



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN FACULTAD POLITÉCNICA

RESOLUCIÓN N° 0454/2026

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PROGRAMA DE ESTUDIO DE LA ASIGNATURA "ADMINISTRACIÓN", DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING – PLAN 2026 DE LA FP-UNA, CON CARGO DE DAR CUENTA AL CONSEJO DIRECTIVO.

06 de mayo del 2026

VISTO Y CONSIDERANDO: El Memorando DA/0704/2026 del Director Académico de la FP-UNA, Prof. MSc. Felipe Santiago Uzabal Escurra, con el cual remite el Memorando CCPTCC/022/2026 de la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de las Carreras de la FP-UNA, en el que presenta los programas de estudio de la Carrera Ingeniería en Marketing correspondientes al proyecto académico 2026.

Que los programas de estudios son equivalentes para las ofertas académicas de Ingeniería en Marketing en la sede San Lorenzo, y las filiales de Coronel Oviedo y Villarrica.

Que la Comisión Coordinadora del Proyecto de Transformación Curricular de Carreras de Grado, solicita la aprobación del Programa de Estudio de la asignatura "**Administración**", de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026.

Que los programas fueron elaborados conforme a las disposiciones establecidas por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONES) en materia de **créditos académicos**, según lo dispuesto en la Resolución CONES N.º 221/2024, que regula el *Sistema de Créditos Académicos – Paraguay* y los criterios para su aplicación en las carreras de grado.

La Ley N° 4995/2013 de Educación Superior.

El Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción, Art. 84, inc. "f".

POR TANTO: en uso de sus facultades y atribuciones legales,

LA DECANA DE LA FACULTAD POLITÉCNICA RESUELVE:

Art. 1º Aprobar el Programa de Estudio de la Asignatura "**Administración**", de la carrera Ingeniería en Marketing – Plan 2026 de la FP-UNA, detallado en el ANEXO de la presente Resolución, con cargo de dar cuenta al Consejo Directivo.

Art. 2º Comunicar, copiar y archivar.

Prof. Abg. Joel Arsenio Benítez Santacruz
Secretario de la Facultad

Prof. Ing. Silvia Teresa Leiva León, MSc.
Decana





UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA

ANEXO RESOLUCIÓN N° 0454/2026

DEPARTAMENTO DE ENSEÑANZA DE GESTIÓN
PROGRAMA DE ESTUDIO

I. IDENTIFICACIÓN

Nivel					Grado				
Asignatura					Administración				
Carrera					Plan	Sede/Filial	Carácter	Semestre	Prerrequisitos
Ingeniería en Marketing					2026	Sede San Lorenzo/Filial Villarrica/Filial Coronel Oviedo	Obligatoria	Décimo	Talento Humano y Endomarketing.
Semanal						Periodo			
HT	HP	HTD	HTI	HS	PA	THTD	THTI	THA	CA-PY
2	2	4	4	8	18	72	72	144	5

- Siglas:
- *HT: Horas Teóricas semanales.
 - *HP: Horas Prácticas semanales.
 - *HTD: Horas semanales de Trabajo académico con acompañamiento Docente.
 - *HTI: Horas semanales de Trabajo académico Independiente del estudiante.
 - *HS: Horas Semanales (HTD+HTI).
 - *PA: Periodo Académico en semanas.
 - *THTD: Total de Horas de Trabajo académico con acompañamiento Docente (HTD*PA).
 - *THTI: Total de Horas de Trabajo académico Independiente del estudiante (HTI*PA).
 - *THA: Total de Horas de trabajo Académico (THTD+THTI).
 - *CA-PY: Créditos académicos de la asignatura.

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura *Administración* ocupa un lugar central en la formación de los futuros profesionales de Ingeniería en Marketing, al proporcionar los fundamentos esenciales del pensamiento administrativo que permiten comprender, interpretar y actuar estratégicamente dentro de organizaciones contemporáneas. Responde a la necesidad de que el estudiante desarrolle una visión sistémica de la gestión organizacional, condición indispensable para el ejercicio del marketing moderno. En un entorno global caracterizado por la acelerada transformación digital, la reconfiguración de estructuras empresariales y la creciente exigencia de responsabilidad social corporativa, esta asignatura contribuye a formar profesionales capaces de intervenir con criterio técnico y ético en procesos de toma de decisiones, diseño organizacional, planeamiento estratégico y optimización de recursos. Su pertinencia se afianza al constituir una base teórica-práctica que habilita el análisis organizacional y la gestión de funciones clave en diversos sectores productivos, comerciales o institucionales.

Cada eje aporta saberes teóricos y técnicos, combinados con herramientas procedimentales orientadas a la toma de decisiones fundamentadas, el diseño estructural de organizaciones, y el análisis estratégico de funciones administrativas. Con un enfoque pedagógico integrador, contextualizado e interdisciplinario, esta asignatura promueve el desarrollo de competencias tales como el liderazgo basado en evidencia, la utilización de herramientas innovadoras de gestión, y la planificación sostenible de proyectos, todas ellas coherentes con el perfil de egreso definido en el plan de estudios. Esta asignatura no solo proporciona herramientas de análisis, sino que forma profesionales capaces de responder con pensamiento crítico, compromiso ético y responsabilidad social a los desafíos complejos de la gestión moderna.

III. COMPETENCIAS DEL PERFIL DE EGRESO ASOCIADAS

- 1. Liderar y trabajar en equipo con eficacia y responsabilidad tomando decisiones basadas en evidencias.
- 2. Aplicar en la práctica profesional, los valores humanos, la ética, y los mecanismos de seguridad laboral.
- 3. Actuar proactivamente frente a los problemas sociales y ambientales.
- 4. Adaptarse respetuosamente a contextos nuevos o adversos, así como a diversidades personales, disciplinares y culturales.
- 5. Actualizarse permanentemente mediante la obtención y gestión autónoma de información de calidad, utilizando tecnología de la información y comunicación.
- 6. Seleccionar, construir y utilizar herramientas innovadoras vinculadas al ejercicio de la ingeniería en marketing.
- 7. Planificar, diseñar y ejecutar proyectos sostenibles e integrales para la resolución de problemas, la mejora y la innovación en el área de la ingeniería en marketing.

IV. ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

Unidades	Contenidos	Resultados de aprendizaje
1. Fundamentos y evolución del pensamiento administrativo	1.1. Definición y principios de la administración. 1.2. Evolución histórica y escuelas del pensamiento administrativo. 1.3. Rol del administrador en entornos complejos. 1.4. Valores socioculturales y contexto local. 1.5. Funciones básicas del administrador. 1.6. Introducción al pensamiento sistémico.	1. Evalúa críticamente la evolución del pensamiento administrativo y su vínculo con contextos organizacionales complejos. 2. Diseña esquemas conceptuales sobre el rol del administrador según enfoques históricos y socioculturales.
2. Escuelas, teorías y sistemas administrativos	2.1. Escuela clásica, científica, humanista y estructuralista. 2.2. Teoría General de Sistemas: elementos, características, clasificación. 2.3. Enfoques contemporáneos: calidad total, procesos, reingeniería. 2.4. Teorías administrativas y aplicaciones en marketing. 2.5. Organización como sistema abierto. 2.6. Modelos y debates actuales.	1. Diseña modelos administrativos basados en teorías clásicas, contemporáneas y sistémicas. 2. Evalúa el uso de la teoría de sistemas en la gestión organizacional desde una perspectiva integradora.
3. Estructura, funciones y clasificación de la empresa.	3.1. Concepto, función y clasificación de la empresa. 3.2. Composición	1. Diseña estructuras organizacionales adecuadas al tipo y contexto de empresa. 2. Evalúa la articulación entre áreas



Unidades	Contenidos	Resultados de aprendizaje
	estructural y subsistemas. 3.3. Áreas funcionales: comercial, producción, finanzas, personal. 3.4. Modelos de departamentalización. 3.5. Tipos de estructuras organizacionales. 3.6. Autoridad, descentralización y relaciones funcionales.	funcionales para la eficiencia organizacional.
4. Toma de decisiones, sistemas de información y planeación.	4.1. Toma de decisiones: tipos, procesos y herramientas. 4.2. Sistemas de información gerencial. 4.3. Flujo de información y TIC aplicadas. 4.4. Planeación estratégica, táctica y operativa. 4.5. Planeación de políticas, programas y presupuestos. 4.6. Planeación en PYMES y gestión por objetivos.	1. Diseña procesos de toma de decisiones integrando herramientas analíticas e informacionales. 2. Evalúa la planificación administrativa considerando políticas, presupuestos y TIC.
5. Proceso administrativo integral y estructuras organizacionales.	5.1. Proceso administrativo: fases e interrelaciones. 5.2. Organización formal, informal y funcional. 5.3. Componentes tangibles: manuales, organigramas, estructuras. 5.4. Diseño organizacional por procesos. 5.5. Equilibrio autoridad-responsabilidad. 5.6. Planeación y análisis de estructuras administrativas.	1. Diseña sistemas organizacionales aplicando el proceso administrativo completo. 2. Evalúa estructuras organizativas y documentos técnicos en función de la gestión eficiente.
6. Dirección, liderazgo y gestión del talento.	6.1. Conceptos de dirección, motivación y liderazgo. 6.2. Teorías de McGregor, Likert, Blake y Mouton, Teoría Z. 6.3. Comunicación y clima organizacional. 6.4. Liderazgo situacional, de contingencia, Ruta-Meta. 6.5. Dotación de personal: perfil, diseño de puestos, principio de Peter. 6.6. Enfoques de eficiencia en la gestión humana.	1. Diseña estrategias de dirección basadas en teorías y estilos de liderazgo contemporáneo. 2. Evalúa la eficacia del liderazgo y la dotación de personal según el contexto organizacional.

Unidades	Contenidos	Resultados de aprendizaje
7. Control, auditorías y evaluación de desempeño.	7.1. Control organizacional: concepto y procesos. 7.2. Técnicas de control y herramientas. 7.3. Presupuestos y control del desempeño. 7.4. Auditoría administrativa, interna, externa y social. 7.5. Autoridad lineal, staff y funcional. 7.6. Evaluación institucional y retroalimentación.	1. Diseña sistemas de control que integren técnicas, auditorías y retroalimentación. 2. Evalúa el impacto de mecanismos de control en el desempeño institucional.
8. Innovación administrativa y nuevos enfoques de gestión.	8.1. Desarrollos administrativos recientes: ISO, 5S, Deming. 8.2. Empresas virtuales, globalizadas y adhocracia. 8.3. Organizaciones que aprenden y gestión del conocimiento. 8.4. Innovación y cambio organizacional. 8.5. Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa. 8.6. Diseño de modelos de gestión innovadores.	1. Diseña propuestas innovadoras de gestión basadas en desarrollos administrativos recientes. 2. Evalúa enfoques de cambio organizacional desde la sostenibilidad y la responsabilidad profesional.

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En el desarrollo del programa se aplicarán estrategias didácticas conducentes a la apropiación teórica y la ejecución práctica de procesos y procedimientos, a saber:

- **Estudio de casos:** permite el análisis crítico de situaciones organizacionales reales, promoviendo la toma de decisiones informadas.
- **Simulación de roles directivos:** facilita la comprensión de funciones de liderazgo, gestión y planificación.
- **Mapeo organizacional:** ayuda a los estudiantes a visualizar estructuras, relaciones jerárquicas y flujos de información en las empresas.
- **Diseño de planes estratégicos:** integra saberes del proceso administrativo para la formulación de propuestas contextualizadas.
- **Análisis comparativo de teorías:** fortalece la capacidad de contraste, argumentación y aplicación de enfoques diversos.
- **Aprendizaje basado en problemas (ABP):** Esta estrategia pone a los estudiantes frente a problemas complejos para que los resuelvan utilizando los conocimientos adquiridos, promoviendo la autogestión del aprendizaje y la colaboración.
- **Gamificación:** Esta estrategia utiliza elementos de juego para motivar y hacer más atractiva la participación de los estudiantes.
- **Plataforma institucional:** utilizada como aula virtual principal para distribuir materiales, gestionar actividades, foros, cuestionarios, tareas colaborativas y entregas de proyectos.

La elección particular de la estrategia didáctica aplicada será explícita en el Planeamiento de la Asignatura, de acuerdo con el perfil de los estudiantes, los recursos disponibles y el contexto educativo.



VI. ESTRATEGIAS EVALUATIVAS

Las estrategias evaluativas serán elegidas por el docente, antes de cada inicio de semestre, las cuales tendrán en cuenta el modelo pedagógico institucional. Serán declaradas en la planificación del periodo académico y se podrá tener en cuenta trabajos prácticos, test de evaluación, cuestionarios en línea, pruebas escritas y otras más que puedan ser utilizadas de acuerdo con la naturaleza de la asignatura y el resultado de aprendizaje esperado.

Con fines de calificación y promoción se aplicará el Reglamento Académico vigente en la institución que prevé valoraciones de proceso y final.

VII. MEDIOS AUXILIARES

Aula virtual, pizarrón, proyector multimedia, computador, marcadores, softwares especializados, equipo de audio.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato, I. (2021). *Introducción a la teoría general de la administración* (10.ª ed.). McGraw-Hill.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). *Administración* (14.ª ed.). Pearson Educación.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2022). *Administración: una perspectiva global y empresarial* (14.ª ed.). McGraw-Hill.
- Drucker, P. F. (2020). *La gerencia en tiempos de grandes cambios*. Editorial Sudamericana.
- Mintzberg, H. (2021). *Estructura y dinámica de las organizaciones*. Ariel.
- Porter, M. E. (2023). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. CECSA.

