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

Resolución 25/07/05-00 Acta 1215/07/04/2025
ANEXO 01

I. - IDENTIFICACIÓN

1.	Asignatura	: Electiva- Planificación Estratégica
2.	Semestre	: Noveno
3.	Horas semanales	: 4 horas
	3.1. Clases teóricas	: 2 horas
	3.2. Clases prácticas	: 2 horas
4.	Total de horas cátedras	: 64 horas
	4.1. Total de clases teóricas	: 32 horas
	4.2. Total de clases prácticas	: 32 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

La planificación estratégica es una asignatura esencial en la formación del ingeniero en marketing, ya que no solo proporciona las herramientas necesarias para el análisis y la toma de decisiones informadas, sino que también forma profesionales capaces de enfrentar los desafíos del entorno de negocios actual, liderar equipos y generar valor a largo plazo para las organizaciones.
Esta capacitación integral asegura que los ingenieros en marketing estén preparados para contribuir significativamente al éxito empresarial.
Esto es crucial para diseñar estrategias efectivas que respondan a las necesidades del público objetivo en cuanto a la visión integral del negocio ya que un experto en marketing no solo debe entender la promoción y venta de productos, sino también cómo estas actividades se alinean con los objetivos generales de la empresa. La planificación estratégica fomenta esta visión holística, integrando diferentes áreas como finanzas, operaciones y recursos humanos.

III. - OBJETIVOS

3.1. Reconocer, interpretar y aplicar los conceptos básicos de la planificación y de la estrategia.
3.2. Identificar y diferenciar los distintos tipos de instrumentos prácticos de planificación, como objetivos, metas, estrategias, programas, proyectos y actividades.
3.3. Fortalecer las habilidades para desarrollar planes estratégicos considerando aspectos internos de la organización, y del entorno político, social y/o económico.
3.4. Reconocer la relación entre la planificación y la toma de decisiones en las organizaciones, y comprender la importancia de la gestión estratégica como una herramienta que permite posicionar competitivamente a la organización.
3.5. Valorar la planificación estratégica como un medio que permite actuar y comprometerse responsablemente como miembro de una organización.
3.6. Desarrollar la capacidad de trabajo en equipo del estudiante, lo que a su vez favorecerá el futuro desempeño profesional favoreciendo su habilidad de incorporarse con efectividad en grupos de trabajo multidisciplinarios en el ámbito laboral para la atención de problemas gerenciales.
3.7. Distinguir y aplicar, en forma preliminar el método de la planificación de contingencia a diversas situaciones, contribuyendo a una adecuada exploración de los problemas, en forma participativa, y a la elaboración de propuestas de acción factibles y viables.
3.8. Valorar la importancia de la creatividad e innovación en las organizaciones y reconocer su impacto en el nivel de competitividad de las mismas.

IV. - PRE-REQUISITO

De acuerdo con el Proyecto Académico y la elección del número de electiva a cursar, el estudiante deberá cumplir:

Alternativa	Porcentaje de créditos aprobados	Cantidad de créditos requeridos
Electiva I y Electiva II,	60%	193
Electiva III, Electiva IV, Electiva V	70%	225

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades Programáticas

5.1. Fundamentos de la teoría de la planificación.
5.2. Estrategia.
5.3. Planificación Estratégica.
5.4. El Proceso de la Planificación Estratégica.
5.5. El Plan Estratégico integral. Evolución de la planificación estratégica.
5.6. Los planes de contingencia.
5.7. El cambio y la innovación.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

5.2.1. Fundamentos de la teoría de la planificación.

5.2.1.1. Definición de plan. Características del plan.
5.2.1.2. Visión histórica de los enfoques teóricos sobre el planeamiento.
5.2.1.3. Conceptos básicos y corrientes teóricas en planeación.
5.2.1.3.1. Conceptos de planeación basados en la teoría clásica de la administración
5.2.1.3.2. Conceptos de planeación basados en la teoría de sistemas.
5.2.1.3.3. Conceptos de planeación basados en la teoría del desarrollo o del cambio planificado.
5.2.1.3.4. Conceptos de planeación prospectiva o de innovación
5.2.1.3.5. Planeación de racionalización y planeación innovadora
5.2.1.4. Descripción clásica del proceso general de planeación:
5.2.1.4.1. Primera fase: el diagnóstico
5.2.1.4.2. Segunda fase: la programación
5.2.1.4.3. Tercera fase: discusión – decisión
5.2.1.4.4. Cuarta fase: formulación y selección de alternativas.
5.2.1.4.5. Quinta fase: ejecución o instrumentación
5.2.1.4.6. Sexta fase: evaluación, retroalimentación y contro
5.2.1.5. Evolución de los paradigmas de planificación
5.2.1.6. Tipos de planeación:
5.2.1.6.1. Planeación estratégica
5.2.1.6.2. Planeación táctica
5.2.1.6.3. Planeación operacional.
5.2.1.6.4. Diferencias entre la planificación estratégica y la planificación operativa
5.2.1.7. Componentes técnicos de un plan.
5.2.1.8. Principios que rigen la confección de los planes.

5.2.2. Estrategia

5.2.2.1. Concepto de estrategia y elementos que la componen.
5.2.2.2. Evolución del concepto de estrategia de empresa.
5.2.2.3. Características y pasos fundamentales en la concepción de una estrategia. Información necesaria.
5.2.2.4. Análisis progresivo
5.2.2.5. Tipos de Estrategias
5.2.2.5.1. A nivel corporativo: estabilidad, crecimiento, disminución o combinación.
5.2.2.5.2. A nivel de negocios: adaptabilidad y competitivas.
5.2.2.5.3. A nivel funcional.
5.2.2.6. Función y horizonte de una estrategia.
5.2.2.7. Recursos necesarios para el desarrollo de una estrategia.
5.2.2.8. Las perspectivas de la estrategia: grupo económico, corporativa, de negocios, funcional.
5.2.2.9. Tipos de estrategia.

5.2.3. Planificación estratégica

5.2.3.1. Naturaleza e importancia de la planificación estratégica
5.2.3.2. Objetivos de la planificación estratégica
5.2.3.3. Modelos de planificación estratégica
5.2.3.4. Metodología para la planificación estratégica
5.2.3.5. Fuerzas que interactúan en el planeamiento estratégico
5.2.3.6. Responsables en la elaboración del Plan Estratégico

5.2.4. El Proceso de la Planificación Estratégica

5.2.4.1. Tareas preparatorias: Formación del equipo de planificación, sensibilización, información y difusión, previsión de gastos e inversiones, capacitación y determinación del plan de trabajo.
5.2.4.2. Visión sistémica de las 4 etapas de la planificación estratégica.
5.2.4.3. Etapa filosófica (Visión, misión, valores): Concepto e Importancia de la misión y la visión. Estructura básica de la misión y la visión. Procedimiento para la formulación de la misión y la visión. Evaluación de la misión y la visión.
5.2.4.4. Etapa analítica (análisis interno y externo o análisis FODA):
5.2.4.4.1. Análisis Interno: análisis de la situación actual de la organización para determinar sus fortalezas y debilidades: análisis de la cadena de valor (actividades primarias: compras, operaciones, distribución, marketing y ventas, servicios; actividades de apoyo: infraestructura de la empresa, manejo del talento humano, desarrollo de la tecnología, adquisiciones), análisis seriado de capacidades funcionales (capacidad ejecutiva, capacidad humana, capacidad física), análisis del perfil competitivo (desempeño de los competidores, factores claves para el éxito, desempeño comparativo del mercado). Matriz de evaluación de factores internos EFI.
5.2.4.4.2. Análisis Externo: Análisis del entorno de la organización a fin de determinar oportunidades y amenazas: análisis de concentración (industrias o negocios fragmentados, concentrables, concentrados); análisis de madurez (expectativas del negocio, potencial de crecimiento, inversiones requeridas, costo de incrementar participación en el mercado, comportamiento de flujos.); análisis de las cinco fuerzas de poder (amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de los clientes, amenaza de productos sustitutos, poder de los proveedores, rivalidad entre competidores); análisis PESTL (en cinco dimensiones: ambiente político, ambiente económico, ambiente sociocultural, ambiente tecnológico y ambiente legal) . Matriz de evaluación de factores externos.
5.2.4.5. Etapa operativa (objetivos, estrategias, programas y proyectos de acción). Definición de los objetivos, y metas a mediano y largo plazo, de las actividades, estrategias de trabajo, plazos de ejecución y responsabilidades para todas las áreas funcionales de la organización, así como de los sistemas de medición y control para el seguimiento y evaluación del plan y de los indicadores para detectar las desviaciones.
5.2.4.6. Etapa de acción y desarrollo (organización y control): Implementación de las tareas. Concepto y proceso del control estratégico. Verificación y medición de los resultados de la ejecución. Informe de estatus de la ejecución. Sistemas de control interno.

5.2.5. El Plan Estratégico integral. Evolución de la planificación estratégica
- 5.2.5.1. Estructura básica de un plan estratégico
- 5.2.5.2. Diferencias entre el plan estratégico y el plan tradicional
- 5.2.5.3. Tendencias en la evolución de la planificación estratégica
- 5.2.5.4. Elaboración de un plan estratégico.

5.2.6. Los planes de contingencia
- 5.2.6.1. Concepto de planificación situacional o de contingencia
- 5.2.6.2. Etapas de su elaboración
- 5.2.6.3. Objetivos y Ventajas
- 5.2.6.4. Ciclo
- 5.2.6.5. Contenido

5.2.7. El cambio y la innovación
- 5.2.7.1. Características y condiciones.
- 5.2.7.2. Cómo propiciar la creatividad y la innovación en las organizaciones.

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1. Exposición del profesor
6.2. Exposiciones de los alumnos
6.3. Estudio de casos
6.4. Debates
6.5. Trabajos grupales e individuales

VII. - MEDIOS AUXILIARES

7.1. Pizarra
7.2. Proyector
7.3. Materiales bibliográficos

VIII. - EVALUACIÓN

La evaluación se realizará de acuerdo a las reglamentaciones vigentes de la Facultad Politécnica FP- UNA.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, Ezequiel. Introducción a la planificación / Ezequiel Ander-Egg. - - 15ª ed. - - Buenos Aires: Lumen, 1995. - - 206 p.
- Cope, Robert G. El plan estratégico: haga que la gente participe / Robert G. Cope. - - Bogotá: Fondo Editorial Legis, 1991. - - xiv, 144 p.
- Chain Navarro, Celia. Gestión de información en las organizaciones / Celia Chain Navarro. - - Murcia: DM, 1977. - - 174 p.
- La danza del cambio: los retos de sostener el impulso en organizaciones abiertas al aprendizaje / Peter Senge ... [et al]. - - Barcelona: Norma, 2000. - - 236 p.
- Estrategia empresarial / Compilación de Arnoldo C. Hax. - - Buenos Aires: El Ateneo, 1992. - - 280 p.
- Firth, David. Smart: lo fundamental y lo más efectivo acerca del cambio / David Firth. - - Santafé de Bogotá: McGraw-Hill, 2000 - - 236 p.
- French, Wendell L. Desarrollo organizacional: aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización / Wendell L. French, Cecil H. Bell. - - 5ª ed. - - México: Prentice Hall, 1999. - - 375 p.
- Lloréns Montes, Francisco Javier. Calidad total: fundamentos y procedimientos / Francisco Javier Llorens Montes, María Ester Fuentes Fuentes. - - Madrid: Pirámide, 2000. - - 278 p.
- Manzano Polío, Wendy. La gestión de la innovación como herramienta para la competitividad.
- Martín Fernández, Evaristo. Gestión de instituciones educativas inteligentes / Evaristo Martín Fernández. – Madrid: Mc Graw- Hill, 2001.
- Palóm Izquierdo, Francisco Javier. Planificación estratégica / Francisco Javier Palóm Izquierdo. - - Barcelona: Gestión y Planificación Integral, [199-]. - - 153 p.
- Ponjuán Dante, Gloria. Gestión de la información en las organizaciones: principios, conceptos y aplicaciones / Gloria Ponjuán Dante. - - Santiago de Chile: CECAPI, 1998. - - 222 p.
- Ramírez Alfaro, José. Elementos metodológicos para la planificación estratégica en programas de educación superior. San José: IICA, 1997.
- Ramos Simón, Luis Fernando. Dirección, administración y marketing de empresas e instituciones documentales / Luis Fernando Ramos Simón. - - Madrid: Síntesis, 1995.
- Sarubbi Zaldivar, Vicente. Un sistema de educación superior para el Paraguay democrático / Vicente Sarubbi Zaldivar. - - Asunción: CIDSEP, [199-]. - - 641 p.
- Smith, Steve. Genere el cambio: herramientas listas para la administración de proyectos. México: Granica, 2000.
- Steiner, George A. Planeación estratégica: lo que todo director debe saber / George A. Steiner. - - 21ª. - - México: Prentice Hall Americana, 1996. - - xxxvii, 691 p.
- Stoner, James A. F. Administración / James A. F. Stoner, R. Edward Freman, Daniel R. Gilbert. - - 6a ed. - - xxxvii, 691 p.
- Tissen, René. El valor del conocimiento: para aumentar el rendimiento en las empresas / René Tissen, Daniel Andriessen, Frank Lekanne Deprez. - - Madrid: Prentice Hall, 2000. - - 306 p.
- Los valores. En: http://www.monografias.com/trabajos14/los-valores/los-valores.shtml

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Drucker, Peter F. Administración y futuro: de los 90 en adelante / Peter F. Drucker. - - 2ª ed. - - Buenos Aires: Sudamericana, 1993. - - 279 p.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCION FACULTAD POLITECNICA 1979 CONSTRUYENDO EL FUTURO

5.2.2.7 Condiciones para la validez del análisis factorial.

5.2.3 Soluciones Factoriales Directas.

5.2.3.1 Métodos basados en la obtención del factor principal.
5.2.3.2 Análisis de componentes principales.
5.2.3.3 Método del factor principal.
5.2.3.4 Análisis factorial canónico.
5.2.3.5 Método Alfa.
5.2.3.6 Comparaciones entre Factor Principal, Canónico y Alfa.
5.2.3.7 Método de Centroides.
5.2.3.8 Algunas aplicaciones

5.2.4 Análisis Factorial.

5.2.4.1 Objetivos.
5.2.4.2 Conceptos básicos.
5.2.4.3 Modelo del análisis factorial.
5.2.4.4 Realización del análisis factorial.
5.2.4.4.1 Formulación del problema.
5.2.4.4.2 Matriz de correlación.
5.2.4.4.3 Método e análisis factorial.
5.2.4.4.4 Número de factores. Rotación de factores.
5.2.4.4.5 Interpretación de los factores.
5.2.4.4.6 Calificación de los factores.
5.2.4.4.7 Selección de las variables sustitutas.
5.2.4.4.8 Ajuste del modelo.
5.2.4.5. Aplicación del análisis factorial

5.2.5 Rotaciones Ortogonales y Oblicuas.

5.2.5.1 Transformaciones en el espacio de los factores comunes.
5.2.5.2 Modelos oblicuos.
5.2.5.3 La estructura simple de Thurstone.
5.2.5.4 Rotaciones ortogonales.
5.2.5.5 Método varimax.
5.2.5.6 Método quartimax.
5.2.5.7 Unicidad de la matriz factorial rotada.
5.2.5.8 Rotaciones oblicuas.
5.2.5.9 Método oblimax y método quartimin.
5.2.5.10 Método oblimin.
5.2.5.11 Métodos directos.
5.2.5.12 Otros métodos de rotación oblicua.
5.2.5.13 Un análisis factorial completo.
5.2.5.14 Otros aspectos del Análisis factorial.
5.2.5.14.1 Medición de factores.
5.2.5.14.2 Medición de componentes principales.
5.2.5.14.3 Medición de factores comunes.
5.2.5.14.4 Valoración de los métodos de estimación.
5.2.5.14.5 Factores de orden superior.
5.2.5.14.6 Técnicas derivadas del análisis factorial.
5.2.5.14.7 Algunas aplicaciones del análisis factorial.

5.2.6 Análisis de Componentes Principales.

5.2.6.1 Obtención de los componentes principales.
5.2.6.2 Estructura factorial de los componentes principales.
5.2.6.3 Representación de datos.
5.2.6.4 Análisis de tamaño y forma.
5.2.6.5 Análisis sobre variables equicorrelacionadas.
5.2.6.6 Determinación del número de componentes principales.
5.2.6.7 Interpretación geométrica de los componentes principales

5.2.7 Taxonomía Numérica.

5.2.7.1 Las características de la clasificación.
5.2.7.2 Objetivos de la taxonomía numérica.
5.2.7.3 Jerarquías indexadas.
5.2.7.4 Geometría ultramétrica.
5.2.7.5 Algoritmo fundamental de clasificación.
5.2.7.6 Principales algoritmos de clasificación.
5.2.7.7 Correlación cofenética.
5.2.7.8 Aplicaciones y ejemplos.
5.2.7.9 Clasificaciones no jerárquicas.

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1 Clases expositivas participativas
6.2 Resolución de ejercicios.
6.3 Técnicas individuales y grupales para la resolución de ejercicios.
6.4 Utilización de software especial para la resolución de problemas.

VII. - MEDIOS AUXILIARES

7.1 Pizarra.
7.2 Marcadores.

7.3 Borrador de pizarra.
7.4 Material bibliográfico.
7.5 Equipo multimedia.
7.6 Software estadístico

VIII. - EVALUACIÓN

La evaluación se realizará acorde a la Reglamentación y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

COLECCIÓN DE LA BIBLIOTECA DE LA FACULTAD POLITÉCNICA

- Alarcón del Amo, M. C., Cordente Rodríguez, M., Goméz Borja, M. Á., Blázquez Resino, J. J., Millán Campos, Á., Díaz Sánchez, E. & Consuegra Navarro, D. (2014). *Investigación de mercados.* Madrid: ESIC
- Garza Garçia, J., Morales Serrano, B. N. & González Cavazos, B. A. (2013). *Análisis estadístico multivariante: un enfoque teórico y práctico.* México: McGraw-Hill.
- Hair, J., Bush, R. P. & Ortinau, D. J. (2010). *Investigación de mercados: en un ambiente de información digital.* (4° Ed.). México: McGraw-Hill.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados.* (5° Ed.). México: Pearson Educación.

BASE DE DATOS ON LINE

- Carmen Castrejón Mata. (2018). *Reflexiones de la investigación de mercados en México: crecimiento e inversión.* Trama, (2), 119. Disponible en https://doi.org/10.18845/tramarcsh.v7i2.3944
- Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigación de mercados.* Bogotá: Ecoe ediciones. Disponible en http://search.ebscohost.com
- Susana Pérez Padrón, & Freddy R. Moreno Méndez. (2018). *La innovación tecnológica y la investigación de mercado en el sistema empresarial cubano.* Universidad y Sociedad, (1), 367. Disponible en http://search.ebscohost.com.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCION FACULTAD POLITÉCNICA 1979 CONSTRUYENDO EL FUTURO