



PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

I. Identificación:

Área: Marketing

Asignatura: Introducción a los Negocios

Código: ITN322100

Horas de clase en el semestre / ciclo: 60

Horas de Aprendizaje Autónomo: 60

Nº de Créditos: 4

Prerrequisitos: Ninguno.

Semestre / Ciclo: Primero

II. Fundamentación

La asignatura se constituye en una visión nacional y global de los diferentes temas que conforman los negocios y las dinámicas personales que se erigen hoy en día en torno al negocio.

En esta asignatura se estudian diferentes tópicos relacionados con la concepción y manejo de negocios y las estrategias y operaciones de una firma operando en una economía nacional y un ambiente internacional.

Los estudiantes tienen la oportunidad de analizar el proceso de globalización, el comercio internacional, la integración económica regional y las teorías y fundamentos de las relaciones internacionales, entre otros temas.

A todo empresario le interesa la prosperidad de su negocio. Por eso suele destinar todo su tiempo a la atención de los mil y un detalles que exigen su intervención. Sabe que debe estar ahí para tomar decisiones oportunas. En muchos negocios es el único que conoce todas las dificultades y problemas de la empresa. Planifica, organiza, integra, motiva y evalúa sin ayuda alguna. Considera que su empresa, por sus dimensiones, no requiere de actividades administrativas especializadas. Sin embargo, la misma prosperidad del negocio lo hace consciente de las necesidades de asesoría y apoyo en producción, contabilidad, administración, ventas, controles, etcétera.

III. Competencias generales

Conoce la teoría y los fundamentos de los negocios descubriéndose como espíritu emprendedor a partir de sus valores y formación para ejercer el liderazgo en emprendimientos sociales. Reconoce la sucesión de modelos administrativos y empresariales que hacen a la historia de los negocios y de la teoría administrativa, identificando las grandes revoluciones del pasado y proyectando

Aprobado por: Rectorado	Validado por: Gestion de Proyectos
Fecha:2017	Fecha:2017



posibles transformaciones en la evolución de las empresas en la era de la globalización.

IV. Competencias específicas

- Distingue los componentes fundamentales de las funciones de gerencia y liderazgo, familiarizándose con sus diferentes roles en los procesos de gerenciamiento, dirección y liderazgo en empresas innovadoras.
- Conceptualiza la relación entre sistemas y organizaciones en el manejo empresarial, identificando la importancia del entendimiento de los ambientes externos en los negocios y reconociéndose como potencial organizador líder de los procesos de montaje, consolidación, despegue y crecimiento de emprendimientos empresariales en mercados domésticos e internacionales.

V. Contenidos

Unidad I. *La Teoría y Fundamento de los Negocios*

- ¿Qué es un negocio? Conceptos Generales
- Organizaciones lucrativas y no lucrativas
- Economía Macroeconomía Microeconomía
- Sistemas Económicos, comunismo, socialismo, capitalismo
- Economías mixtas y libre empresa
- Historia de la Teoría Administrativa
- Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

El Espíritu Emprendedor

- Naturaleza de las iniciativas emprendedoras y la pequeña empresa.
- Ventajas y desventajas de poseer un negocio pequeño
- Distintas clasificaciones de empresas
- Opciones para constituir una empresa
- Factores de Producción Oferta
- Demanda

Historia de la Teoría Administrativa

- Evolución de la administración a través de la historia
- La revolución industrial y el contexto científico de la administración
- Características de las distintas escuelas de la administración

Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- Ética y responsabilidad social en las empresas.
- Función de la ética empresarial
- Decisiones acerca de problemas éticos
- Naturaleza de la responsabilidad social
- Leyes y regulaciones sobre contrataciones, discapacidad y discriminación

Aprobado por: Rectorado	Validado por: Gestion de Proyectos
Fecha:2017	Fecha:2017



Unidad II. Gerencia, Dirección y Gestión

- Funciones de la administración: planeación, organización, dirección y control
- Niveles de la administración
- Habilidades que necesitan los administradores
- Proceso de toma de decisiones
- Lineamientos para elaborar un Plan de Negocios

Recursos Humanos, Motivación y Liderazgo

- Concepto y definición de Liderazgo.
- Diferencias entre Líder y Administrador. Estilos de Liderazgo.
- Teorías de la Motivación
- Estrategias para motivar a los empleados
- Características de la administración de recursos humanos
- Procesos de reclutamiento y selección de personal
- Formación de sindicatos y leyes que regulan su funcionamiento

Unidad III. El Enfoque de Sistemas y las Organizaciones.

- Concepto de Organización
- Desarrollo de la estructura organizacional
- Asignación de tareas, especialización y departamentalización
- Planeación y diseño de sistemas de operaciones

Estrategia de Marketing

- Características y concepto del Marketing
- Desarrollo y dimensiones de la estrategia de marketing
- Investigación de mercados y comportamiento de compra del consumidor
- Marketing mix y desarrollo de la estrategia para cada componente de la mezcla (producto, precio, plaza, promoción).

Ambientes interno y externo de las organizaciones

- Análisis interno y externo de la empresa
- Análisis FODA, identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
- Estrategia Competitiva
- Análisis del entorno y descripción de las cinco fuerzas competitivas

Áreas Funcionales en la Organización

- Marketing Informática Recursos Humanos
- Contabilidad y Finanzas Producción y Operaciones
- Ventas
- Capacitación del personal

Unidad IV. Financiamiento de la Empresa.

- Características de la Contabilidad
- El proceso contable
- Los estados financieros
- Análisis de los estados Financieros

Aprobado por: Rectorado	Validado por: Gestion de Proyectos
Fecha:2017	Fecha:2017



- Sistema financiero y las diferentes instituciones

Unidad V. Negocios Internacionales.

- El comercio internacional
- Las barreras para el comercio internacional
- Acuerdos, alianzas y tratados internacionales en relación al comercio
- Estrategias para los negocios internacionales
- Conceptos básicos del mercado de valores e inversiones

Globalización y Comercio Electrónico

- Concepto de globalización y sus factores
- Repercusiones de la tecnología en nuestra existencia
- Administración de la información
- Internet y los e-business
- Aspectos legales y sociales del comercio electrónica

VI. Orientaciones metodológicas

El desarrollo de la materia tiene un enfoque de educación por competencias y se fundamenta sobre conocimientos aritméticos y algébricos, utilizando las nuevas tecnologías y tomando en cuenta las transversalizaciones con otras materias del semestre (como introducción a los Negocios y TICs).

Los conocimientos, habilidades y aptitudes que se aprende en la asignatura de Matemática son fundamentales para las demás asignaturas, motivo por el cual las clases serán más prácticas que teóricas, para potenciar una actitud activa en el estudiante, despertando su curiosidad por el tema.

VII. Orientaciones para la evaluación de los aprendizajes

El esquema de evaluación se ajusta a las características de las asignaturas y al desarrollo didáctico. En todo momento, se privilegiará la evaluación continua y de avance sobre proceso del estudiante, de carácter formativo, sobre la evaluación sumativa. El docente evalúa a los estudiantes cumpliendo estrictamente el esquema de evaluación aprobado en el programa oficial vigente. De todas formas, la USIL establece un 60% para la evaluación permanente de los procesos de aprendizaje y un 40% para la evaluación final.

El esquema actual es como sigue:

60 % proceso + 40 % examen final = 100 % Total.

70 % mínimo de calificación final para aprobar la asignatura (escala de notas)

50 % mínimo de proceso para tener derecho a rendir el examen final + 70 % de asistencia mínima.

Aprobado por: Rectorado	Validado por: Gestion de Proyectos
Fecha:2017	Fecha:2017



Sistema de Calificación

(según capítulo IV del Manual del Estudiante)

La escala de notas del 1 al 5 corresponde al modelo habilitado por el Gobierno Nacional del Paraguay para la educación universitaria de la siguiente manera:

Reprobado: 1 Insuficiente

Aprobado: 2 Regular, 3 Bueno, 4 Distinguido, 5 Sobresaliente

ESCALA
1-69 = 1
70-77 = 2
78-85 = 3
86-93 = 4
94-100 = 5

VIII. Bibliografía

- E Williams, Sawyer & Berston (2013). Business, A Practical Introduction. Pearson, 14th Edition
- Nickels, W., McHugh, J., & McHugh, S. (2015). Understanding Business. Mcgraw-Hill.
- Peattie.Belz 2013 Marketin de Sostenibilidad. Editorial. Profit
- Ronkainen 2013 Marketing Internacional Cengage Learning
- Williams, Sawyer & Berston (2013). Business, A Practical Introduction (14 Ed.). Pearson XCELL

Aprobado por: Rectorado	Validado por: Gestion de Proyectos
Fecha:2017	Fecha:2017