

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	: Política de Empresa
2. Semestre	: Sexto
3. Horas semanales	: 5 horas
3.1. Clases teóricas	: 3 horas
3.2. Clases prácticas	: 2 horas
4. Total real de horas disponibles	: 80 horas
4.1. Clases teóricas	: 48 horas
4.2. Clases prácticas	: 32 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

En un mundo globalizado y un ambiente de negocios en el que el cambio permanente y su aceleración es la constante, las empresas se enfrentan al desafío de orientar y dar significado a sus objetivos, de manera a otorgar cierta estabilidad a su planificación y a la capacidad de ejecución de su capital humano.

En este sentido, el diseño e implementación de políticas adecuadas es esencial para brindar el marco adecuado para el desarrollo de los distintos procesos de la empresa, de la cultura organizacional y de su planificación a largo plazo. Todas estas tareas son desafíos ineludibles de la dirección superior.

III. - OBJETIVOS

1. Comprender la necesidad e importancia del propósito de toda organización.
2. Adquirir las competencias para implementar la estrategia de una organización.
3. Comprender, desarrollar y aplicar, en un entorno académico, el concepto de estrategia ligado a la misión-visión de la organización y su articulación con los procesos empresariales centrados en el cliente.
4. Comprender, desarrollar y aplicar, en un entorno académico, el concepto de articulación entre los objetivos de la empresa, el desarrollo del capital social y los objetivos particulares de los empleados.
5. Valorar sobre la importancia del liderazgo para el logro del propósito de la empresa.
6. Analizar, comprender y aplicar, en un entorno académico, las funciones principales del jefe ejecutivo y directivos de una organización.
7. Desarrollar la idea, analizar los componentes y factores básicos de una organización basada en el conocimiento y los particulares desafíos que plantea este tipo de organización para la dirección superior.
8. Analizar, comprender y aplicar las funciones de la dirección superior.

IV. - PRE-REQUISITO

1. Macroeconomía.
2. Política Económica.

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Organizaciones
2. Propósito de la empresa
3. Estrategia
4. Procesos
5. Cultura organizacional
6. Comportamiento organizacional
7. Capital social
8. Globalización

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Organizaciones
 - 1.1. Historia de las organizaciones
 - 1.2. La sociedad de organizaciones



- 1.3. Qué son las organizaciones.
- 1.4. Clases de organizaciones

2. Propósito de la empresa
 - 2.1. Porqué existen las empresas

3. Estrategia.
 - 3.1. Breve historia. Planificación estratégica, su éxito y su caída.
 - 3.2. Análisis estratégico: matriz FODA (o SWOT o TOWS). Portafolio de negocios.
 - 3.3. Misión y visión empresariales
 - 3.4. Políticas empresariales: de personal, de productos, de precios, de marcas, de comunicaciones

4. Procesos
 - 4.1. Definición.
 - 4.2. Tipos de procesos
 - 4.3. Procesos orientados al cliente

5. Cultura organizacional
 - 5.1. Desarrollo de la cultura organizacional

6. Comportamiento organizacional
 - 6.1. Valores y actitudes

7. Capital social.
 - 7.1. Concepto e implicaciones
 - 7.2. Desarrollo del capital social
 - 7.3. Organizaciones basadas en el conocimiento
 - 7.4. Evolución: del pre-capitalismo al post-capitalismo
 - 7.5. Del capital físico al capital basado en el conocimiento
 - 7.6. Del capital físico al capital social
 - 7.7. El conocimiento como principal insumo de las organizaciones
 - 7.8. La dirección en organizaciones basadas en el conocimiento
 - 7.9. El proceso de toma de decisiones

8. Globalización
 - 8.1. Concepto, sentido y alcance de la globalización
 - 8.2. Bloques regionales
 - 8.3. La dirección en un mundo globalizado
 - 8.4. Responsabilidad social/ambiental de las organizaciones en un mundo globalizado

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Clases magistrales
2. Análisis de casos
3. Talleres-Seminarios
4. Trabajos en grupo

VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Proyector multimedia
2. Pizarrón
3. Rotafolio

VIII. - EVALUACIÓN

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

IX. - BIBLIOGRAFÍA

1. Michaelson, G. A. y Michealson, S. W. (2005). *Sun tzu estrategias para ventas: Cómo usar el arte de la guerra para construir relaciones duraderas con los clientes*. México: McGraw-Hill.
2. Marcos Recio, J. C. (Coord.). (2008). *Gestión de la documentación en la publicidad y en las relaciones públicas*. Madrid: Síntesis.
3. Chiavenato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos*. México: McGraw-Hill.
4. Wehrich, H., Cannice, M. V. y Koontz, H. (2017). *Administración: una perspectiva global, empresarial y de innovación*. (15° Ed.). México: McGraw-Hill.
5. Robbins, S. P. y Judge, T. A. (2017). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Educación

