

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

Resolución 24/21/15-00 Acta 1203/07/10/2024 - ANEXO 02

**I. - IDENTIFICACIÓN**

1. Asignatura	: Administración II
2. Semestre	: Octavo
3. Horas semanales	: 5 horas
3.1. Clases teóricas	: 3 horas
3.2. Clases prácticas	: 2 hora
4. Total real de horas disponibles	: 80 horas
4.1. Clases teóricas	: 48 horas
4.2. Clases prácticas	: 32 horas

**II. - JUSTIFICACIÓN**

Todo ser humano se ve obligado, en cualquier etapa de su vida, a efectuar algún tipo de administración de algún recurso. En el marco de una carrera de Ingeniería de Marketing esta necesidad, y la de aplicar los principios administrativos a la resolución de problemas, se hace más acuciente y requiere un mayor profesionalismo.

Como continuación del programa de la asignatura Administración I, el programa de Administración II hace referencia al proceso de administración, necesario para una adecuada asignación de recursos. El programa estudia el problema atendiendo a un marco conceptual tradicional, el conocimiento aprobado, y, al mismo tiempo, explora conceptos más modernos aplicables a una administración de organizaciones en continuo desenvolvimiento.

**III. - OBJETIVOS**

1. Obtener un marco teórico-práctico básico para el estudio de la administración de empresas.
2. Contar con un marco referencial que le oriente en su formación profesional.
3. Comprender y aplicar los conceptos del proceso administrativo.
4. Comprender y aplicar teorías y prácticas en el diseño de una estructura administrativa, acorde a los objetivos, necesidades y recursos disponibles de una organización.
5. Comprender, aplicar y relacionar las diferentes etapas de cada una de las funciones fundamentales de la administración.

**IV. - PRE-REQUISITO**

1. Administración I

**V. - CONTENIDO**

**5.1 - Unidades Programáticas.**

1. Proceso administrativo
2. Planeación
3. Organización
4. Integración de personal
5. Dirección
6. Control
7. Desarrollos administrativos más recientes

**5.2 – Desarrollo de las unidades programáticas**

1. El proceso administrativo
  - 1.1 Concepto.
  - 1.2 El proceso administrativo según diferentes autores.
  - 1.3 Interrelaciones entre las funciones o etapas del proceso administrativo.
  - 1.4 La universalidad del proceso administrativo.
2. La Planeación
  - 2.1 Objetivo.
  - 2.2 Concepto.
  - 2.3 Importancia de la planeación.
  - 2.4 Ventajas de la planeación.
  - 2.5 Tipos de planes.
  - 2.6 Propósitos o misiones.
  - 2.7 Objetivos o metas.
  - 2.8 Estrategias, políticas, procedimientos, reglas, proyectos, programas, presupuestos.
  - 2.9 Pasos en la planeación.
  - 2.10 Objetivos, características y clasificación.



- 2.11 Orígenes de las estrategias y políticas.
- 2.12 Límites de la planeación. Análisis de casos.
3. Planeación de políticas administrativas
  - 3.1 Concepto.
  - 3.2 Formulación de políticas administrativas.
  - 3.3 Justificación del empleo de políticas administrativas por los gerentes.
  - 3.4 Tipos y ejemplos de políticas.
  - 3.5 Reglas administrativas.
  - 3.6 Planeación de procedimientos administrativos.
  - 3.7 Planeación de programas.
  - 3.8 Planeación de presupuesto.
4. El proceso de planeación
  - 4.1 Concepto.
  - 4.2 Definición de los objetivos de planeación.
  - 4.3 Formulación de premisas de planeación.
  - 4.4 La toma de decisiones como tarea central de planeación.
  - 4.5 La planeación táctica y la planeación estratégica.
  - 4.6 Concepto y ejemplos de estrategia en la planeación.
  - 4.7 La planeación en las pequeñas y medianas empresas.
  - 4.8 Factores que intervienen.
5. Organización
  - 5.1 Concepto.
  - 5.2 Objetivo de la organización.
  - 5.3 Definición de la organización.
  - 5.4 Importancia de la organización.
  - 5.5 La organización como estructura, función y proceso.
  - 5.6 Organización formal. Organización informal.
  - 5.7 Planeación de la organización.
  - 5.8 Componentes tangibles de la organización.
  - 5.9 El hombre y la organización.
  - 5.10 Manuales administrativos.
  - 5.11 Organigramas.
  - 5.12 Uso de los organigramas para la comunicación y el análisis.
  - 5.13 Formas de presentación.
  - 5.14 Análisis de casos.
6. Estructura de la organización
  - 6.1 La estructura como esquema conceptual.
  - 6.2 La estructura como marco normativo.
  - 6.3 Tipología de las estructuras organizacionales.
  - 6.4 Divisiones básicas de una empresa.
  - 6.5 Unidades organizacionales adicionales.
  - 6.6 Departamentalización.
  - 6.7 Autoridad.
  - 6.8 Centralización y descentralización de la autoridad.
  - 6.9 Equilibrio entre autoridad-responsabilidad.
  - 6.10 Autoridad lineal.
  - 6.11 Autoridad staff.
  - 6.12 Autoridad funcional.
  - 6.13 Departamento de servicio.
7. Dotación de Personal
  - 7.1 Concepto.
  - 7.2 Responsabilidad.
  - 7.3 Determinación de los recursos administrativos disponibles.
  - 7.4 Diseño de puestos.
  - 7.5 El Principio de Peter.
  - 7.6 Características personales que deben tener los administradores.
  - 7.7 Análisis de casos.
8. La Dirección
  - 8.1 Concepto.
  - 8.2 Objetivo de la dirección.
  - 8.3 Definición de la dirección.
  - 8.4 Importancia de la dirección.
  - 8.5 Motivación.
  - 8.6 Liderazgo.
  - 8.7 Comunicación.
  - 8.8 Estilos de dirección:
    - a) teorías generales de Douglas Mc. Gregor
    - b) sistema de dirección de Likert
    - c) malla administrativa de Blake y Mouton
    - d) la dirección de acuerdo a la teoría "Z". Análisis de casos.
9. Diversos enfoques de dirección.



- 9.1 Enfoque situacional o de contingencia en el liderazgo.
- 9.2 Enfoque de liderazgo de Fiedler.
- 9.3 El enfoque de RUTA - META aplicado a la eficiencia del liderazgo.
- 9.4 Liderazgo y dirección.
- 10. El control
  - 10.1 Concepto.
  - 10.2 Objetivo.
  - 10.3 Importancia del control.
  - 10.4 El proceso de control.
  - 10.5 Requisitos para controles eficaces.
  - 10.6 Técnicas de control.
  - 10.7 El presupuesto.
  - 10.8 Análisis de la red tiempo eventos.
  - 10.9 Relaciones de autoridad de línea y staff.
  - 10.10 La autoridad funcional.
  - 10.11 Departamento de servicios.
  - 10.12 Conceptos de comité.
  - 10.13 Control del desempeño general.
- 11. Auditorías
  - 11.1 Auditoría interna.
  - 11.2 Auditoría Administrativa.
  - 11.3 Auditoría externa.
  - 11.4 Auditoría social.
- 12. Desarrollos administrativos
  - 12.1 Just in Time.
  - 12.2 Reingeniería.
  - 12.3 Calidad Total. ISO 9000.
  - 12.4 Método Deming.
  - 12.5 Filosofía 5S.
  - 12.6 Administración del conocimiento.
  - 12.7 Las organizaciones que aprenden.
  - 12.8 Adhocracia.
  - 12.9 Globalización y compañías multinacionales (MNC).
  - 12.10 Empresas virtuales.

#### VI. - MEDIOS AUXILIARES

- 1. Proyector multimedia
- 2. Videos y documentales sobre la materia
- 3. Pizarra, borrador y pinceles

#### VII. - EVALUACIÓN

- 4. La evaluación se realizará de acuerdo a las Reglamentaciones y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica.

#### VIII. - BIBLIOGRAFÍA

- 1. Arellano Cueva, R. (2002). *Comportamiento del Consumidor*. Énfasis en América Latina. México: Mc. Graw – Hill.
- 2. Pérez Van Morlegan, L. y Ayala, J. C. (2011). *El comportamiento de las personas en las organizaciones*. Buenos Aires: Prentice Hall.
- 3. Revista Publicidad y Mercadeo (PyM). Disponible en <http://www.revistapym.com.co>.
- 4. Schiffman, L. G. & Lazar Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. (10° Ed.). México: Pearson Educación.

