



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL ESTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ESTUDIO



YCONTABLES

I – IDENTIFICACIÓN DE LA MATERIA

Asignatura	: Pasantía Profesional
Área de estudio	: Profesional
Carrera	: Ingeniería Comercial
Curso	: Quinto
Semestre	: Décimo
Carga horaria total	: 48 horas reloj
Carga horaria clases teóricas	: 30 horas reloj
Carga horaria clases prácticas	: 18 horas reloj
Sistema	: Semestral
Código	: IC-5/5
Prerrequisitos	: -----

II – FUNDAMENTACIÓN

La Ingeniería Comercial forma profesionales para desarrollar nuevos negocios y orientar su dirección según lo que necesite una empresa.

El estudio de Ingeniería Comercial está pensado para personas que buscan la capacidad de resolver todos los problemas que rodean una empresa, desde la producción, la comercialización, sus finanzas y el área de recursos humanos. La administración que combina todos los sectores es parte de los objetivos de un ingeniero comercial.

Con una sólida preparación en la gestión empresarial, la carrera tiene una orientación hacia los negocios de la actualidad del mercado. El avance de los estudios también tiene un espacio para cada sector de una empresa con el fin de brindar conceptos aplicables en cada situación en particular, ya sea como el asesoramiento en la creación de un emprendimiento, la elaboración de proyectos financieros, el gerenciamiento en las áreas de comercialización y la dirección de procesos para optimizar los recursos disponibles.

III – COMPETENCIAS

- Genéricas

- a. Capacidad emprendedora, creativa e innovadora en sus actividades profesionales.
- b. Capacidad de auto aprendizaje, autoevaluación y actualización permanente en la búsqueda constante de la superación personal, ajustando su conducta a las normas éticas universalmente establecidas.
- c. Capacidad para aplicar técnicas cuantitativas y cualitativas para la toma de decisiones y resolución de problemas.
- d. Capacidad para desenvolverse en forma autónoma y trabajar en equipos multidisciplinarios e inclusivos con una profunda vocación de servicio, ejerciendo un liderazgo de positivo impacto social, en la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida.
- e. Utilizar tecnologías de la información y de la comunicación para analizar, evaluar, interpretar y proyectar información referente al entorno empresarial.

- Específicas

- a. Capacidad para diseñar, formular, dirigir y evaluar planes estratégicos y operativos.
- b. Capacidad para diseñar, ejecutar, evaluar y adecuar los planes, programas y proyectos utilizando técnicas apropiadas.
- c. Capacidad de identificar, optimizar y gestionar sistemas, estructuras, procesos, recursos, tecnologías y personas para los procesos de negocio de las organizaciones.
- d. Desarrollar e implementar eficientes sistemas de control de gestión para tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.
- e. Capacidad para diseñar, mejorar e implementar estrategias de marketing.

IV – CONTENIDO PROGRAMÁTICO

UNIDAD I

1.1- Delineación general del caso escogido por el profesor para su estudio y análisis en el aula.

- 1.2- Información general de la organización.
- 1.3- Ubicación.
- 1.4- Planta o centros de producción, explotación, ventas o servicios.
- 1.5- Oficinas, filiales o sucursales.
- 1.6- Vías de acceso.
- 1.7- Estructuras disponibles.
- 1.8- Estimación del activo, patrimonio o bienes de capital de la organización.
- 1.9- Actividad principal, fuente de recursos o financiamientos.
- 1.10- Volumen de operaciones.
- 1.11- Objetivos principales de la organización.
- 1.12- Áreas de influencia comercial o ámbito geográfico de su gestión.
- 1.13- Vínculos con otras organizaciones.

UNIDAD II

- 2.1- Marco legal de la nación que regula la habilitación, funcionamiento y actividades de la organización.
- 2.2- Organismos o autoridades nacionales de supervisión, de fiscalización o de control.
- 2.3- Aspectos tributarios.
- 2.4- Normativa interna de la organización y autoridades que la establece o los actualiza.
- 2.5- Principales niveles de decisión o de autorización.
- 2.6- Sistemas de registros exigidos sobre sus actividades.
- 2.7- Periodicidad de presentación de sus resultados económicos.
- 2.8- Otros organismos vinculados a la gestión. (Representación, regulación, vínculos legales o comerciales, alianzas estratégicas, control de marcas, etc.)

UNIDAD III

- 3.1- Productos y servicios de la organización.
- 3.2- Políticas de productos.
- 3.3- Políticas de Precios.
- 3.4- Políticas de distribución.
- 3.5- Políticas de publicidad, promoción, marketing directo, relaciones públicas.
- 3.6- Estrategia de ventas.
- 3.7- Puntos de venta de productos.
- 3.8- Locales de servicios.
- 3.9- Márgenes de productos y servicios.
- 3.10- Remuneración de la fuerza de ventas. Sistema de inteligencia competitiva.

UNIDAD IV

- 4.1- Visión y Misión de la organización.
- 4.2- Planes estratégicos o Plan de negocios y planes operativos.
- 4.3- Estrategias.
- 4.4- Programas.

- 4.5- Políticas generales o específicas.
- 4.6- Sistema de Presupuestación y Control Presupuestario.
- 4.7- Manuales de procedimientos.
- 4.8- Reglamentos, normas.
- 4.9- Manuales operativos.
- 4.10- Sondeos de mercado.
- 4.11- Investigaciones específicas como herramientas de planificación.
- 4.12- Bases para la estimación de demanda.
- 4.13- Estructura de costos e ingresos.

UNIDAD V

- 5.1- Estilo de la estructura organizativa.
- 5.2- Distribución de cargos y funciones.
- 5.3- Contratación de personal.
- 5.4- Sistemas de evaluación y desempeño de los puestos de trabajo.
- 5.5- Sistemas de Rotaciones, traslados, promociones, despidos, estímulos, reconocimientos, etc.
- 5.6- Estimación de los recursos humanos y disponibles.
- 5.7- Relación de dependencia.
- 5.8- Niveles de autoridad y de responsabilidad.
- 5.9- Departamentos o áreas funcionales.

UNIDAD VI

- 6.1- Estilo de dirección.
- 6.2- Filosofía organizacional.
- 6.3- Valores y elementos éticos y humanos.
- 6.4- Responsabilidad social.
- 6.5- Responsabilidad con la preservación del ambiente natural.
- 6.6- Delegación de responsabilidades.
- 6.7- Niveles de decisión o niveles de autorización.
- 6.8- Sistema de ejecución presupuestaria.
- 6.9- Ajustes o reasignaciones.
- 6.10- Niveles de decisión sobre aspectos operacionales.
- 6.11- Autorizaciones.
- 6.12- Manejo contable de la organización.
- 6.13- Cuentas estandarizadas y registros.
- 6.14- Sistema de administración financiera.
- 6.15- Manejo de la información. En distintos niveles.
- 6.16- Información clasificada o confidencial.
- 6.17- Niveles de acceso a la información.

UNIDAD VII

- 7.1- Sistemas de control, supervisión o fiscalización.
- 7.2- Organismos de control externo.

- 7.3- Organismos de control interno.
- 7.4- Organismos especializados de control.
- 7.5- Control de la ejecución presupuestaria.
- 7.6- Control operativo.
- 7.7- Control financiero y económico.

UNIDAD VIII

- 8.1- Sistemas de información gerencial.
- 8.2- Sistemas de información por áreas.
- 8.3- Soporte informatizado.
- 8.4- Sistemas de comunicación con el cliente interno y externo.
- 8.5- Medios o canales de comunicación e información.
- 8.6- Sistema de registros periódicos.
- 8.7- Información sobre el mercado.
- 8.8- Datos de la competencia.
- 8.9- Sistemas de información de mercados y tendencias.
- 8.10- Estadísticas.
- 8.11- Recopilación de informaciones relevantes para la organización.
- 8.12- Memorias, Boletines, informes impresos u otros medios de información y de comunicación.

V – METODOLOGÍA

- El titular de la cátedra desarrollará las clases con ayuda de medios audiovisuales y creativos a fin de ilustrar a través de experiencias reales e incluso a través de técnicas de simulación los distintos enfoques planteados, de modo que el estudiante disponga en el aula toda la información necesaria para evaluar y analizar mediante la técnica de estudios de casos que se presentan, siguiendo paso a paso los distintos tópicos o contenidos del Programa.

VI – PAUTAS DE EVALUACIÓN

El alumno será calificado:

1- Primera prueba parcial	15 puntos.
2- Segunda prueba parcial	15 puntos
3- Trabajo práctico	<u>10 puntos</u>
Total de puntos	40 puntos
Examen final	60 puntos
Total	100 puntos

VII – BIBLIOGRAFÍA

- **Básica**

Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos (7ª Ed.). México: McGraw Hill Interamericana.

De la Vega, O. (2011). Gobiernos Corporativos, Conflictos de Intereses por Duplicidad de Roles. Valparaíso, Chile: Ediciones Universitarias de Valparaíso.

López, C. (2004). Análisis Estratégico del Negocio. Valparaíso, Chile: Ediciones Universitarias de Valparaíso.

Renzo, D. y Ruiz, E. (2003). Programación Lineal para Administración. Valparaíso, Chile: Ediciones Universitarias de Valparaíso.

- **Complementaria**

Alarcón, I. (2016). 10 libros que deberías leer si entraste a Ingeniería Comercial. Recuperado el día 04 de setiembre de 2016, de <http://universitarios.cl/2016/03/23/10-libros-que-deberias-leer-si-entraste-a-ingenieria-comercial/>.

Alarcón, I. (2016). 10 libros que todo hombre de negocios debe leer. Recuperado el día 04 de setiembre de 2016, de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/10-libros-que-todo-hombre-de-negocios-debe-leer>