO**

**I. - IDENTIFICACIÓN**

1. Materia	: Política de Empresa
2. Semestre	: Sexto
3. Horas semanales	: 5 horas
3.1. Clases teóricas	: 3 horas
3.2. Clases prácticas	: 2 horas
4. Total real de horas disponibles	: 80 horas
4.1. Clases teóricas	: 48 horas
4.2. Clases prácticas	: 32 horas

**II. - JUSTIFICACIÓN**

En un mundo globalizado y un ambiente de negocios en el que el cambio permanente y su aceleración es la constante, las empresas se enfrentan al desafío de orientar y dar significado a sus objetivos, de manera a otorgar cierta estabilidad a su planificación y a la capacidad de ejecución de su capital humano.

En este sentido, el diseño e implementación de políticas adecuadas es esencial para brindar el marco adecuado para el desarrollo de los distintos procesos de la empresa, de la cultura organizacional y de su planificación a largo plazo. Todas estas tareas son desafíos ineludibles de la dirección superior.

**III. - OBJETIVOS**

1. Comprender la necesidad e importancia del propósito de toda organización.
2. Adquirir las competencias para implementar la estrategia de una organización.
3. Comprender, desarrollar y aplicar, en un entorno académico, el concepto de estrategia ligado a la misión-visión de la organización y su articulación con los procesos empresariales centrados en el cliente.
4. Comprender, desarrollar y aplicar, en un entorno académico, el concepto de articulación entre los objetivos de la empresa, el desarrollo del capital social y los objetivos particulares de los empleados.
5. Valorar sobre la importancia del liderazgo para el logro del propósito de la empresa.
6. Analizar, comprender y aplicar, en un entorno académico, las funciones principales del jefe ejecutivo y directivos de una organización.
7. Desarrollar la idea, analizar los componentes y factores básicos de una organización basada en el conocimiento y los particulares desafíos que plantea este tipo de organización para la dirección superior.
8. Analizar, comprender y aplicar las funciones de la dirección superior.

**IV. - PRE-REQUISITO**

1. Macroeconomía
2. Política Económica

**V. - CONTENIDO**

**5.1. Unidades programáticas**

1. Organizaciones
2. Propósito de la empresa
3. Estrategia
4. Procesos
5. Cultura organizacional
6. Comportamiento organizacional
7. Capital social
8. Globalización

**5.2. Desarrollo de las unidades programáticas**

1. Organizaciones
  - 1.1 Historia de las organizaciones
  - 1.2 La sociedad de organizaciones
  - 1.3 Qué son las organizaciones.
  - 1.4 Clases de organizaciones

2. Propósito de la empresa
  - 2.1 Porqué existen las empresas
3. Estrategia.
  - 3.1 Breve historia. Planificación estratégica, su éxito y su caída.
  - 3.2 Análisis estratégico: matriz FODA (o SWOT o TOWS). Portafolio de negocios.
  - 3.3 Misión y visión empresariales
  - 3.4 Políticas empresariales: de personal, de productos, de precios, de marcas, de comunicaciones
4. Procesos
  - 4.1 Definición.
  - 4.2 Tipos de procesos
  - 4.3 Procesos orientados al cliente
5. Cultura organizacional
  - 5.1 Desarrollo de la cultura organizacional
6. Comportamiento organizacional
  - 6.1 Valores y actitudes
7. Capital social.
  - 7.1 Concepto e implicaciones
  - 7.2 Desarrollo del capital social
  - 7.3 Organizaciones basadas en el conocimiento
  - 7.4 Evolución: del pre-capitalismo al post-capitalismo
  - 7.5 Del capital físico al capital basado en el conocimiento
  - 7.6 Del capital físico al capital social
  - 7.7 El conocimiento como principal insumo de las organizaciones
  - 7.8 La dirección en organizaciones basadas en el conocimiento
  - 7.9 El proceso de toma de decisiones
8. Globalización
  - 8.1 Concepto, sentido y alcance de la globalización
  - 8.2 Bloques regionales
  - 8.3 La dirección en un mundo globalizado
  - 8.4 Responsabilidad social/ambiental de las organizaciones en un mundo globalizado

## VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Clases magistrales  
Análisis de casos  
Talleres-Seminarios  
Trabajos en grupo

## VII. - MEDIOS AUXILIARES

Se utilizará para el desarrollo de las clases:

Proyector multimedia  
Pizarrón  
Rotafolio

## VIII. - EVALUACIÓN

- El estudiante se presentará a los exámenes parciales y finales establecidos en cada periodo académico, ajustándose a lo establecido al respecto por el Reglamento General de Cátedra.
- Los requisitos para obtener el derecho a examen final se establecen en el Reglamento General de Cátedra y en la Planilla de Cátedra.
- La modalidad del examen final será establecida en la Planilla de Cátedra.
- Se aplicará el sistema de calificación establecido por el Reglamento General de Cátedra.

## IX. BIBLIOGRAFÍA

- ALBRECHT, KARL. 1994. *The Northbound train : Finding the purpose, setting the direction, shaping the destiny of your organization*. New York : American Management Association. p.
- BERLO, DAVID K. *El proceso de la comunicación*. p.
- CASTRO, ANGEL. *Relaciones humanas*. p.
- CHIAVENATO, IDALBERTO. 2001. *Administración de recursos humanos*. 5ª. ed. Santafé de Bogotá : McGraw.Hill. 699p.
- FELLY, JOE. *Relaciones humanas en la empresa*. p.
- FINGERMANN, GREGORIO. *Relaciones humanas : Fundamentos psicológicos*.
- GEORGE-BOHLEN, JOE M. *Conducción y acción dinámica del grupo real*.
- HAIMAN, FRANKLIN. *Dirección de grupos : Teoría y práctica*.
- KOONTZ, HAROLD ; WEIHRICH, HEINZ. 1998. *Administración : Una perspectiva global*. 11ª. ed. México : McGraw-Hill Interamericana Editores. 796 p.
- ROBBINS, STEPHEN. 2004. *Comportamiento organizacional*. 10ª.ed. México : Pearson Educación. 704 p.
- WEIL, PIERRE. *Relations Humaines*. Ed. versión castellana