

UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
SEMESTRE: VII

BLOQUE PROGRAMÁTICO	PRONÓSTICO FINANCIERO DE LA EMPRESA		
NÚMERO DE CRÉDITOS	13		
PROPÓSITO:	Analizar la empresa desde sus diferentes escenarios y determinar el plan financiero estratégico posible a partir de las variables del mercado regional, nacional e internacional.		
JUSTIFICACIÓN	El uso de cifras proyectadas le permiten al administrador financiero tomar decisiones más ajustadas a la realidad de la empresa, en la medida que la obtención de dichas cifras obedece a la confrontación de la información histórica con las expectativas futuras y los objetivos que con base en ella se ha trazado la empresa. El pronóstico financiero permite determinar el efecto que sobre la situación financiera de la empresa pueden tener las diferentes alternativas de decisión que en un momento determinado tenga la administración.		
UNIDADES TEMÁTICAS	NOMBRE DE LA UNIDAD	NÚMERO DE CRÉDITOS	COMPONENTES
	Análisis de los escenarios empresariales	3	Contabilidad, finanzas y derecho
	Programación lineal para la toma de decisiones	3	Matemáticas
	Mercadeo nacional e internacional	3	Comercio internacional y mercados.
	Seminario taller de investigación: Antecedentes y marco referencial	2	Investigación
	Ética profesional	2	Derecho, socio humanística, ciencias humanas
EJE PROBLÉMICO	¿Cómo realizar un plan financiero estratégico de una empresa?		
METODOLOGÍA GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio independiente: El estudiante accederá a la información suministrada en la unidad temática y la bibliografía sugerida sobre el tema, efectuara una lectura autorregulada que le permita conceptualizar y comprender los contenidos abordados. • Estudio en los Núcleos de Estudio Colaborativos: Cada pequeño grupo (NEC) elaborará un trabajo integrador que permita aplicar los conceptos y contenidos de la unidad temática. • Estudio en los encuentros colectivos (gran grupo): En los encuentros colectivos con la mediación del asesor, se realizará la sustentación de los trabajos para la discusión y retroalimentación, la aclaración de dudas e inquietudes y se acordarán las tareas a realizar. 		

EVALUACIÓN

75%

- Autoevaluación (evaluación individual del propio estudiante): 10%
- Coevaluación (evaluación del núcleo de estudio colaborativo): 10%
- Heteroevaluación: (evaluación por parte del profesor):
- Evaluación escrita de conocimientos: 20%.
- Elaboración y presentación de textos:
 - Texto paralelo: 25%
 - Texto compartido: 10%

25%

Evaluación del trabajo integrado contextualizado: 25%

UNIDAD TEMATICA SEMINARIO TALLER DE INVESTIGACIÓN: ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL

Código: 750704

No de Créditos: 2

TP Trabajo Presencial: 14

TI Trabajo Independiente: 82

Habilitable

NO

Validable

NO

Homologable

NO

PRE-REQUISITO: No tiene

JUSTIFICACIÓN

Este seminario investigativo tiene como propósito estudiar sobre la importancia de la construcción de los antecedentes y el marco referencial en una investigación de carácter científico; en este sentido, se detallan las actividades que un investigador lleva a cabo para tal efecto: detección, obtención y consulta de la literatura pertinente para el problema de investigación planteado; extracción y recopilación de la información de interés; y construcción del marco referencial. Los elementos, características y funciones que desempeñan en la investigación. En segundo término, desarrollar conjuntamente con los estudiantes el marco teórico de su trabajo de investigación para clarificar los principales conceptos y su relación. El marco teórico es la etapa en que se busca y clasifica información documental para elaborar el diseño metodológico de la investigación; en este sentido, se establece el tipo de información requerida y la manera cómo se debe recolectar.

En este contexto, el presente seminario de investigación presenta una reflexión sobre la importancia de la construcción de los antecedentes de la investigación y el marco referencial en una investigación de carácter científico; por lo tanto, se detallan las actividades que un investigador debe llevar a cabo para tal efecto: búsqueda, consulta y revisión de la literatura pertinente de acuerdo al problema de investigación planteado; extracción y recopilación de la información de interés; y finalmente, construcción del marco referencial.

El enfoque del seminario es teórico-práctico, por lo tanto, requiere de gran dedicación por parte del estudiante tanto en la búsqueda y revisión bibliográfica, como para la construcción del marco teórico y referencial, en general, de acuerdo al bloque programático del séptimo semestre.

COMPETENCIAS

Competencias generales

- Comprende y aplica la metodología para la construcción de los antecedentes y el marco referencial al problema de investigación construido.

Competencias específicas

- Establece relaciones coherentes en el desarrollo de una investigación.

- Construye los antecedentes en una investigación
- Construye el marco teórico de una investigación relacionándolo con el problema de investigación planteado.

OBJETIVOS

- Aprender a construir el marco referencial de una investigación.
- Elaborar los antecedentes de una investigación
- Aplicar las etapas para la elaboración del marco referencial de una investigación.
- Identificar el proceso para la obtención de información de fuentes documentales.
- Construir el marco referencial de una investigación.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Marco referencial
 - Marco teórico
 - Marco conceptual
 - Marco espacial
 - Marco temporal
2. Antecedentes de la investigación

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Encuentros presenciales:

- Aplicación de la guía didáctica como principal instrumento para el desarrollo del plan de trabajo del periodo académico.
- Asesoría dirigida sobre los temas a desarrollar en los diferentes momentos de autoaprendizaje y heteroevaluación sobre los temas tratados en los diferentes momentos.
- Socialización de resultados sobre las diferentes actividades desarrolladas.

Momentos de autoaprendizaje:

- Desarrollo de las actividades de información, significación, contextualización y socialización.
- Aplicación de las actividades descritas anteriormente en la actividad de producción.

Momentos de interaprendizaje:

- Aplicación de las actividades de socialización entre los núcleos de estudio colaborativo.
- Socialización de actividades previas a los momentos de interaprendizaje al interior del núcleo de estudio colaborativo de docentes.
- Socialización de resultados de los momentos de interaprendizaje al interior del núcleo de estudio colaborativo de docentes.

Sustentación Trabajo Integrado Final:

- Asesoría previa a la sustentación por parte del grupo de docentes referentes al documento final y a la exposición o sustentación final.
- Evaluación final con base en los objetivos trazados para el desarrollo del bloque programático.

RECURSOS

- Guía didáctica.
- Diferentes recursos bibliográficos.
- Plataforma Universidad de la Amazonia.

EVALUACIÓN

75%

- Autoevaluación (evaluación individual del propio estudiante): 10%
- Coevaluación (evaluación del núcleo de estudio colaborativo): 10%
- Heteroevaluación: (evaluación por parte del profesor):
- Evaluación escrita de conocimientos: 20%.
- Elaboración y presentación de textos:
 - Texto paralelo: 25%
 - Texto compartido: 10%

25%

- Evaluación del trabajo integrado contextualizado: 25%

BIBLIOGRAFÍA

- Carvajal, L. (1990). Metodología de la investigación. Sexta Edición, FAID, Cali. 1990.
- Hernández Sampieri, Roberto; Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. (2014). Metodología de la Investigación, 6ta. Ed., México, McGraw-Hill.
- Méndez, C. E. (2011). Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, 4ª ed., México, Editorial Limusa.
- Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Bogotá, Editorial Panamericana.
- Tamayo, M. (1990). El Proceso de la Investigación Científica, (Fundamentos de investigación con Manual de Evaluación de Proyectos), México, Editorial Limusa, Tercera Reimpresión.

IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD TEMÁTICA:ANÁLISIS DE LOS ESCENARIOS EMPRESARIALES

Código: 750701

No de Créditos: 3

TP Trabajo Presencial
21

TI Trabajo Independiente
123

Habilitable

NO

Validable

NO

Homologable

NO

PRE-REQUISITO: ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA

JUSTIFICACIÓN

La planeación es un proceso que consiste en determinar los escenarios y fijar objetivos financieros y está conformado por el plan de mercados, plan de insumos y plan financiero. Cada día los negocios se ven afectados más por las variables indirectas que por las directas, es decir, si al planear no se toman en cuenta las variables no estructurales, estaríamos diseñando una planeación muy pobre y endeble ante cualquier impacto externo; de ahí la importancia de aprovechar el pensamiento reflexivo de los futuros administradores financieros para simular y fijar planes de acción frente a las diferentes circunstancias que pueden acontecer.

Por otra parte, con la implementación del actual modelo económico, se ha acentuado el aumento del número de los impuestos como sus múltiples variedades y subvariedades. Se hace necesaria que el administrador financiero conozca las bases jurídicas pertinentes a este tema. En el desarrollo de su quehacer siempre estará referenciado en la relación fiscal contribuyente-estado.

La planeación financiera estratégica, debe incluir la planeación tributaria como una parte importante dado el impacto que los impuestos ejercen sobre las finanzas de las organizaciones.

COMPETENCIAS

Competencias generales

- Conoce las diferentes metodologías para la realización de un plan financiero estratégico.

Competencias específicas

- Selecciona y aplica las diferentes variables que intervienen en la proyección de estados financieros.
- Proyecta y analiza los estados financieros de la empresa en diferentes escenarios.
- Analiza indicadores financieros de la empresa en diferentes escenarios.

OBJETIVOS

Diseñar estrategias y recomendaciones que contribuyan a mejorar los procesos de administración de los recursos involucrados en la misma y anticipar condiciones futuras mediante el establecimiento de políticas que permitan prever la situación de la organización a través del tiempo.

Aplicar la planeación tributaria en la proyección de estados financieros.

CONTENIDOS CURRICULARES**USO DE LOS COSTOS EN LA TOMA DE DECISIONES.**

- Países Americanos Análisis de costos de producción
- Análisis de los costos de operación
- Análisis de los costos de distribución.
- Análisis de los costos de financiación.

PLANEACIÓN TRIBUTARIA.

- Concepto y finalidad de los impuestos.
- Beneficios de la planeación tributaria.
- Financiación a través de los impuestos.
- Derecho tributario.
 - Concepto de finanzas públicas y privadas
 - Derecho financiero privado y sus operaciones
 - El papel del Estado en la economía: intervencionismo estatal, monopolios, sobre el intervencionismo, las visiones clásicas, liberal y neoliberal.
 - Política, presupuesto público, contraloría general.
 - La planeación: principio, presupuesto y desarrollo.
 - Distribución de recursos y competencias: situado fiscal, rentas nacionales con destinación específica, participación de los municipios en los ingresos corrientes de la nación.

POLÍTICA FISCAL: DEFINICIÓN, MECANISMOS, DESARROLLO Y PLAN DE DESARROLLO.

- Definición y principios
- La obligación de declarar: contenido, presentación, corrección
- Las rentas: brutas y netas.
- Rentas de trabajo y de capital
- Renta comercial e industrial
- Impuestos: patrimonio, renta, ganancia ocasional e IVA.
- Intereses y sanciones
- Actos Tributarios
- Ajustes por Inflación
- Procedimiento Tributario
- Liquidaciones oficiales: de corrección aritmética, revisión, aforo.
- Régimen probatorio: medios de prueba, testimonio, índice y presunción, pruebas documental y contable, inspecciones tributarias y prueba pericial.
- Recursos: vía gubernativa y tribunal contencioso administrativo.

ADMINISTRACIÓN DEL ACTIVO FIJO

- Adquisiciones.
- Venta
- Arrendamientos.
- Compra de servicios.

PRONÓSTICO DE VENTAS.

- Análisis y fijación de precios.
- Determinación de unidades de vender
- Estrategias comerciales.
- Análisis de la relación costo, volumen, utilidad.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO./APALANCAMIENTOS

- Financiamiento interno.
- Financiamiento externo

EXCEDENTES DE TESORERÍA.

- Decisiones de inversión de corto y largo plazo.
- Análisis de rentabilidades.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Encuentros presenciales:

- **Exposición magistral de los contenidos de la compilación.**
- Lectura auto regulada de textos.
- Análisis de textos
- Socialización resultado momento de autoaprendizaje.

Momentos de autoaprendizaje:

- Lectura auto regulada de textos paralelos.
- Creación de mapas conceptuales.
- Análisis de textos.
- Solución de preguntas contextualizadas.
- Elaboración de informes teniendo en cuenta actividades de contextualización y significación.

Momentos de interaprendizaje:

- Aprendizaje de núcleo colaborativo de estudiantes.
- Asesorías grupo NEC de docentes, mediante foros y chat programados.
- Productos de textos paralelos en cada uno de los momentos de auto-aprendizaje.

Sustentación Trabajo Integrado Final:

- Socialización del producto final
- Contextualización de los temas vistos en cada una de las unidades temáticas.

RECURSOS

- Textos didácticos impresos y digitales: Estos textos de formato impreso y a veces digital reúnen los contenidos esenciales de una determinada Unidad temática o materia de estudio, con el objeto de facilitar los referentes teóricos y metodológicos que se requieren para el logro de los objetivos de un curso. La mayoría de estos textos contienen mediaciones pedagógicas que orientan su proceso de aprendizaje autónomo.
- Guía didáctica: Es el instrumento que integra las unidades temáticas (disciplinas integradas alrededor de un eje temático) o en su defecto, integra asignaturas. Es decir, articula e integra de forma interdisciplinaria diferentes áreas del saber y de la práctica.

BIBLIOGRAFÍA

- BURBANO, Rj y ORTIZ g. Alberto. Presupuesto. Enfoque moderno de planeación y control de recursos.
- BREALEY, Richard a. Y Myers, Stewart c. Principios de finanzas corporativas, Madrid mc. Graw Hill. 1993.
- Estatuto tributario 2001. Dian, codees.
- GARCIA, Oscar león. Administración financiera. Fundamentos y aplicaciones. Prensa moderna impresores s.a. 1.999.
- Cartillas, dirección de impuestos nacionales.
- Guía Legis para declaración de renta.
- **Legis Constitución política de Colombia.**
- RAMIREZ, padilla, David Noel. Contabilidad administrativa mc Graw Hill 1.994.
- Régimen del impuesto a la renta y complementarios. Ed. Legis.
- RAMÍREZ plazas, Jaime. Las finanzas públicas en Colombia. Tercera edición. Librería el profesional. Bogotá 2001.
- GARCÍA S, Oscar león. Administración financiera, fundamentos y aplicaciones. Cuarta edición.
- J. Fred Weston, Copeland Thomas, manual de administración financiera. Editorial McGraw-Hill., 1994.

IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD TEMÁTICA: PROGRAMACION LINEAL

Código 750702	No de Créditos				
	3				
TP Trabajo Presencial 21	TI Trabajo Independiente 123				
Habilitable	SI	Validable	SI	Homologable	SI

PRE-REQUISITO: NO TIENE

JUSTIFICACIÓN

Cualquier ejecutivo de una empresa se ve enfrentado al problema de la toma de decisiones de gran trascendencia para la misma. Para tener plena certeza acerca del futuro, en caso de tomar una determinada decisión, se hace necesario que el administrador financiero conozca la función de la investigación de operaciones en la toma de decisiones para poder seleccionar la técnica más adecuada que le permita identificar, plantear matemáticamente y resolver problemas cuyas variables estén relacionadas linealmente, tratando de optimizar un objetivo sujeto a restricciones, sin desconocer además de la necesidad del administrador en el manejo de los computadores como herramienta de trabajo para facilitar los procesos y la toma de decisiones, por esto el curso tendrá una buena aplicación en la solución de problemas de programación lineal con la ayuda de Excel y el programa Solver (Paquete de optimización incorporado a Excel) del mismo.

COMPETENCIAS

Competencias generales

- El estudiante identifica, distingue y reconoce de manera clara y suficiente los conceptos y la fundamentación de la programación lineal

Competencias específicas

- El estudiante comprende e interpreta adecuadamente los conceptos de programación lineal, como función objetivo, restricciones, variables, optimalidad, sensibilidad.
- El estudiante identifica y maneja los diferentes métodos y técnicas para solucionar problemas que involucran la programación lineal.
- El estudiante aprende a compartir los conocimientos adquiridos con sus compañeros, con su tutor y en general con la comunidad educativa.
- El estudiante adquiere destreza en el manejo de las herramientas computacionales, en su formación académica

OBJETIVOS

- Clarificar la idea de lo que son los métodos cuantitativos y como pueden mejorar la toma de decisiones de una organización.
- Identificar el concepto de modelo, los diferentes tipos y el desarrollo de los mismos.
- Formular e interpretar problemas de Programación lineal.
- Resolver problemas de programación lineal analizando los posibles cambios de sus componentes.
- Usar solver para optimizar los modelos de Programación Lineal en hojas de cálculo de un modo mucho más eficaz.
- Aplicar un modelo de Programación lineal en la empresa de estudio.

CONTENIDOS CURRICULARES

LOS MODELOS Y LA ADMINISTRACIÓN LA PROGRAMACIÓN

- Toma de decisiones en la empresa
 - ✓ Decisiones con base en la experiencia
 - ✓ Decisiones con base en estimaciones cuantitativas
 - ✓ El proceso de toma de decisiones en administración y las fases del mismo.
- Modelos
 - ✓ La empresa como un sistema
 - ✓ El modelo como representación abstracta del sistema
 - ✓ Clasificación de los modelos
- La programación lineal
 - ✓ La función lineal en la empresa
 - ✓ El modelo de programación lineal
 - ✓ Proceso para la formulación del modelo de programación lineal.

MÉTODO GRÁFICO DE SOLUCIÓN DEL MODELO DE PROGRAMACIÓN LINEAL

- Graficación de las restricciones de un programa lineal
- La función objetiva y la solución óptima

PROGRAMAS LINEALES CON PROPIEDADES ESPECIALES Y SOLUCIÓN POR EL MÉTODO SIMPLEX

- Formulación de modelos de PL
- Guías y comentarios acerca de la formulación de modelos lineales
- Costos fijos versus costos variables
- Modelos lineales en hojas de cálculo electrónica
- Recomendaciones para los modelos de PL en solver

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON SOLVER

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Encuentros presenciales:

- Exposición magistral de los contenidos de la compilación.
- Lectura auto regulada de textos.
- Análisis de textos
- Socialización resultado momento de autoaprendizaje.

Momentos de autoaprendizaje:

- Lectura auto regulada de textos paralelos.
- Creación de mapas conceptuales.
- Análisis de textos.
- Solución de preguntas contextualizadas.
- Elaboración de informes teniendo en cuenta actividades de contextualización y significación.

Momentos de interaprendizaje:

- Aprendizaje de núcleo colaborativo de estudiantes.
- Asesorías grupo NEC de docentes, mediante foros y chat programados.
- Productos de textos paralelos en cada uno de los momentos de auto-aprendizaje.

Sustentación Trabajo Integrado Final:

- Socialización del producto final

Contextualización de los temas vistos en cada una de las unidades temáticas.

RECURSOS

- Textos didácticos impresos y digitales: Estos textos de formato impreso y a veces digital reúnen los contenidos esenciales de una determinada Unidad temática o materia de estudio, con el objeto de facilitar los referentes teóricos y metodológicos que se requieren para el logro de los objetivos de un curso. La mayoría de estos textos contienen mediaciones pedagógicas que orientan su proceso de aprendizaje autónomo.
- Guía didáctica: Es el instrumento que integra las unidades temáticas (disciplinas integradas alrededor de un eje temático) o en su defecto, integra asignaturas. Es decir, articula e integra de forma interdisciplinaria diferentes áreas del saber y de la práctica.
- Orienta el desarrollo de un eje problémico: proyecto de investigación, Trabajo Integrado Final (TIF). - Posibilita el auto e interaprendizaje, la interacción, el trabajo colaborativo, la investigación formativa, el uso de medios y la evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- BEJARANO Barrera Hernán Modulo métodos cuantitativos II UNAD
- GONZÁLEZ Ruiz Ángel C. y Sánchez García Gabriel Investigación de Operaciones en la Ciencias Administrativas Ed. Pearson Educación
- GUTIÉRREZ Carmona Jairo Modelos Financieros con Excel 2da ed. Ecoe Ediciones 2008
- LIBERMAN Gerald J. y Hillier Frederick S. Introducción a la Investigación de Operaciones Ed. Mc Graw Hill
- PRAWDA, Juan. Métodos y Modelos de investigación de operaciones. Editorial Limusa, 1.979. Tomo I
- www.programacionlinealuniamazonia.blogspot.com

IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD TEMÁTICA: MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL					
Código 750703			No de Créditos 3		
TP Trabajo Presencial 21			TI Trabajo Independiente 123		
Habilitable	SI	Validable	SI	Homologable	SI
PRE-REQUISITO: NO TIENE.					
<p>JUSTIFICACIÓN</p> <p>El contenido de la unidad de Mercado nacional e internacional ofrece a los estudiantes un amplio bagaje de herramientas que facilitan la comprensión y el análisis de las decisiones de mercado nacional e internacional que implementan las empresas. Lo anterior le permite recibir conocimiento teórico-práctico para su posterior desempeño profesional.</p> <p>Desde el ámbito empresarial existe una percepción de que los profesionales con visión local consideran inadecuados nuevos retos económicos y empresariales de los escenarios globalizados en la actividad empresarial y profesional general, por lo que se requiere que puedan aprovechar las ventajas que estos mercados ofrecen en el entorno nacional e internacional.</p>					
<p>COMPETENCIAS</p> <p>Competencias generales</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprende y apropia los conceptos de mercado nacional e internacional. <p>Competencias específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> Expresa de forma argumentativa y elocuente por que un país participa en el comercio internacional. Establece relaciones coherentes en el desarrollo de la investigación de mercados para obtener información sobre las necesidades de los consumidores. Describe el sistema de pensamiento, precisa los fundamentos ideológicos de la óptica del marketing y analiza las principales implicaciones en el funcionamiento en la organización de la empresa. 					
<p>OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Orientar al estudiante sobre la importancia que tiene el comportamiento del entorno nacional e internacional y de las grandes oportunidades que ofrecen los mercados externos en la vida empresarial. Desarrollar en el estudiante bases conceptuales y técnicas que faciliten la comercialización global para que adquieran habilidades en la gestión gerencial en cuanto la consecución de recursos financieros y la actividad empresarial en general en el entorno global. Presentar a los estudiantes los conceptos, aplicaciones y herramientas que guían la práctica del mercado nacional e internacional, la Mercadotecnia, la investigación de mercados, mostrando la importancia y el interés que éstas presentan en el mundo y en su vida como actitudes de los estudiantes en los campos de la comprensión y el análisis de los sucesos de la economía nacional e internacional que son noticia diaria en el medio Nacional e Internacional. 					
<p>CONTENIDOS CURRICULARES</p> <p>COMERCIO INTERNACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Conceptos básicos Comercio internacional Causas del comercio internacional 					

- La mecánica de las transacciones comerciales entre naciones
- Tasa de cambio

LA BALANZA DE PAGOS Y LA BALANZA CAMBIARIA

- Cuantificación de las transacciones externas
- Balanza de pagos
- Balanza cambiaria
- Reservas internacionales
- El equilibrio en el sector externo

MERCADEO INTERNACIONAL

- Penetración de mercados internacionales
- Control y promoción del sector externo
- Política comercial
- Política cambiaria
- Integración económica

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Investigación de mercado internacional
- Proceso de investigación de mercados
- Etapas preliminares del proceso de investigación de mercados
- Diseño e implementación de la investigación

EL MARKETING: UNA ESTRATEGIA DE MERCADO DE LA EMPRESA

- ¿Qué es el marketing?
- Los fundamentos ideológicos del marketing
- Las funciones del marketing en la empresa
- Análisis de las necesidades a través de la segmentación
- El análisis de macro segmentación
- El análisis de micro segmentación
- El cliente, comprador o consumidor como elemento central
- La elección de una estrategia de marketing
- Decisiones sobre el producto
- Las decisiones estratégicas de distribución
- Las decisiones sobre el precio en el marketing
- Las decisiones estratégicas de comunicación
- Pla estratégico de marketing

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Encuentros presenciales:

- Exposición magistral de los contenidos de la compilación.
- Lectura auto regulada de textos.
- Análisis de textos
- Socialización resultado momento de autoaprendizaje.

Momentos de autoaprendizaje:

- Lectura auto regulada de textos paralelos.
- Creación de mapas conceptuales.
- Análisis de textos.
- Solución de preguntas contextualizadas.
- Elaboración de informes teniendo en cuenta actividades de contextualización y significación.

Momentos de interaprendizaje:

- Aprendizaje de núcleo colaborativo de estudiantes.
- Asesorías grupo NEC de docentes, mediante foros y chat programados.
- Productos de textos paralelos en cada uno de los momentos de auto-aprendizaje.

Sustentación Trabajo Integrado Final:

- Socialización del producto final
- Contextualización de los temas vistos en cada una de las unidades temáticas.

RECURSOS

- Textos didácticos impresos y digitales: Estos textos de formato impreso y a veces digital reúnen los contenidos esenciales de una determinada Unidad temática o materia de estudio, con el objeto de facilitar los referentes teóricos y metodológicos que se requieren para el logro de los objetivos de un curso. La mayoría de estos textos contienen mediaciones pedagógicas que orientan su proceso de aprendizaje autónomo.
- Guía didáctica: Es el instrumento que integra las unidades temáticas (disciplinas integradas alrededor de un eje temático) o en su defecto, integra asignaturas. Es decir, articula e integra de forma interdisciplinaria diferentes áreas del saber y de la práctica.

Orienta el desarrollo de un eje problémico: proyecto de investigación, Trabajo Integrado Final (TIF). - Posibilita el auto e interaprendizaje, la interacción, el trabajo colaborativo, la investigación formativa, el uso de medios y la evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- CHACHOLIADES, Miltiades. Comercio Internacional. MC Graw Hill. 1992.
- LAURA Fisher y Jorge Espejo, Del libro: Mercadotecnia, Tercera Edición, Mc Graw Hill - Interamericana, 2.006
- MANKIW, Gregory , Del libro: Principios de Economía, Tercera Edición, Mc Graw Hill, 2.005
- PH PHILIP Kotler, Prentice Hall, Libro Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, Mc Graw Hill, 2.006
- LIP Kotler, Prentice Hall, Libro Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, Mc Graw Hill, 2.006
- ROMERO, Ricardo , Del libro: Marketing, de Editora Palmir E.I.R.L., 2.004
- Arancel de Aduanas., Legis
- Régimen De Importaciones Y Exportaciones. Legis.
- Revista De Mincomex. Procesos Para Importar. 2002.
- Revista De Mincomex. Procesos para exportar. 2002.
- Revista Económica Colombiana. Contraloría General de la República.
- Revista del Banco de la República.
- Fuentes Electrónicas:
- www.Proexport.Gov.co
- www.Mincomex.gov.co.

IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD TEMÁTICA: ETICA PROFESIONAL

Código 750705		No de Créditos			
		2			
TP Trabajo Presencial 21		TI Trabajo Independiente 123			
Habilitable	SI	Validable	SI	Homologable	SI

PRE-REQUISITO: NO TIENE**JUSTIFICACIÓN**

Los motivos básicos de una persona son el logro, el poder y el reconocimiento, que podrían suplirse como necesidades justificando los medios para conseguirlos. Empero, en la esencia del hombre contemporáneo está el no atentar contra él, sus semejantes y su medio ambiente, por lo tanto urge que la conducta de un Administrador de Empresas esté regulada y orientada por normas mínimas que le permitan a las organizaciones sobrevivir, ser productivas y competitivas sin menoscabo de las condiciones de vida de sus trabajadores y entorno socio-económico y ambiental. El Administrador de Empresas tiene que propender hacia la Responsabilidad Social de la Empresa respetando la dignidad de las personas, la moral cultural, la ética social y la sanidad del medio-ambiente. Para ello debe conocer y usar los métodos necesarios para tomar decisiones administrativas pero éticas. De tal manera que cuando guíe a las personas lo haga bajo preceptos axiológicos y deontológicos, por lo menos dentro de una ética de mínimos.

COMPETENCIAS

Competencias Generales:

- Ser un guía de personas y grupos cuyas decisiones sean correctas desde lo ético.
- Administra con responsabilidad social y bajo preceptos de una ética de mínimos.

Competencias Específicas:

- Decidir correctamente sobre soluciones rutinarias, complejas o intuitivas.
- Hacer análisis de alternativas teniendo en cuenta la ética.
- Contextualizar su quehacer administrativo con una ética de mínimos.
- Conducir a grupos de personas productivamente teniendo responsabilidad social.
- Asumir ideas, acciones y actitudes para conducir personas a partir de sus propias competencias y las de aquellos.

OBJETIVOS

- Comprender el trabajo de los administradores identificando sus competencias.
- Identificar las funciones y los niveles de la administración.
- Definir la eficiencia y eficacia en las organizaciones.
- Especificar las características del comportamiento ético y los enfoques de la responsabilidad social.
- Valorar metodológicamente las premisas y supuestos de la toma de decisiones racionales programadas o no.
- Identificar las características clave de los líderes.

CONTENIDO TEMÁTICO Y ANÁLISIS DE CRÉDITOS HABILIDADES Y ROLES ADMINISTRATIVOS

- Funciones de la Administración
- Niveles de la Administración
- Competencias Administrativas

ADMINISTRACIÓN: ¿CIENCIA, ARTE O PROFESIÓN?

- Administración y Gerencia
- Gerencia y Liderazgo
- Procesos de Comunicación

ORGANIZACIONES : CONCEPTOS Y DESAFÍOS

- Entorno de las Organizaciones
- Ética y Responsabilidad Social
- Ciclo de Vida de las Organizaciones

LA TOMA DE DECISIONES : ESENCIA DEL TRABAJO DEL GERENTE

- Las Tablas de Verdad : Una herramienta para la toma de decisiones éticas
- El proceso de toma de decisiones
- El Método de Decisión : Maximax, Maximin y Minimax

DINÁMICA DEL LIDERAZGO

- Competencia para la dirección del talento humano
- Competencia para la comunicación
- Competencia para el trabajo en equipo
- Competencia para la acción estratégica

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Encuentros presenciales:

- Exposición magistral de los contenidos de la compilación.
- Lectura auto regulada de textos.
- Análisis de textos
- Socialización resultado momento de autoaprendizaje.

Momentos de autoaprendizaje:

- Lectura auto regulada de textos paralelos.
- Creación de mapas conceptuales.
- Análisis de textos.
- Solución de preguntas contextualizadas.
- Elaboración de informes teniendo en cuenta actividades de contextualización y significación.

Momentos de interaprendizaje:

- Aprendizaje de núcleo colaborativo de estudiantes.
- Asesorías grupo NEC de docentes, mediante foros y chat programados.
- Productos de textos paralelos en cada uno de los momentos de auto-aprendizaje.

Sustentación Trabajo Integrado Final:

- Socialización del producto final
- Contextualización de los temas vistos en cada una de las unidades temáticas.

RECURSOS

- Textos didácticos impresos y digitales: Estos textos de formato impreso y a veces digital reúnen los contenidos esenciales de una determinada Unidad temática o materia de estudio, con el objeto de facilitar los referentes teóricos y metodológicos que se requieren para el logro de los objetivos de un curso. La mayoría de estos textos contienen mediaciones pedagógicas que orientan su proceso de aprendizaje autónomo.
- Guía didáctica: Es el instrumento que integra las unidades temáticas (disciplinas integradas alrededor de un eje temático) o en su defecto, integra asignaturas. Es decir, articula e integra de forma interdisciplinaria diferentes áreas del saber y de la práctica.
- Orienta el desarrollo de un eje problémico: proyecto de investigación, Trabajo Integrado Final (TIF). - Posibilita el auto e interaprendizaje, la interacción, el trabajo colaborativo, la investigación formativa, el uso de medios y la evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- HELLRIEGEL, Don; Jackson, Susan E. y Slocum, John W. J. Administración: Un enfoque basado en Competencias. Thomson. México. 2002.
- SINGER, Peter. 2009. Ética práctica. España, Editorial Akal.