

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERIA EN MARKETING
PLAN 2006
PROGRAMA DE ESTUDIO

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Materia	: Administración I
2. Semestre	: Séptimo
3. Horas semanales	: 5 horas
Clases teóricas	: 5 horas
Clases prácticas	: 0 horas
4. Total real de horas disponibles	: 55 horas
Clases teóricas	: 55 horas
Clases prácticas	: 0 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

Administración es la capacidad de planear, organizar, dirigir y controlar equipos de trabajo y recursos enfocados a la generación de valor económico y humano, muy relacionado con el mundo del Marketing. *Primero*, porque todos tenemos un interés permanente en el mejoramiento de la forma en que se administran las organizaciones, porque interactuamos con ellas todos los días de nuestra vida. *Las organizaciones bien administradas satisfacen mejor a sus clientes y todos somos clientes*, todo está relacionado en este mundo globalizado. *Segundo*, Porque cuando usted empiece a hacer su carrera, en algún momento podrá tener que administrar algo o será administrado por alguien.

Los factores que intervienen, los procesos que se ejecutan, las interrelaciones que se establecen y los posibles efectos de todo esto son las cosas que se expresan en las teorías de administración que, por supuesto, están influidos por la interpretación del que la formule.

Existen muchos y costosos ejemplos de los problemas que ocasiona una "mala administración". Las organizaciones bien administradas adquieren estabilidad, crecen y prosperan; las mal administradas decaen y, muchas veces, mueren. Algunas consiguen recuperarse de la decadencia, sin lugar a dudas, porque utilizan recursos administrativos sumamente eficaces al conseguir una buena administración, pero esto no ocurre muy a menudo.

En algún momento de nuestra vida tenemos que administrar algo o ser administrados por alguien.

La ventaja de esta Cátedra, es que no centra el estudio en un sólo campo, Los administradores son personas versátiles y entendidas de todas las áreas de una empresa, por lo tanto, se brinda formación en Operaciones, Recursos Humanos, Marketing, Contabilidad, Finanzas, Administración General, Comercio Exterior, entre otras.

Al tener influencia en el manejo o dirección de una empresa se contribuye al desarrollo del país. Nuestro país necesita en estos momentos jóvenes comprometidos con hacer empresas competitivas o formar parte de ellas. El beneficio se va a dar tanto a nivel personal como social.

III. - OBJETIVOS

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

1. Valorar el rol que le cabe a la Administración en el desarrollo de la sociedad.
2. Identificar los elementos y principios de Administración, además del desarrollo histórico de la misma.
3. Conocer y explicar el funcionamiento del sistema empresa y de sus respectivos subsistemas.
4. Colaborar con la percepción a nivel funcional, empresarial y social de la Administración y su rol fundamental para el desarrollo del Marketing en todos sus aspectos.
5. Visualizar de manera analítica y crítica las principales escuelas teóricas de la Administración, sus aportaciones técnicas, así como su función y relación con el contexto social.
6. Enfocar la Teoría de la Administración en función a las características de nuestro país.
7. Conocer los adelantos en el campo de la teoría administrativa

IV. - PRE-REQUISITO

1. Política de Empresa

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Fundamentos y desarrollo del Pensamiento Administrativo.
2. Antecedentes, enfoques, y exponentes de las Teorías y Escuelas Administrativas.
3. La Empresa. Clasificación. Composición.
4. El Administrador de Empresas.
5. Las Áreas Funcionales. Estructura y Departamentalización.
6. Toma de decisiones y sistemas de información.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Desarrollo del Pensamiento Administrativo
 - 1.1. Los valores socio – culturales.
 - 1.2. Conceptos básicos de Organización y Administración.
 - 1.3. Evolución de la Teoría Organizacional y Administrativa.
 - 1.4. Escuelas del Pensamiento.
2. Teoría General de Sistemas
 - 2.1. Concepto de Sistemas.
 - 2.2. Tipos de Sistemas.
 - 2.3. Clasificación.
 - 2.4. Componentes de un Sistema.
 - 2.5. Características de los Sistemas.
 - 2.6. Las Organizaciones como Sistemas
3. La Empresa
 - 3.1. Concepto de Empresa.
 - 3.2. Funciones de la Empresa.
 - 3.3. Clasificación de las Empresas
- 4- El Administrador de Empresas
 - 4.1. Roles del Administrador.
 - 4.2. Tipos de Administrador.
 - 4.3. Capacidades del Administrador
- 5.- Las Areas Funcionales
 - 5.1. Función Comercial
 - 5.2. Función Producción
 - 5.3. Función Finanzas
 - 5.4. Función Personal
 - 5.5. Función Gerencial
- 6.- Toma de Decisiones y Sistemas de Información
 - 6.1. Análisis del Problema
 - 6.2. Proceso de Toma de Decisiones
 - 6.3. Tipología de las Decisiones
 - 6.4. Sistema de Información

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Clases participativas e interactivas.
Presentaciones y discusiones en grupo.
Trabajos prácticos.
Estudio de casos.
Visitas a empresas como ejemplos de Administración Efectiva.

VII. - MEDIOS AUXILIARES

Se utilizará para el desarrollo de las clases:

Proyector multimedia
Charlas, talleres y visitas de profesionales del área.

VIII. - EVALUACIÓN

- El estudiante se presentara 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 de examen final será establecida en la planilla de cátedra.
- Se aplicara el sistema de calificación establecido por el Reglamento de Cátedra

IX. BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato, Idalberto. 4ta. Edición: Introducción a la Teoría General de la Administración.
- James Stoner. E. Freeman. Daniel Gilbert. 6ta. Edición: Administración
- Harold Koontz. Heinz Wehrich. 11ma. Edición: Administración: una perspectiva global