

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERÍA EN SISTEMAS DE PRODUCCIÓN
PLAN 2009
PROGRAMA DE ESTUDIOS

Resolución N° 19/16/46-00 Acta N° 1057/19/08/2019 - ANEXO 02

I. - IDENTIFICACIÓN

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Asignatura | : Electiva V – Comportamiento Organizacional |
| 2. Nivel | : Cinco |
| 3. Horas semanales | : 5 horas |
| Clases teóricas | : 5 horas |
| 4. Total real de horas disponibles | : 85 horas |
| Clases teóricas | : 85 horas |

II. - JUSTIFICACIÓN

El comportamiento organizacional es una asignatura que pretende formar en el conocimiento y reconocimiento del hombre en el trabajo en sus tres perspectivas: el individual, grupal y el de la dinámica de la organización. Asimismo reconocer cada uno de esos aspectos dentro de la actividad laboral, para que en su práctica profesional sea capaz de entender que la organización está compuesta por personas que interactúan de acuerdo a los aspectos antes mencionados y que ello le sirve para formar estrategias de trabajo más efectivas y relaciones con características más humanas.

III. - OBJETIVOS

1. Realizar un diagnóstico sobre los distintos aspectos que impactan en las organizaciones, utilizando una serie de herramientas y teorías vinculadas a las prácticas en el desarrollo de los Recursos Humanos.
2. Conocer, describir y explicar los comportamientos de las personas que participan en las instituciones para mejorar las relaciones organizacionales.
3. Analizar los principios básicos de las ciencias del comportamiento humano en las organizaciones, para ser aplicados en la dirección y supervisión.
4. Identificar las características que manifiestan los individuos en relación a su actuación dentro de las organizaciones.
5. Analizar los procesos de grupo y su influencia en los comportamientos de los individuos y de las organizaciones.

IV. - PRE - REQUISITO

100 créditos en asignaturas obligatorias y 15 créditos en electivas.

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Comportamiento Organizacional
2. Estructura Organizacional
3. Cultura Organizacional
4. Comunicación Organizacional
5. Liderazgo Organizacional
6. Diagnostico Organizacional
7. Innovación en las Organizaciones
8. Ética organizacional

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Comportamiento Organizacional
 - 1.1. Concepto
 - 1.2. Elementos clave en comportamiento organizacional
 - 1.3. Evolución de las Teorías básicas de la administración
 - 1.4. Diversos enfoques en las prácticas de la dirección de empresas
2. Estructura Organizacional
 - 2.1. Concepto
 - 2.2. Elementos claves
 - 2.2.1. Especialización en el trabajo
 - 2.2.2. Departamentalización
 - 2.2.3. Centralización y descentralización en la toma de decisiones
 - 2.2.4. Cadena de mando
 - 2.2.5. Tramos de control
 - 2.2.6. Formalización del trabajo
 - 2.3. Diseño organizacional su evolución en el transcurso del tiempo
 - 2.3.1. El enfoque clásico
 - 2.3.2. El enfoque tecnológico



- 2.3.3. El enfoque ambiental
- 2.4. Diseño de la Estructura Organizacional
 - 2.4.1. Sistema de Organización Mecánica
 - 2.4.2. Sistema de Organización Orgánica
 - 2.4.3. Tipos de Departamentalización
 - 2.4.4. Departamentalización por Función o Jerárquica
 - 2.4.5. Departamentalización Territorial o Geográfica
 - 2.4.6. Departamentalización por Clientes
 - 2.4.7. Departamentalización por Proceso o Equipo
 - 2.4.8. Departamentalización por Productos
 - 2.4.9. Departamentalización por Proyectos
 - 2.4.10. Tipos de Estructura Organizacional
 - 2.4.11. Estructura Simple
 - 2.4.12. Estructura Burocrática
 - 2.4.13. Estructura Matricial
 - 2.4.14. Nuevas tendencias estructurales
 - 2.4.15. Organizaciones Virtuales
 - 2.4.16. Organización Donnuths
- 2.5. El Individuo y las Organizaciones
- 2.6. El Grupo
- 3. Cultura Organizacional
 - 3.1. Concepto
 - 3.2. Funciones de la Cultura Organizacional
 - 3.3. Cultura y Subcultura
 - 3.4. Modelo de las Cuatro Culturas
 - 3.5. Modelo de Culturas y Organizaciones
 - 3.6. Transmisión de la Cultura Organizacional
 - 3.7. Crisis de la Cultura Organizacional
 - 3.8. Cambio de la Cultura Organizacional
 - 3.9. Comunicación Organizacional
- 4. Estrategia, importancia y el proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia, ambiente externo de la empresa
 - 4.1. Estrategia y Ética.
 - 4.2. Elaboración y ejecución de una estrategia, importancia.
 - 4.3. Estrategias y modelo comercial de una empresa.
 - 4.4. El proceso administrativo de elaboración y ejecución de una estrategia.
 - 4.5. Visión estratégica.
 - 4.6. Establecimientos de objetivos, elaboración de estrategias.
 - 4.7. Aplicación de ejecución de la estrategia.
 - 4.8. Evaluar el ambiente externo de una empresa.
 - 4.9. Características económicas de la industria, fuerzas competitivas, factores que promueven el cambio en la industria.
 - 4.10. Posicionamiento de la competencia.
 - 4.11. Probables movimientos estratégicos de la competencia.
- 5. Evaluar los recursos y la posición competitiva de una empresa.
 - 5.1. Funcionamiento actual de la estrategia de la empresa FODA.
 - 5.2. Precio y costo de la empresa, fortalezas o debilidades ante la competencia.
- 6. Las cinco estrategias competitivas genéricas
 - 6.1. Estrategias de costos bajos.
 - 6.2. Estrategias diferenciación amplia.
 - 6.3. Estrategias de mejores costos.
 - 6.4. Estrategias dirigidas
- 7. Cómo complementar la estrategia competitiva seleccionada: otras opciones importantes de estrategia.
 - 7.1. Estrategias de cooperación, Estrategias de fusión y adquisición.
 - 7.2. Estrategias de integración vertical, subcontratación.
 - 7.3. Estrategias de ofensiva.
 - 7.4. Estrategias defensivas.
 - 7.5. Estrategias de Internet.
- 8. Competencia en los mercados extranjeros.
 - 8.1. Condiciones de mercado entre países, competencia multinacional y global, ventaja competitiva en mercados extranjeros.
 - 8.2. Subsidios internacionales, estrategias ofensivas globales, alianzas estratégicas con socios extranjeros.
 - 8.3. Mercados de países con economías emergentes.
- 9. Adecuación de la estrategia a la situación específica de una industria o empresa.
 - 9.1. Estrategias para competir en industrias emergentes, mercados de crecimientos rápidos, industrias maduras, industrias estancadas, mercados turbulentos, industrias fragmentadas, Líderes de industrias, empresas de segundo lugar, empresas débiles y en crisis.
- 10. Diversificación: estrategia para administrar un grupo de empresas.
 - 10.1. Negocios relacionales contra no relacionados, cuando diversificar, alternativas estratégicas principales después de que una empresa se diversifica.
- 11. Estrategia, ética y responsabilidad social.
 - 11.1. Ética en los negocios, categorías de la moralidad en la administración.
 - 11.2. Estrategias y responsabilidad social.
- 12. Cómo crear una organización capaz de ejecutar bien una estrategia, administración de operaciones internas; acciones que promueven la buena ejecución.
 - 12.1. Marco para ejecutar estrategias, componentes gerenciales, tendencias actuales.
 - 12.2. Mejora continua, sistema de información y operación, premios e incentivos
- 13. Cultura corporativa y liderazgo; claves para una buena ejecución de estrategias.



- 13.1. Infusión de una cultura corporativa que promueva la buena ejecución de estrategias.
- 13.2. Dirección del proceso de ejecución de estrategias

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Lectura comentada.
2. Discusión.
3. Debate.
4. Investigación en equipos (Internet).

VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Pizarra.
2. Retroproyector y transparencias.
3. Proyector de PC.

VIII. - EVALUACIÓN

1. Acorde a la Reglamentación y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

COLECCIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD POLITÉCNICA

- Robert, M. (2006). *El nuevo pensamiento estratégico: puro y simple*. México: McGraw-Hill.
- Fernández López, J. (2005). *Gestión por competencias: un modelo estratégico para la dirección de recursos humanos*. Madrid: Prentice Hall.
- Steiner, G. A. (2000). *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber*. México: Compañía Editorial Continental.
- Aragón Sánchez, A. (2004). *La gestión estratégica de los recursos humanos*. (2° Ed.). Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Lambin, J. J., Gallucci, C. & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing: gestión estratégica y operativa del mercado*. (2° Ed.). México: McGraw-Hill.
- David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. (14° Ed.). México: Pearson Educación.
- Chiavenato, I. & Sapiro, A. (2017). *Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones*. (3° Ed.). México: McGraw-Hill Education.

LIBROS ELECTRÓNICOS

- Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2009). *Marketing (9° Ed.)*. Disponible en <https://ebookcentral.proquest.com>
- Stanton, W. J., Eitzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing (14° Ed.)*. Disponible en <https://ebookcentral.proquest.com>.
- Cateora, P. R. X., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2014). *Marketing internacional (16° Ed.)*. Disponible en <https://ebookcentral.proquest.com>.
- Lambin, J., Gallucci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing: Gestión estratégica y operativa del mercado (2a. ed.)*. Disponible en <https://ebookcentral.proquest.com>.

