

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

I. - IDENTIFICACIÓN

- | | |
|------------------------------------|----------------------|
| 1. Materia | : Formación Integral |
| 2. Semestre | : Segundo |
| 3. Horas semanales | : 3 horas |
| 3.1. Clases teóricas | : 3 horas |
| 3.2. Clases prácticas | : 0 horas |
| 4. Total real de horas disponibles | : 48 horas |
| 4.1. Clases teóricas | : 48 horas |
| 4.2. Clases prácticas | : 0 horas |

II. - JUSTIFICACIÓN.

Responde a necesidades reales de un exigente mercado laboral, cuyo contexto ya no es solamente el ámbito organizacional donde los estudiantes deberán operar ya que éste, hoy más que nunca, está influenciado por diferentes contextos que se influyen mutuamente.

Es importante entonces que la materia a desarrollar permita al alumno reconocer las variables que influyen en su espacio de acción, que desarrolle competencias para la integración de la teoría, de manera a que su rol aporte el valor esperado por las áreas (organización, país, etc.).

Por ello el programa propuesto no pretende brindar a los estudiantes un conjunto de técnicas ordenadas a producir unos efectos más o menos inmediatos, sino técnicas dotadas de significación, consistente en desarrollar la conciencia personal y de grupo para alcanzar una relación más realista y positiva, que puedan descubrir su identidad y sus valores, y en los grupos se produzcan formas más humanas y constructivas de convivencia, tanto en la facultad, empresas o en otras instituciones.

III. - OBJETIVOS.

Mediante los contenidos a desarrollarse en forma teórico práctica se busca que el estudiante:

1. Desarrolle competencias para la integración de la teoría a la preparación de actividades prácticas.
2. Reconozca valores que intervienen en la práctica profesional.
3. Desarrolle eventos, talleres, programas, proyectos, servicios y actividades artístico-culturales integrando valores personales.

IV. - PRE - REQUISITOS.

1. Cultura de Valores

V. - CONTENIDO.

5.1. Unidades programáticas

1. Congruencia emoción – cuerpo – lenguaje
2. El manejo de grupos
3. Organización de eventos
4. Protocolo y ceremonial
5. Comunicación para la acción
6. Disposiciones a la acción

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Congruencia emoción – cuerpo – lenguaje
 - 1.1. Lenguaje.
 - 1.2. Emociones.
 - 1.3. Corporalidad
 - 1.4. El ser como observador.
 - 1.5. Congruencia entre emociones
 - 1.6. Cuerpo y lenguaje.
2. El manejo de grupos
 - 2.1. Tipos de grupos.
 - 2.2. Técnicas de facilitación de grupos
 - 2.3. Dinámica de grupos
3. Organización de eventos
 - 3.1. Aspectos a tener en cuenta en un evento.
 - 3.1.1. Planificación.
 - 3.1.2. Planes de acción.
 - 3.1.3. Cronogramas.
4. Protocolo y ceremonial.

- 4.1. Protocolo: definición.
- 4.2. Ceremonial: definición.
- 4.3. Reglas de protocolo para eventos oficiales y sociales
5. Comunicación para la acción
 - 5.1. Comunicación efectiva:
 - 5.1.1. Definición.
 - 5.2. Predisposiciones para la acción.
 - 5.3. El lenguaje generativo.
 - 5.4. Actos del habla
 - 5.4.1. Pedidos.
 - 5.4.2. Ofertas.
 - 5.4.3. Promesas.
 - 5.4.4. Afirmaciones.
 - 5.4.5. Declaraciones.
6. Disposiciones a la acción
 - 6.1. El cuerpo como comunicador.
 - 6.2. Las disposiciones corporales orientadas a la acción.

VI. - ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.

1. Se busca que el estudiante aplique herramientas para organizar actividades que ayuden a integrar los conocimientos adquiridos en aula con valores internos fomentados por la formación universitaria y cuidando los aspectos bio – psico – social que componen al ser humano.
2. De esta manera se trabaja el aspecto interno del estudiante, logrando así el aprendizaje “desde adentro” y no un mero traspaso de conocimientos teóricos, tal como lo sugiere el Modelo de los 4 cuadrantes de Ken Wilber en la obra: “Una teoría acerca de todo”.

VII. - MEDIOS AUXILIARES.

1. Se utilizará para el desarrollo de las clases:
 - 1.1. Presentaciones en multimedia.
 - 1.2. Lecturas de apoyo.
 - 1.3. Elementos para dinámicas grupales como pañuelos, pelotas, etc, según la participación del grupo de alumnos.

VIII. - EVALUACIÓN.

1. Se realizará evaluación de contenidos en forma escrita y evaluación de competencias en forma grupal.

IX. - BIBLIOGRAFIA.

- 70 juegos para dinámicas de grupos. Fritzen, Silvio Editorial Lumen. Año 1999.
- Juegos creativos para la vida moderna. David, José. Editorial Lumen- Humanitas. Año 1997.
- Técnicas participativas para la educación popular. Cedepo /Alforja. Editorial Lumen – Humanitas. Año 1984.
- Ontología del Lenguaje. Echeverría Rafael. Ediciones Lom. Año 2006.