



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

**MAESTRÍA EN GERENCIA
 MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
ANÁLISIS DEL ENTORNO

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-AB12	02	32	NINGUNO	BÁSICO

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

La Unidad Curricular “Análisis del Entorno” tiene como propósito centrar al participante de la Maestría en Gerencia Mención Administración, en el entorno social, económico y legal de la nación a objeto de incursionar en una visión amplia sobre el desempeño, que como gerente debe tener para que pueda aplicar sus conocimientos en la práctica profesional. De esta manera, al conocer los aspectos sociales del país el participante podrá tomar decisiones asertivas respecto de las consecuencias que le afectan en su medio ambiente.

Del mismo modo, al analizar el sistema económico nacional, podrá conocer las bases económicas del país, el plan estratégico nacional, las políticas económicas tanto nacionales como internacionales, el marco legal que contempla los aspectos sociales, políticos y económicos a fin de tomar decisiones atendiendo los temas que afectan a la empresa.

El programa consta de 3 unidades denominados respectivamente: Aspecto Político y Social, Aspecto Económico y Aspecto Legal. Finalizando con algunas fuentes referenciales recomendadas, dándole libertad al participante para consultar otras fuentes que le sirvan de apoyo en el logro de las competencias.

COMPETENCIA GENERAL

Determina la importancia que tiene en la toma de decisiones gerenciales la consideración e interpretación de las interrelaciones sociales, económicas y legales que afectan a las organizaciones.

UNIDAD I ASPECTO POLÍTICO Y SOCIAL DEL PAÍS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Identifica el aspecto político del país.
2. Analiza el estado de derecho, soberano y periférico de la nación.
3. Estudia el aspecto social y los desequilibrios presentes que afectan al país.
4. Discute y analiza los paradigmas y las características de la sociedad del conocimiento.

CONTENIDO

1. Aspecto político del país.
2. El estado:
 - El estado social de derecho.
 - EL Estado soberano.
 - Estados periféricos.
3. Aspecto social y desequilibrios presentes que afectan al país:
 - Desempleo.
 - Marginalidad.
 - Salud Pública.
 - Estado de bienestar.
 - Desigualdad de ingresos.
 - Delincuencia.
4. Sociedad del conocimiento:
 - Paradigmas y características

UNIDAD II EL ASPECTO ECONÓMICO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Reconoce los Sistemas Económicas del país.
2. Caracteriza la política económica que rige la nación.
3. Analiza los Grupos de Integración.
4. Analiza y discute el impacto de la globalización.
5. Examina el comportamiento la economía Venezuela

CONTENIDO

Los sistemas económicos:

1. Bases Económicas del país.

2. Política económica que rige la nación: Política de comercio.
3. Grupos de Integración: Bloques de integración económica.
4. Impacto de la globalización: Globalización y la nueva economía.
5. Comportamiento de la Economía venezolana:
 - Economía venezolana en su carácter de dependencia.
 - Economía informal en Venezuela.

UNIDAD III EL ASPECTO LEGAL

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza el Sistema Constitucional República Bolivariana de Venezuela, los Orígenes del Estado y el Sistema Electoral de la República Bolivariana de Venezuela.
2. Examina el Régimen Jurídico de la Economía.
3. Caracteriza la Planificación Corporativa y Fiscal.
4. Analiza el Sistema Tributario Venezolano.
5. Estudia la Ley Orgánica de Salvaguarda del Patrimonio Público.
6. Evalúa el Régimen de Inversión extranjera en la República Bolivariana de Venezuela, la Ley Antimonopolio, las Instituciones Pro-Competencia.
7. Estudia la ley General de Bancos y otras instituciones financieras.

CONTENIDO

1. Sistema Constitucional República Bolivariana de Venezuela: los Orígenes del Estado y el Sistema Electoral.
2. Régimen Jurídico de la Economía:
 - El principio de Legalidad del Estado de Derecho.
 - Las libertades económicas.
 - El régimen Jurídico de la Economía "Sine Jure".
 - La suspensión de las garantías económicas.

- Estado de Excepción.
- Estado de Movilización y Desmovilización.
- 3. Planificación Corporativa y Fiscal:
 - La consolidación de las empresas en función de las ventajas mercantiles, financieras y fiscales.
- 4. Sistema Tributario Venezolano
- 5. Ley Orgánica de Salvaguarda del Patrimonio Público.
- 6. Régimen de Inversión extranjera en Venezuela:
 - Ley Antimonopolio
 - Instituciones Pro-Competencia.
- 7. Ley General de Bancos:
 - Ley de Mercado de Capitales.
 - Nuevas disposiciones.
 - Otras Instituciones Financieras.

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS			
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico		
			Guías		
	Revistas				
	Textos				
	Telemáticos				
	Cerrada		Material escrito		
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet		
			Correo Electrónico		
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles		
			Murales		
			Disfraces		
			Material reciclable		
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables			
	Taller				
	Plenaria				
	Interrogatorio				
	Phillips 22			Carteles	
	Phillips 66			Mapas mentales	
	Seminario			Mapas conceptuales	
	Simposio			Murales	
	Mesa redonda				
	Diálogo				
	Debate público				
	Torbellino de ideas				
	Discusión guiada				
Estudio de casos	Individual				
	Grupal				

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación.

REFERENCIAS

ABN (2013). **PETROCARIBE**. Documento en línea. Disponible: http://www.petrocaribe.org/index.php?tpl=interface.sp/design/union/readmenuupri nc_acerca.tpl.html&newsid_temas=4 Consultado en: julio, 5, 2013.

Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA-TCP-2010). **Tratado de comercio de los pueblos que integran la ALBA**. Documento en línea. Disponible: <http://www.alba-tcp.org/content/alba-tcp> Consultado en: julio, 5, 2013.

Calvo, A. (2010). *Crisis, pobreza y desigualdad en Venezuela y América Latina. Buenos Aires: Teseo.*

Castillo, L. (2006). **Potencialidades de la descentralización fiscal en Venezuela**. España: Universidad de Santiago de Compostela.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 36.860. (Extraordinario). Diciembre 30, 1999.

Gambrill, M. (2006). **Procesos de integración en las Américas**. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Código Civil Venezolano.

Código De Comercio Venezolano.

Código Orgánico Tributario.

Ley De Banco Y Otras Instituciones Financieras.

Ley De Impuesto Sobre La Renta.

Ley De Mercado De Capitales.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

MAESTRÍA EN GERENCIA
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
ANÁLISIS FINANCIERO Y CONTABLE

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-FB12	02	32	NINGUNO	BÁSICO

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

La Unidad Curricular “Análisis Financiero y Contable”, introduce al participante en la administración financiera de una empresa la cual, no sólo se limita a las labores de tesorería, ni a las funciones contables y contralora. Debe enfrentar tres decisiones fundamentales: decisión de inversión, de financiamiento y planificación y distribución de ganancias en el corto, mediano y largo plazo. Estos tres tipos de decisiones deben coordinarse a los más altos niveles de la organización con el objetivo de maximizar el valor de la empresa, y por ende, la riqueza de los accionistas.

El programa consta de 6 unidades denominadas: Conceptos Económicos Financieros Básicos; Planeación y Control Financiero; Administración Circulante y Análisis del capital de trabajo; Apalancamiento y Estructura de Capital; Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard y Costo de Capital.

COMPETENCIA GENERAL

Planifica con eficiencia y supervisa la cantidad apropiada de fondos y su asignación para el éxito de la empresa.

UNIDAD I CONCEPTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS BÁSICOS

COMPETENCIA ESPECÍFICAS

Estudia, analiza e interrelaciona los conceptos financieros básicos

CONTENIDO

Estados financieros básicos:

- Definición.
- Análisis y diagnóstico empresarial.
- Análisis de Break-Even Point o punto muerto.
- Análisis financiero mediante el uso de ratios.

**UNIDAD II
PLANEACIÓN Y CONTROL FINANCIERO**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Planifica la asignación y control de recursos financiero

CONTENIDO

Planificación Financiera, proceso de planeación y control financiero:

- Técnicas métodos planeación de efectivo.
- Planeación de utilidades.
- Fundamentos de los estados proformas

**UNIDAD III
ADMINISTRACIÓN DEL CIRCULANTE Y ANÁLISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO**

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Administra el circulante.
- Planifica el circulante a corto plazo.
- Analiza: el capital de trabajo, Ciclo de caja, y las necesidades de capital de trabajo.

**UNIDAD IV
APALANCAMIENTO Y ESTRUCTURA DE CAPITAL**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Aplica el apalancamiento financiero evaluando la repercusión sobre el rendimiento y el riesgo esperado.

CONTENIDO

Apalancamiento financiero:

- Estructura financiera.
- Punto de equilibrio.
- Apalancamiento operativo, financiero y total.
- El costo de capital.
- Crecimiento empresarial.

UNIDAD V CUADRO DE MANDO INTEGRAL O BALANCED SCORECARD

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Realiza el estudio financiero de la empresa haciendo uso d cuadro de mando integral

CONTENIDO

Cuadro de mando integral:

- ¿Qué es el cuadro?
- ¿Cómo se construye?
- Cuadro de mando económico financiero.
- Los indicadores financieros y su relación con el cuadro de mando económico financiero.

**UNIDAD VI
COSTO DE CAPITAL**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Estudia los costos explícitos de cada fuente de financiamiento.

CONTENIDO

Costo de capital:

- Generalidades.
- Medición de costo de capital por fuente de financiamiento: proveedores, préstamos bancarios de corto plazo, pasivo o largo plazo, acciones comunes, acciones preferenciales y utilidades retenidas.
- Costo de capital ponderado.
- Costo de capital global.
- Ejemplos y problemas.

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS		
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico	
			Guías	
	Revistas			
	Textos			
	Cerrada		Telemáticos	
Material escrito				
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet	
			Correo Electrónico	
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles	
			Murales	
			Disfraces	
			Material reciclable	
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables		
	Taller			
	Plenaria			
	Interrogatorio			
	Phillips 22			
	Phillips 66			
	Seminario			
	Simposio			
	Mesa redonda			
	Diálogo			
	Debate público			
	Torbellino de ideas			
	Discusión guiada			
Estudio de casos	Individual			
	Grupal			
			Carteles	
			Mapas mentales	
			Mapas conceptuales	
			Murales	

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación.

REFERENCIAS

- Gallés, J. (2005). **Fundamentos de análisis financiero: cómo interpretar y analizar estados financieros**. Barcelona, España. Granica.
- Lawrence, G. (2003). **Principios de administración financiera**. (3°ed.) México: Pearson Educación.
- Moyer, Ch.; Macguigan, J; Kredow, W. (2005). **Administración financiera contemporánea**. (9°ed.). México: Thomson.
- Mondino, D.; Pendás, E. (2005). **Finanzas para empresas competitivas**. Conceptos esenciales, decisiones eficientes. Buenos Aires: Granica.
- Seeber, F. (2012). **Finanzas y administración**. Nabu Press: California.
- Siniestra, G.; Polanco, L. (2007). **Contabilidad Administrativa**. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Robles, G.; Alcérreca, C. (2000). **Administración: un enfoque interdisciplinario**. México: Pearson Educación.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

MAESTRÍA EN GERENCIA
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
DESARROLLO GERENCIAL

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-DB22	02	32	NINGUNO	BÁSICO

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

Los constantes cambios rompen los moldes tradicionales y obligan a las empresas acelerar el proceso de toma de decisiones, para transformarlas en flexibles y competitivas. Todo ello, implica cambios radicales en los ejecutivos debiendo proporcionar, entrenamiento, guía y apoyo a su personal, y ejerciendo un liderazgo que hoy en día requieren todas las grandes corporaciones.

La presente Unidad Curricular gira alrededor del desarrollo de habilidades gerenciales permitiéndole al participante reflexionar en lo que a renovación ejecutiva y empresarial se refiere, considerando que la humanidad se desarrolla en un mundo cambiante y competitivo.

COMPETENCIA GENERAL

Examina y discute un conjunto coherente de conceptos, criterios, estilos y habilidades de interés e importancia en la actividad gerencial.

UNIDAD I

Criterios y conceptos Gerenciales actuales

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Analiza los diferentes criterios y conceptos actuales en el ámbito gerencial.

CONTENIDO

Criterios y concepto gerenciales que se están usando en la actualidad a nivel mundial, latinoamericano y regional sobre Gerencia:

1. Conceptos:

- Gerencia contemporánea.
- Gerencia pública
- Gerencia social

2. Nuevos criterios gerenciales:

- Empresas sustentables
- Empresas sociales

- Empresas autogestionadas por sus trabajadores
- Empresas de voluntariado

UNIDAD II

Competencias Ejecutivas

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Diferencia las competencias ejecutivas características de la gestión gerencial eficiente.

CONTENIDO

Competencias ejecutivas de la gestión gerencial eficiente:

- Definición.
- Características de las Competencia: Personalidad, Autoridad, Poder posicional y personal. Vida social y personal, Imagen personal y organizacional

UNIDAD III

Ética Gerencial

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Identifica las características esenciales de la ética gerencial.

CONTENIDO

Ética gerencial:

- Definición.
- Tipos: personal. Imagen personal y organizacional. Vida social y personal, Imagen personal y organizacional

UNIDAD IV
Habilidades Ejecutivas

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Identifica y describe las diversas habilidades que están presentes en la actividad ejecutiva.

CONTENIDO

Habilidades de la actividad ejecutivas:

- Conceptuales
- Técnicas
- Humanas.
- Comunicación: Procesos y técnicas de comunicación personal.
- Formación y Actualización gerencial.
- Innovación y Creatividad.

UNIDAD V
Herramientas Gerenciales

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Debate las diferentes herramientas gerenciales de las cuales dispone el ejecutivo para obtener sus logros.

CONTENIDO

Herramientas gerenciales: Planificación, organización, dotación de recursos, ejecución, retroalimentación. y medición de logros.

UNIDAD VI
Roles Gerenciales

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Discute los diferentes roles que deben desempeñarse en el área de Gerencia, aplicando los fundamentos de las teorías organizacionales.

CONTENIDO

Roles gerenciales: productor, Administrador, emprendedor, integrador y otros.

UNIDAD VII
Estilos De Dirección

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Diferencia los diferentes estilos de dirección ejecutiva.

CONTENIDO

Los Estilos de Dirección ejecutiva: Personalismo, indolencia, Corporativismo. Gerente empresa. Gerencia y Liderazgo. Dirección total.

UNIDAD VIII
La Gerencia en Venezuela

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Selecciona y presenta algunas características de la actividad gerencial en organizaciones a nivel nacional y regional.

CONTENIDO

- La Gerencia en Venezuela, Tradicional y repensada. La gerencia Total. La gerencia en las empresas venezolanas. La Gerencia en organizaciones del Estado Aragua.

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS			
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico		
			Guías		
	Revistas				
	Textos				
	Telemáticos				
	Cerrada		Material escrito		
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet		
			Correo Electrónico		
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles		
			Murales		
			Disfraces		
			Material reciclable		
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables			
	Taller				
	Plenaria				
	Interrogatorio				
	Phillips 22			Carteles	
	Phillips 66			Mapas mentales	
	Seminario			Mapas conceptuales	
	Simposio			Murales	
	Mesa redonda				
	Diálogo				
	Debate público				
	Torbellino de ideas				
	Discusión guiada				
Estudio de casos	Individual				
	Grupal				

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación.

REFERENCIAS

- Belzunce, M.; Danvila, I.; Martínez, F. (2011). **Guía de competencias emocionales para directivos**. Madrid: Esic.
- Bolahander, G.; Snell, S. (2008). **Administración de Recursos Humanos**. (14° ed.). México: Cengage Learning.
- Davis, P.; Donaldson, J. (2005). **Management Cooperativista**. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Echeverry, R. (2006). **Dirección Estratégica de Marketing**. Paragua: Universidad Americana
- Etkin, J (2007). **Capital social y valores en la organización sustentable**. Buenos Aires: Ediciones Granica S. A.
- Kliksberg, B. (2004). **Más ética, más desarrollo**. Buenos Aires: Grupo Editorial SRL.
- Kliksberg, B. compilador (2002) **Ética y Desarrollo, la relación marginada.**, Buenos Aires. Editorial El Ateneo.
- Licha, I. (1992). **Gerencia social en América Latina**. Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Marchant, L. y colaboradores (2007). **Actualizaciones para el desarrollo organizacional**. (8°ed.) Chile: Universidad Valparaiso.
- Mirtos, F. y otros. (2006). **Cuerpo de Gestión Administrativa**. España: Editorial Mad, S.L.
- Ramírez, C. (2007). **Fundamentos de administración**. Colombia: Eco Ediciones.
- Ramírez, J. (2007). **Caja de Herramientas Gerenciales**. Técnicas y métodos de aplicación prácticas en gerencia. México: Panorama Editorial S.A.
- Rodríguez, M. **Comportamiento Ético**. Colombia: Universidad Nacional.
- Schvarstein, L. (2003). **La inteligencia social de las organizaciones**. México: Paidós.
- Urcola, J; Urcola; N. (2012). **Dirección y sensibilidad**. España: Esic.
- Whette, D.; Cameron K. (2005). **Desarrollo de habilidades directivas**. (ed.6°). Pearson Educación.



**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
San Joaquín de Turmero - Estado Aragua**

**MAESTRÍA EN GERENCIA
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
MERCADEO

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-MB22	02	32	NINGUNO	BÁSICO

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

El mercadeo es una ciencia integradora, que sufre constantes cambios y de alto valor agregado con el que se pretende que los gerentes orienten a las organizaciones hacia el mercado común para lograr un excelente reconocimiento de acuerdo a los beneficios de los servicios que genera, empleando para ello el principio de calidad. Es por ello que en el mundo de los negocios el gerente debe controlar variables internas y eternas de la organización para adecuarlas según la exigencia de los mercados donde la empresa participa, de tal manera de alcanzar sus objetivos.

Se entiende por variables internas, aquellas cuyo conjunto de decisiones están relacionadas con el producto, su precio, la publicidad, la promoción de ventas y la distribución, para ajustar así sus características a las necesidades y expectativas de los clientes. En tanto que las variables externas tienen que ver con el entorno macroeconómico, político, legal, cultural, social, tecnológico, ecológico, demográfico, entre otros factores propios del mercado, como la competencia. La función del mercadeo consiste en optimizar la relación de intercambio en una relación de ganar/ganar, porque gana el cliente y gana la empresa generando entre las partes la perpetuidad de las relaciones mediante el principio de la comunicación constante.

Es por ello que este programa ha sido diseñado bajo el esquema de seis unidades denominadas respectivamente: Aspectos Generales de Mercadeo y el Producto; Investigación de Mercado; Implementación y Control de Mercado; El Comportamiento del Consumidor; Segmentación de Mercados y Selección de Mercadeo Metas y, por último, la Planeación Estratégica y El Proceso de la Mercadotecnia.

COMPETENCIA GENERAL

Toma decisiones relacionadas con la formulación e implementación de las estrategias de mercado, a partir de las diferentes variables del entorno.

UNIDAD I ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO Y EL PRODUCTO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Adquiere conocimientos sobre el concepto de mercados, tipos naturaleza y filosofía.
2. Combina y asocia el mercado, las ventas y el producto. Clasifica los productos.
3. Comprende la importancia del concepto del entorno del mercadeo.
4. Identifica y selecciona las decisiones relacionadas con el diseño, marca, empaque, etiqueta y servicio de apoyo del producto.

CONTENIDO

Aspectos Generales del Mercado:

- Concepto de mercado.
- Naturaleza, Tareas y Filosofía del mercado.
- Diferencias entre Mercado y Ventas. Tendencias del Mercado.

Aspectos Generales del Producto:

- Concepto de Producto.
- Clasificación de los productos.
- Decisiones relacionadas con el diseño de los productos.
- Atributos de los productos.
- Decisiones en cuanto a marca, empaque y etiqueta. Decisiones en cuanto a los servicios como apoyo del producto.

UNIDAD II INVESTIGACIÓN DE MERCADO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Planifica los estudios de mercado, utilizando los conceptos de investigación de mercado, limitación y metodología.
2. Determina el tipo de información necesaria y métodos de generación de información y distribución de la información para la investigación en los mercados.
3. Comprende la naturaleza y la importancia de los sistemas de información en la toma de decisiones en mercadeo.

CONTENIDO

Investigación de mercadeo:

- Concepto.
- Limitaciones.
- Metodología para la planificación de los estudios de Mercado.
- Organización de la investigación de mercado.
- Mercado y proceso de investigación de mercado.
- El sistema de información de mercadotécnica.
- Determinación de la información que se necesitará.
- Métodos para la generación de la información.
- Distribución de la información.
- Sistemas de información e investigación de mercados (SIM).
- Control de las actividades de mercadeo.
- Establecimiento de estándares de desempeño.
- Auditoria de mercadeo.
- Análisis de los costos de mercadeo.

UNIDAD III IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL DEL MERCADEO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Comprende cómo la unidad de mercadeo encaja en la estructura organizacional de la empresa.
2. Comprende cómo la autoridad que toma decisiones, se organiza en una unidad de mercadeo.
3. Comprende cómo los análisis de costos y ventas puede utilizarse y evalúa el desempeño de las estrategias de Marketing.

CONTENIDO

Implementación y control de mercadeo:

- Organización de las actividades de mercadeo.
- Papel del mercadeo en la estructura de la organización.
- Autoridad en la toma de decisiones.
- Alternativas para organizar una unidad de mercadeo.
- El proceso de implementación de mercadeo.
- Control de las actividades de mercadeo.
- Establecimiento de estándares de desempeño.
- Auditoria de mercadeo.
- Análisis de los costos de mercadeo.

UNIDAD IV EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

8. Define los conceptos de segmentación, bases y mercado meta.
9. Comprende cuáles son los mercados de consumo y el comportamiento de compra del consumidor.

10. Reconoce las etapas del proceso de decisión de compra del consumidor
11. Aplica la selección de los segmentos de mercado y estudia el comportamiento del consumidor.
12. Evalúa los segmentos de mercado.

CONTENIDO

El comportamiento del consumidor:

- Concepto de Comportamiento del consumidor.
- Importancia para el Mercado.

Factores que afectan el comportamiento de los consumidores:

- Factores culturales, Sociales, Personales, Psicológicos.
- Tipos de comportamiento con la decisión de compra.
- El proceso de decisión del comprador.

UNIDAD V SEGMENTACIÓN DE MERCADOS Y SELECCIÓN DE MERCADOS METAS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Aplica conceptos de comportamiento del consumidor para segmentar los mercados y seleccionar los mercados metas.
2. Halla los factores que afectan el comportamiento de los consumidores.
3. Efectúa el proceso de decisión del comprador

CONTENIDO

Segmentación de Mercados y Selección de Mercados Meta

- Concepto de Segmentación.
- Bases para la Segmentación de Mercados.
- Concepto de Mercados Meta.
- Evaluación de los Segmentos de Mercado.

- Selección de los Segmentos de Mercado.
- Análisis del perfil del mercadeo.
- Métodos de pronóstico de demanda.
- Métodos Delfos.
- Modelos predictivos.
- Modelos lineales y no lineales.
- Modelos estocásticos y deterministas.

UNIDAD VI PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y EL PROCESO DE LA MERCADOTECNIA

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Relaciona la planeación estratégica corporativa y de los negocios.
2. Realiza un plan de mercadeo.
3. Esboza el proceso de la mercadotecnia.
4. Maneja la naturaleza y contenido de un plan de negocios

CONTENIDO

Planeación Estratégica y el Proceso de la Mercadotecnia:

- Planeación Estratégica y Corporativa.
- Planeación Estratégica de los negocios.
- Beneficios de la planeación estratégica.
- Proceso de la Mercadotecnia. Naturaleza y contenido de un plan de Mercado.
- Formulación de estrategias de mercadeo.

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS		
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico	
			Guías	
	Revistas			
	Textos			
	Cerrada		Telemáticos	
Material escrito				
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet	
			Correo Electrónico	
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles	
			Murales	
			Disfraces	
			Material reciclable	
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables		
	Taller			
	Plenaria			
	Interrogatorio			
	Phillips 22			
	Phillips 66			
	Seminario			
	Simposio			
	Mesa redonda			
	Diálogo			
	Debate público			
	Torbellino de ideas			
	Discusión guiada			
Estudio de casos	Individual			
	Grupal			
			Carteles	
			Mapas mentales	
			Mapas conceptuales	
			Murales	

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación.

REFERENCIAS

- David, F. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. (9na.ed). México: Pearson Educación de México.
- Navarro, F. (2012). Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. (2°ed.) Madrid: ESIC.
- Metzger, M.; Donaire, V. (2007). Gerencia estratégica de mercadeo. México: Thompson Learning.
- Munuera, J.; Rodríguez, A. (Coords) (2009). Casos de marketing estratégico en las organizaciones. España: ESIC.
- Pérez, L. y colaboradores (2004). Marketing social: teoría y práctica. México: Pearson-Prentice Hall.
- Toca, C. (2007). El mercadeo y su aplicación en ámbitos no lucrativos. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. N° 5



**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
San Joaquín de Turmero - Estado Aragua**

**MAESTRÍA EN GERENCIA
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
ELECTIVA I : NUEVAS TENDENCIAS GERENCIALES

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-EB32	02	32	NINGUNO	BÁSICO

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

El desarrollo del curso Nuevas Tendencias Gerenciales ubica al participante dentro del contexto nacional e internacional, brindándole al gerente las mejores herramientas de vanguardia para optimizar los recursos de la empresa en pro de la maximización del valor de la misma. En consecuencia, al conocer los principios de generalidades de las nuevas herramientas gerenciales, el participante podrá seleccionar cual o cuales desarrollará y profundizará profesionalmente con la intención de especializarse en la misma y aplicar estas herramientas en su ámbito laboral. Por otra parte, al incursionar en el conocimiento de tendencias gerenciales de primera línea y actualizadas, el gerente fortalece su perfil, agregando valor en el competitivo mercado laboral.

La unidad curricular “Nuevas Tendencias Gerenciales”, consta de seis unidades denominadas de la siguiente manera: Introducción a los 7 Elementos de Negociación Método Harvard y las Redes Sociales en la Community Management; Blue Ocean Strategy; Six Sigma; Coaching; Business Process Management (BPM) y Gestión de Procesos de Negocio; y Emprendimiento

COMPETENCIA GENERAL

Proporciona mediante una metodología dinámica de participación activa, así como también a través de técnicas andragógicas y herramientas adecuadas a la educación de cuarto nivel, una experiencia didáctica con la finalidad de generar y/o actualizar conocimientos sobre las nuevas tendencias gerenciales vanguardistas al principios del 2013 que les permitan a los participantes generar discusiones y discernir sobre cual o cuales tendencias se pudieran adoptar según el estilo de gerencia de cada uno, en provecho de la organización en la cual se desempeñe.

UNIDAD I

Introducción a los 7 Elementos de Negociación Método Harvard y las Redes Sociales en la Community Management

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza los principios de la Teoría de Negociación de Harvard
2. Identifica los 7 elementos de la Teoría de Negociación de Harvard.
3. Examina la influencia de las Redes Sociales en la Gerencia.
4. Discierne sobre la evolución de la Community Management.
5. Discierne sobre la evolución de la Social Media Management.
6. Establece diferencias entre Community Management y Social Media Management

CONTENIDO

1. Antecedentes, Concepto y Metodología de la Teoría de Negociación. Análisis de los 7 elementos, aplicabilidad y ventajas de su uso.
2. Concepto Redes Sociales y sus variantes, aplicabilidad en las empresas, tendencias de crecimiento y uso.
3. Concepto y evolución de Community Management como una necesidad de adaptación a las imposiciones de las Redes Sociales.
4. Ejercicio Práctico de la Teoría de Negociación aplicada a las Redes Sociales dentro de una Community Management

UNIDAD II

Blue Ocean Strategy

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza las bases que definen Blue Ocean y al Red Ocean
2. Identifica los 6 principios para crear una estrategia de Blue Ocean.

3. Analiza los beneficios comerciales de implementar una estrategia Blue Ocean.
4. Discierne sobre la competencia y responsabilidad de la implementación y ejecución de una estrategia Blue Ocean.

CONTENIDO

1. Historia y Concepto de Mercados, áreas de consumo que lo integran. Causas de la saturación de los mercados y monopolio de los mismos.
2. Historia y Concepto de Blue Ocean strategy, Herramientas analíticas y marcos de trabajo, los tres criterios que definen una buena estrategia, ejemplos reales.
3. Los 6 principios de la estrategia de Blue Ocean, 4 de formulación y 2 de ejecución y sus contribuciones como atenuantes de algún factor de riesgo.
4. Concepto de Lienzo estratégico, y sus 4 pasos para su visualización. Importancia del No Cliente y sus categorías.
5. Desarrollo correcto de la secuencia estratégica.
6. Los 4 obstáculos que dificultan la ejecución del Blue Ocean.
7. Principio de proceso justo en la formulación de la estrategia.
8. Ejercicio Práctico de la Teoría de Negociación aplicada al Blue Ocea

UNIDAD III Six Sigma

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analizarlos inicios de Six Sigma y sus fundamentos, generalidades e incidencias en los costos de la calidad.
2. Identifica las perspectivas de Six Sigma.
3. Analiza los elementos claves de Six Sigma.
4. Examina los beneficios de la aplicación de Six Sigma.

CONTENIDO

1. Historia y definición de Six Sigma, centros de formación, plan de carrera.
2. El enfoque hacia la satisfacción del cliente y la variación de los procesos como raíz de todos los males.
3. La estadística y su importancia dentro de Six Sigma.
4. El Costo de la buena calidad, versus el costo de la mala calidad.
5. La Perspectiva de Six Sigma, las herramientas utilizadas y elementos claves.
6. Proceso de implementación de Six Sigma, Ejemplos.
7. Ejercicio Práctico de la Teoría de Negociación aplicada a Six Sigma

UNIDAD IV Coaching

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza las bases que definen la metodología Coaching.
2. Identifica las características de un buen Coach.
3. Analiza los aspectos que motivan a la aplicación de Coaching y sus beneficios en la organización.
4. Discierne sobre la competencia y responsabilidad de la implementación y ejecución de la metodología Coaching.

CONTENIDO

1. Antecedentes, Concepto de la Metodología de trabajo Coaching, concepto de Coach, Cacheé. Atributos del buen Coach.
2. Requisitos para la relación Coach-Coacheé.
3. Atributos de un Coach competente, técnicas para un buen Coaching, y su proceso, así como principios y normas de la buena práctica.
4. Creencias, tipos y características. Desafío de creencias limitadoras y objetivo

del desafío.

5. Cambio de ideas preconcebidas, técnicas de preguntas, Plan de acción y sus preguntas.
6. Técnicas eficaces para preguntas y para escuchas por parte del Coaching. Técnicas para acertadas respuestas.
7. Ejercicio Práctico de la Teoría de Negociación aplicada al Coaching.

UNIDAD V

Business Process Management (BPM) y Gestión de Procesos de Negocio

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza los fundamentos de la Metodología BPM y sus tecnologías.
2. Identifica las fases de la aplicación del BPM.
3. Analiza los modelos de negocios en el BPM y su relación con la automatización y orquestación de procesos, organización y sistemas.
4. Examina los beneficios de la aplicación de BPM.

CONTENIDO

1. Historia y definición de Business Process Management (BPM) y sus tres dimensiones, así como el catalizador o tecnología BPM. Ejemplos.
2. Los 4 motores del negocio BPM que motivan a su adopción.
3. Los objetivos funcionales del BPM, componentes básicos. Aspectos funcionales en función de los motores empresariales.
4. Las arquitecturas de negocio de proceso y de gestión del BPM.
5. La arquitectura tecnológica de BPM, cuales son los principios de diseño, cual es el papel del SOA, y como la arquitectura de TI es alineada con la estrategia de negocio.
6. Planeación, Ejecución, monitoreo, criterios de éxito y diversos enfoques para la aplicación así como obstáculos para implementar el BPM.
7. Ejercicio Práctico de la Teoría de Negociación aplicada al BP

UNIDAD VI Emprendimiento

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza los inicios del Emprendimiento y su evolución hasta la actualidad.
2. Identifica las diferencias conceptuales de Emprendimiento.
3. Analiza los Emprendimientos Social y Empresarial en la realidad Venezolana.
4. Examina los beneficios del Emprendimiento como carrera profesional.

CONTENIDO

1. Historia y definición de Emprendimiento, tipos y Ejemplos.
2. Concepto de Emprendimiento por Shumpeter y la Escuela Austriaca.
3. Concepto de Emprendimiento por Peter Drucker y Howard Stevenson.
4. El modelo Timmons sobre Emprendimiento y diferencias conceptuales con los autores previos.
5. Las mejores prácticas de emprendimiento, bajo la óptica de las nuevas tendencias gerenciales.
6. Espacios para innovar en el mercado Venezolano, para emprendedores Sociales y Empresariales.
7. Ejercicio Práctico de la Teoría de Negociación aplicada al Emprendimiento.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS		RECURSOS		
Exposición, discusión, análisis de textos e interpretación.	Abiertas	X	Impresos	Periódico	
				Guías	X
				Revistas	
				Textos	X
				Telemáticos	
	Cerradas	X		Material escrito	
Ejemplificación			Virtuales	Zip	
				Diskette	
				Internet	
				Correo Electrónico	
Dramatización			Electrónicos	Video Beam	X
				Transparencia	
				Películas	
				Televisión	
				Retroproyector	
Simulación	Real				
	Virtual				
Dinámica de grupo	Foro		Sonoros	CD	
	Taller				
	Plenaria			Cassette	
	Interrogatorio				
	Phillips 22			Instrumentos	
	Phillips 66				
	Seminario			Radio	
	Simposio				
	Mesa redonda			Reproductor	
	Diálogo				
	Debate público				
	Torbellino de ideas				
Discusión guiada	X				
Estudio de casos	Individual	X			
	Grupal	X			

Nota: Se sugieren, en el listado precedente; algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Realizaran evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Centro de encuentros BPM. El Libro del BPM 2011, Colección: Business Process Management, Año de edición: 2011 Plaza edición: MADRID: Club BPM
- Creveling, C.; Slutsky, J.; Antis, D. (2003). Design for Six Sigma: in technology and product development. USA: Pearson Education.
- Federico, M. (2005). Guía de bolsillo: Cómo utilizar la herramienta de gran alcance de GE para prepararse para, re-energizar, complemento, o mejorar un programa de Seis Sigma. USA: McGraw Hill.
- Freire, A. (2004). Pasión por Emprender. De la Idea a la Cruda Realidad. Barcelona, España. Ediciones Granica, S.A.
- Kim, Ch.; Mauborgne, R. (2005). La estrategia del océano azul: Como desarrollar un nuevo mercado. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Roman, J.; Ferrández, M. (2008) Liderazgo y Coaching. Uruguay: Amertown Internacional S.A.
- Smith H.; Fingar P. (2007). Business Process Management: the third wave. Tampa, Florida, USA. Megahan-Kiffer Press.
- Stuart Read, Sarasvathy, S.; Dew, N.; Wiltbank, R.; Ohlsson, A. (2013). Effectual Entrepreneurship. New York: Tylor & Francis.
- Verma, N. (2009). Business Process Management: Profiting from process. Unites States of America. Global India Publiatins Pvt. Ltd.
- Wheeler, D (1993). Understanding Variation: The Key to Managing Chaos. Indiana. Indiana University
- Zeus, P.; Skiffington, S. (2002). Guía completa de coaching en el trabajo. España: Editorial: McGraw-H.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

MAESTRÍA EN GERENCIA
MENTIÓN: ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
GERENCIA ESTRATÉGICA

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-GB33	03	48	NINGUNO	BÁSICO

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

La Planificación Estratégica es una herramienta fundamental para la toma de decisiones en las organizaciones e instituciones públicas y privadas, donde se debe tomar en cuenta los factores del entorno y los niveles óptimos de competitividad, sobre todo en un contexto cambiante y dinámico donde existen conflictos de intereses y la creciente incertidumbre de factores externos.

Por tal motivo, se requiere de estilos de planificación flexibles, participativos y de trabajo en equipo, que permita la integración de acciones en un plan estratégico, en concordancia con la visión, misión, valores y filosofía organizacional. También la importancia del control de gestión en los sistemas de gestión organizacional y las ventajas de los indicadores de gestión como signos vitales en las organizaciones.

Por tanto la unidad curricular “Gerencia Estratégica”, consta de unidades: Planificación Estratégica; Control de Gestión e Indicadores de Gestión, respectivamente.

COMPETENCIA GENERAL

Construye el proceso de planificación estratégica acordes con las necesidades, expectativas e intereses de los actores sociales así como el diseño e implementación de indicadores de gestión en las organizaciones.

UNIDAD I PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Define el término planificación.
2. Analiza los objetivos de la planificación.
3. Discute las ventajas y desventajas de la planificación.
4. Discute y analiza la importancia de la planificación.
5. Analiza el cuadro de mando integral.

6. Establece las perspectivas de la planeación estratégica.
7. Describe los pasos de la planeación estratégica.

CONTENIDO

Planificación. Premisas de la Planificación. Desglose de los objetivos. Ventajas, niveles e Importancia de la Planificación. Cuadro de Mando Integral. Perspectivas. Pasos de la Planificación Estratégica.

UNIDAD II CONTROL DE GESTIÓN

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Conceptualiza control de gestión y gestión empresarial.
2. Conoce el origen y la evolución de los sistemas empresariales.
3. Caracteriza el sistema de control de gestión.
4. Analiza la definición de Gestión por competencias.
5. Examina el comportamiento de las empresas exitosas.
6. Describe a las organizaciones competentes.

CONTENIDO

Control de Gestión. Definición. Gestión Empresarial. Orígenes y evolución de los sistemas de Gestión Empresarial. Evolución de la Gestión. El Sistema de Control de Gestión. Definición de Gestión por competencias. Que hacen las empresas exitosas. Organizaciones competentes.

UNIDAD III INDICADORES DE GESTIÓN

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Conceptualiza e interpreta los indicadores de gestión.
2. Examina las ventajas de los indicadores de gestión.
3. Describe los Atributos para la información de los indicadores de gestión.
4. Establece los patrones de especificación.
5. caracteriza los tipos de indicadores de gestión.
6. Evalúa el cuadro de mando integral y su conexión d gestión.
7. Estudia Aplicaciones de los indicadores de gestión en las organizaciones.

CONTENIDO

Indicadores de gestión. Conceptualización e interpretación. Ventajas de los indicadores de gestión. Atributos para la información. Patrones de especificación. Tipos de indicadores. Cuadro de Mando Integral y su conexión con los indicadores de gestión. Aplicaciones de los indicadores de gestión en las organizaciones.

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS			
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico		
			Guías		
	Revistas				
	Textos				
	Telemáticos				
	Cerrada		Material escrito		
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet		
			Correo Electrónico		
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles		
			Murales		
			Disfraces		
			Material reciclable		
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables			
	Taller				
	Plenaria				
	Interrogatorio				
	Phillips 22			Carteles	
	Phillips 66			Mapas mentales	
	Seminario			Mapas conceptuales	
	Simposio			Murales	
	Mesa redonda				
	Diálogo				
	Debate público				
	Torbellino de ideas				
	Discusión guiada				
Estudio de casos	Individual				
	Grupal				

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación.

REFERENCIAS

- Alvarez, H. (2000) **Principios de administración**. (2ª. Ed). Argentina: Ediciones Eudecor.
- Bryson, J. M. (1995). **Strategic Planning for Public and Nonprofit Organization**. Revised Jossey Bass Publisher, San Francisco.
- Certo, S. (2000). **Administración Moderna**. 8va. Edición. Colombia Prentice Hall.
- Chyurchill G. Peter, J. (1995). **Marketing Creating value for customers**, Austen Press. Boston Massachusetts.
- Chiavenato, I. (2005). **Introducción a la Teoría General de la Administración**. (7ª. Ed.) México: Mc Graw Hill.
- De Souza, Silva J. y A. Leòn. **La Dimensión de estrategia en la construcción de la Sostenibilidad Institucional**. Serie Innovación para la Innovación Institucional. San José Costa Rica. Proyecto ISNAR. Nuevo Paradigma.
- De Sousa. S. (2001). **Introducción al Pensamiento Sistémico. Servicio Internacional para la Investigación Agrícola Nacional. (ISNAR)**. San José, Costa Rica. Proyecto ISNAR. "Nuevo Paradigma"
- Drucker, Peter (2005). **Los Desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI**. Barcelona España. Editorial Norma.
- Guiltinan, J.; Paul, G.; Madden, T. (1997). **Marketing Management: strategies and programs**. (6t. Ed). New York: Mc Graw Hill.
- Koontz, Harold y Weirich. (1998). **Administración, una perspectiva global**. (11va. Ed.) Mc Graw Hill.
- Korten, D. (2000). **El mundo postempresarial**. Barcelona: Ediciones Granica.
- Kotler, P; FoxK, F. (2004) **Strategic Management for Educational Institutions**. Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Kreitner, R. (1999). **Management**. &th. Ed. Houghton Mifflin Company. Boston.
- Lanz, Rigoberto. (2001). **Organizaciones Transcompleja**. Venezuela. Editorial Sentido. Compilación IMPOSMO/CONICIT
- Stephen, R. (1994). **Administración Teoría y Práctica**. (4ta. Ed.) México: Prentice may.
- Zambrano, A. (2004). **Gerencia Estratégica y Gobierno. Modelo de Planificación Estratégica para Gobernaciones y Alcaldías**. Caracas: EDICONES IESA.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

MAESTRÍA EN GERENCIA
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
TEORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-TE33	03	48	NINGUNO	ESPECIALIDAD

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

Las actividades que desarrolla un gerente requieren de una sólida formación en la administración para el buen funcionamiento de la organización. Para ello, las teorías y los enfoques administrativos juegan un papel determinante ya que a través de las mismas se puede analizar a las instituciones abordando la temática referente a los recursos humanos, materiales y financieros; bajo la expectativa del nivel macro y micro de acuerdo a las teorías administrativas de: Comunicación, Sistemas, Comportamiento organizacional y reingeniería.

El programa consta de 7 unidades denominados respectivamente: 1 Marco General Administrativo: Evolución, Estado Actual, Variables Básicas y Enfoques. Teoría Clásica de la Administración; 2 Teoría de las Relaciones Humanas; 3 Teoría De La Burocracia y Teoría Estructuralista; 4 Teoría del Comportamiento. Teoría de la Comunicación; 5 Teoría de Sistema; 6 Teoría de la Contingencia y Teoría del Caos; 7 Nuevos Enfoques de las Teorías Administrativas: Reingeniería, Outsorsing, Benchmarking, Empowerment, Normativa, Mecánica – Orgánica..

COMPETENCIA GENERAL

Estudia la importancia de las teorías administrativas y su aplicación en la conducción racional de las actividades de una organización con o sin lucro, para la planificación, organización, ejecución y control de todas las actividades.

UNIDAD I MARCO GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Estudia la evolución histórica de la administración, su estado actual, y las variables básicas.
2. Analiza las diferentes teorías y enfoques que conforman la teoría general de la administración.
3. Estudia la teoría clásica de la administración.

CONTENIDO

Marco general de la administración:

1. Evolución, estado actual, variables básicas:

- Definición de administración.
- Importancia.
- Evolución histórica
- Estado actual de la administración
- Variables básicas

2. Teoría general de administración.

- Diferentes teoría y enfoques
- Análisis crítico de las teorías

3. Teoría clásica de la administración.

- Orígenes.
- Énfasis.
- Enfoque de la organización.
- Concepto de organización.
- Principales representantes.
- Características básicas de la administración.
- Resultados deseados.
- Confrontación de los representantes
- Evaluación crítica de la teoría clásica.
- Estudios de casos.

UNIDAD II TEORÍA DE LAS RELACIONES HUMANAS

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Analiza la Teoría de las Relaciones Humanas bajo el enfoque humanístico.

CONTENIDO

Teoría de las Relaciones Humanas bajo el enfoque humanístico

- Orígenes.
- Implicaciones.
- Ciclo motivacional.
- Liderazgo: teorías, estilos.
- Comparación entre la Teoría Clásica- relaciones Humanas.
- Evaluación crítica.
- Estudio de casos

UNIDAD III TEORÍA DE LA BUROCRACIA Y TEORÍA ESTRUCTURALISTA

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Estudia la Teoría Burocrática y la Teoría Estructuralista.

CONTENIDO

Teoría Burocrática y Teoría Estructuralista.

- Características.
- Tipo de sociedad.
- Tipo de autoridad.
- Ventajas.
- Evaluación crítica de cada Teoría.
- Estudio de casos.

UNIDAD IV
TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO Y TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Evalúa la Teoría del Comportamiento y de la Comunicación.

CONTENIDO

Teoría del Comportamiento y de la Comunicación.

- Características.
- Ventajas
- Evaluación crítica de cada teoría.
- Estudio de casos.

UNIDAD V
TEORÍA DE SISTEMAS

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Estudia la Teoría de Sistemas

CONTENIDO

Teoría de Sistemas

- Características.
- Ventajas.
- Evaluación crítica.
- Estudio de casos.

UNIDAD VI
TEORÍA DE LA CONTINGENCIA. Y TEORÍA DEL CAOS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Estudia la Teoría de la Contingencia y la Teoría del Caos.
2. Realiza análisis comparativos de las teorías estudiadas en base a los criterios utilizados.

CONTENIDO

Teoría de la Contingencia y Teoría del Caos.

- Características.
- Ventajas.
- Evaluación crítica y análisis comparativo de las teorías.
- Estudios de Casos.

UNIDAD VII
NUEVOS ENFOQUES DE LAS TEORÍAS ADMINISTRATIVAS.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Estudia las nuevas Teorías Administrativas.
2. Realiza análisis comparativos de las teorías estudiados en base a los criterios utilizados.

CONTENIDO

Nuevos Enfoques de las Teorías Administrativas:

- Reingeniería
- Outsorsing
- Benchmarking

- Empowerment
- Normativa
- Mecánica – Orgánica.

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS			
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico		
			Guías		
	Revistas				
	Textos				
	Cerrada		Telemáticos		
Material escrito					
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet		
			Correo Electrónico		
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles		
			Murales		
			Disfraces		
			Material reciclable		
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables			
	Taller				
	Plenaria				
	Interrogatorio				
	Phillips 22			Carteles	
	Phillips 66			Mapas mentales	
	Seminario			Mapas conceptuales	
	Simposio			Murales	
	Mesa redonda				
	Diálogo				
	Debate público				
	Torbellino de ideas				
	Discusión guiada				
Estudio de casos	Individual				
	Grupal				

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación

REFERENCIAS

- Biblioteca Miguel de Cervantes. (2011). **Teorías Administrativas**. España: autor.
- Chiavenato, I. (2005). **Introducción a la Teoría General de la Administración**. (7ª. Ed.) México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2003). **Administración de Recursos Humanos**. (5ª ed.) Colombia: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2005). **Administración en los nuevos tiempos**. Bogotá: Mc Graw Hill.
- David, F. (2003). **Conceptos de Administración Estratégica**. (9na.ed). México: Pearson Educación de México.
- Gibson, J.; Ivancevich, J.; Donnelly, J.; Konopaskc (2006)**. Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura y Procesos. México: **Mc Graw Hill**.
- Guédez, V. (2001)**. Gerencia, cultura y organización. (5ª ed.) **Venezuela: Fondo Editorial Tropykos**.
- Newstrom, J. (2011). **Comportamiento humano en el trabajo**. (13ºed.). España: McGraw-Hill Interamericana.
- Hellriegel, D.; Slocum, J. (2009). **Comportamiento organizacional**. (12ºed.) México: Cenegage Learning Editores. S.A.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

**MAESTRÍA EN GERENCIA
 MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
DESARROLLO ORGANIZACIONAL

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-DE42	02	32	NINGUNO	ESPECIALIDAD

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

El desarrollo de la Unidad Curricular permitirá introducir al participante en el campo del Desarrollo Organizacional, donde mediante sus fundamentos se puede comprender por qué y cómo cambian las organizaciones, se considera al talento humano como centro del proceso, manifestados mediante: el liderazgo, las comunicaciones, la toma de decisiones, las relaciones interpersonales, toda vez que se considera que las causas de los problemas reside en los procesos y si se quiere solucionar es ahí donde se deben centrar los esfuerzos.

En la Unidad Curricular **Desarrollo organizacional**. Se aplicará una metodología de acuerdo con las características de cada organización y de manera conjunta. En este contexto, se realizará diagnósticos organizacionales que ofrezca información oportuna para definir políticas de recursos humanos en el proceso de cambio organizacional.

El programa está estructurado en siete unidades tituladas de la siguiente manera: Conceptualización de Desarrollo Organizacional; Cultura Organizacional en los Procesos de Cambio; Políticas Organizacionales; Estructura y Diseño; Liderazgo Organizacional; Motivación Aplicada y Diseño del Trabajo; Equipos de Alto Desempeño; y finalmente Estudio Casos.

COMPETENCIA GENERAL

Implementa el Desarrollo Organizacional como base para gerencial los cambios necesarios en las organizaciones para el siglo XXI, a través del Talento Humano en beneficio de sus de logros y el cambio de las mismas.

UNIDAD I CONCEPTUALIZACIÓN DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Identifica las bases conceptuales del Desarrollo Organizacional.
2. Diferencia los fundamentos del cambio organizacional.
3. Describir un modelo de cambio planificado.
4. Diseña un programa de cambio planificado a ser implementado en una organización real.

CONTENIDO

1. Bases conceptuales del Desarrollo Organizacional.
2. Fundamentos del cambio organizacional:
 - Escuelas del Desarrollo Organizacional.
3. Modelo de cambio planificado:
 - Concepto del cambio planificado y su aplicación en las organizaciones.
 - Cambio organizacional y su entorno.
 - Modelo general del cambio planificado en las empresas.
 - Faces de implementación de los modelos de Desarrollo Organizacional.
4. Diseña un programa de cambio planificado a ser implementado en una organización real.

UNIDAD II CULTURA ORGANIZACIONAL EN LOS PROCESO DE CAMBIO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Estudia la cultura de las organizaciones.
2. Conoce el modelo de cultura organizacional del siglo XXI.
3. Distingue las características de la generación de trabajadores en la actualidad.

4. Diagnóstica, diseña e implementa procesos de cambio en la organización.
5. Determina el proceso de cambio en función de los resultados.

CONTENIDO

1. Cultura Organizacional:
 - Definición.
 - Características.
 - Formas organizacionales.
 - Funciones de la cultura.
2. Modelo de cultura organizacional del siglo XXI:
 - Definición.
 - Características de las organizaciones del siglo XXI.
3. Generación de trabajadores en la actualidad.
 - Características de la generación de trabajadores en la actualidad.
 - Entorno de las empresas para el siglo XXI.
 - Estrategias del negocio.
4. Procesos de cambio en la organización.

UNIDAD III POLÍTICAS ORGANIZACIONALES. ESTRUCTURA Y DISEÑO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Estudia las políticas organizacionales del siglo XXI y las empresas exitosas.
2. Identifica el diseño de las organizaciones.
3. Aplica los cambios del diseño organizacional pertinente.

CONTENIDO

1. Políticas organizacionales del siglo XXI y las empresas exitosas:
 - Características de las organizaciones del siglo XXI.
 - Perfil de la generación de los trabajadores para el siglo XXI.
 - Características de las estructuras.
 - Realidades Organizacionales. Inventario de Estilos de Carreras: Ejercicio de Evaluación. Toma de Decisiones en Grupo y la Ética.
2. Diseño de las organizaciones
 - Organización y estructura de la organización del siglo XXI
3. Cambios del diseño organizacional pertinente.
 - Análisis de casos de empresas con eficientes.

UNIDAD IV LIDERAZGO ORGANIZACIONAL

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Analiza las características del liderazgo.
- Distingue los principales líderes en Venezuela y el mundo.

CONTENIDO

1. Liderazgo y Líder:
 - Definición.
 - Tipos de liderazgo.
 - Poder y autoridad.
 - Poder en la administración: El Desempeño.
2. Principales líderes en Venezuela y el mundo:
 - Principales líderes en Venezuela: Gustavo Cisneros, Lorenzo Mendoza (Polar), Juan Carlos Scottet (Banesco), Steve Job, entre otros.
 - Principales líderes a nivel global.

UNIDAD V MOTIVACIÓN APLICADA Y DISEÑO DEL TRABAJO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Conoce y explica las principales teorías de la Motivación.
- Realiza un ejercicio con uno de los modelos sugeridos.

CONTENIDO

Principales teorías:

- Teoría de las Necesidades de Abraham Maslow y la teoría ERC (Existencia, Relaciones y Crecimiento) de Clayton Alderfer.
- Teoría de los dos factores de Frederick Herzberg.
- Teoría de la Expectativa de Víctor Vroom.
- Teoría de las Necesidades Adquiridas de McClelland.
- Teoría de Refuerzo Positivo de B.F. Skinner.
- Modelo de integración de las teorías para una organización.

Ejercicio asumiendo uno de los modelos

UNIDAD VI EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Aplica estrategias para conformar y desarrollar equipos y facilitar procesos que permitan alcanzar altos niveles de desempeño
2. Establece técnicas para el conocimiento de sí mismo como persona y como miembro de un equipo de trabajo.
3. Crea estímulos para movilizar los recursos de la organización hacia el logro de un trabajo cooperativo e interdependiente.

CONTENIDO

- Concepto de Equipo Efectivo de Trabajo.
- Características de un equipo altamente efectivo.
- Características de la comunicación entre los miembro del grupo.
- Dinámica interpersonal del Equipo. Identificación de recursos y limitaciones de los miembros y su influencia sobre el trabajo del equipo. Rol de los Equipos en la organización.
- Procesos de desarrollo de Equipos de trabajo. Acciones para mejorar la activación del equipo: Comunicación. Manejo de Conflictos. Resolución de Problemas y toma de decisiones. Estilos Personales y Efectividad del Equipo.

**UNIDAD VII
ESTUDIOS DE CASOS****COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

Lleva a la práctica los conocimientos adquiridos en las unidades anteriores a través de casos de Organizaciones.

CONTENIDO

Los casos serán planteados por el facilitador.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS		
De las preguntas	Abiertas	Impresos	Periódico	
			Guías	
	Revistas			
	Textos			
	Telemáticos			
	Cerradas		Material escrito	
Ejemplificación		Virtuales	Internet	
			Correo Electrónico	
Dramatización		Electrónicos	Video Beam	
			Películas	
			Televisión	
Simulación	Real			
	Virtual			
Dinámica de grupo	Foro	Sonoros	CD	
	Taller			
	Plenaria			
	Interrogatorio			
	Phillips 22			
	Phillips 66			
	Seminario		Instrumentos	
	Simposio			Radio
	Mesa redonda			Mini Reproductor
	Diálogo			Multimedia
	Debate público			
	Torbellino de ideas			
	Discusión guiada			
Estudio de casos	Individual			
	Grupal			

Nota: Se sugieren, en el listado precedente; algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia.

REFERENCIAS

- Basave, J., Hernández, M. (2007). **Los Estudios de Empresarios y Empresas: Una Perspectiva Internacional.** México: UNAM
- Duro, A. (2010). **Introducción al liderazgo organizacional. Teoría y metodología.** Vol. 46 Ciencias Jurídicas y Sociales. Madrid: Dykinson.
- Chiavenato, I. (2005). **Introducción a la Teoría General de la Administración.** (7^a. Ed.) México: Mc Graw Hill.
- Gilli, J., y Colaboradores. (2007). **Diseño organizativo: Estructura y procesos.** Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Hellriegel, D.; Slocum, J. (2009). **Comportamiento organizacional.** (12^oed.) México: Cenegage Learning Editores. S.A.
- Ivancevich, J.; Donnelly, J. (2006). **Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura y Procesos.** (12^oed.) México: Mc Graw Hill. Interamericana
- Marchant, L. (2006). **Actualizaciones para el management y el desarrollo organizacional.** Chile: Universidad de Viña del Mar.
- Newstrom, J. (2011). **Comportamiento humano en el trabajo.** (13^oed.). España: Mc Graw-Hill Interamericana.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

**MAESTRÍA EN GERENCIA
 MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
PRESUPUESTO Y CONTROL DE GESTIÓN

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-PE42	02	32	NINGUNO	ESPECIALIDAD

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

Con la globalización, el cambio es la constante predominante y con ello, el éxito de la empresa es más esquivo y los fracasos son más frecuentes. Las tasas cambiarias, las tasas de inflación, y las tasas de interés se mueven con libertad, los costos son ascendentes y los precios de venta limitados, lo cual se traduce en márgenes decrecientes.

Si se toma en consideración todos esos elementos, las empresas si quieren sobrevivir en ese entorno tan cambiante, deberán planificar mejor todas sus actividades para afrontar los riesgos que la situación actual le obliga emprender, deberán controlar sus operaciones para lograr un mejor desempeño de su gestión.

La unidad curricular Presupuesto y Control de Gestión esta, constituida de la siguiente manera: Planificación a corto, mediano y largo plazo; presupuesto empresarial; planeación y confección del presupuesto de producción; presupuesto de insumos; presupuesto de mano de obra y gastos indirectos de fabricación; presupuesto de gastos de ventas y administración; presupuesto de tesorería y estados financieros proyectados.

COMPETENCIA GENERAL

Gerencia a través de la aplicación de técnicas de planificación, programación y presupuestación empresariales dentro del entorno de las organizaciones con el fin de enfrentar con éxito un mercado competitivo.

UNIDAD I
PLANIFICACIÓN A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza el entorno interno y externo de la organización a través del FODA
2. Conoce las diferentes etapas de la planificación a corto, mediano y largo plazo
3. Describe los planes operativos de la organización a partir de los planes a largo plazo.

CONTENIDO

Planificación:

- Fundamentos de planificación a Largo Plazo
- Análisis del entorno interno y externo de la organización a través del FODA
- La filosofía de Gestión; Visión, política, lineamiento, objetivos corporativos y las estrategias
- Planificación a Mediano y corto Plazo
- Planes funcionales: objetivos funcionales y metas
- Planes operativos.

UNIDAD II
PRESUPUESTO EMPRESARIAL

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Elabora el presupuesto empresarial o plan maestro a través de las etapas del proceso presupuestario.

CONTENIDO

Presupuesto Empresarial:

- Aspectos técnicos del presupuesto, Dependencia del pronóstico para su elaboración
- El presupuesto por programa y actividades
- La organización presupuestaria
- Metodología para la elaboración del presupuesto
- Etapas del proceso presupuestario.

UNIDAD III PLANEACIÓN Y CONFECCIÓN DEL PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Analiza los procedimientos que se siguen en la planeación y confección del presupuesto de producción.

CONTENIDO

Planeación y Confección del Presupuesto de Producción

- Planeación y presupuesto de Producción.
- Relación entre abastecimiento, producción y ventas
- Factores de Producción
- Características del proceso de producción
- Problemas administrativos del proceso de producción
- Elaboración del plan y del presupuesto de producción.

**UNIDAD IV
PRESUPUESTO DE INSUMOS**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Elabora el presupuesto de insumos considerando políticas, estrategias y costos.

CONTENIDO

Presupuesto de Insumos:

- Políticas de Compras
- Políticas de inventarios
- Costo total de las compras
- Costo real de los insumos
- Costo de oportunidad, gastos de compras, y costo de almacenamiento
- Elaboración del plan y del presupuesto de insumos.

**UNIDAD V
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA Y GASTOS INDIRECTOS DE
FABRICACIÓN**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Elabora el presupuesto de mano de obra, tomado en consideración costos y horas de mano de obra directa. Para su respectivo cálculo.

CONTENIDO

Presupuesto de Mano de Obra y Gastos Indirectos de Fabricación

- Costo de la mano de obra por unidad producida
- Tiempo de mano de obra directa por unidad
- Nómina de personal asignado a la proceso de producción.
- Elaboración del plan y del presupuesto de mano de obra directa
- Elaboración del presupuesto de gastos indirectos de fabricación.

**UNIDAD VI
PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRACIÓN**

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Elabora el presupuesto de gastos de ventas y administración tomando en consideración los gastos que se origina cuando se llevan a cabo las actividades operativas de la empresa.

CONTENIDO

Presupuesto de Gastos de Ventas y Administración

- Gastos de ventas
- Gastos de administración
- Elaboración del presupuesto de gastos de ventas y administración.

**UNIDAD VII
PRESUPUESTO DE TESORERÍA Y ESTADOS FINANCIEROS
PROYECTADOS**

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Elabora el estado proyectado de ganancias y pérdidas
2. Elabora el presupuesto de tesorería
3. Elabora el estado proyectado del Balance General.

CONTENIDO

Presupuesto de Tesorería y Estados Financieros Proyectados:

- Ganancias y pérdidas proyectado
- Presupuesto de tesorería
- Balance General proyectado

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS		
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico	
			Guías	
	Revistas			
	Textos			
	Cerrada		Telemáticos	
Material escrito				
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet	
			Correo Electrónico	
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles	
			Murales	
			Disfraces	
			Material reciclable	
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables		
	Taller			
	Plenaria			
	Interrogatorio			
	Phillips 22			
	Phillips 66			
	Seminario			
	Simposio			
	Mesa redonda			
	Diálogo			
	Debate público			
	Torbellino de ideas			
	Discusión guiada			
Estudio de casos	Individual			
	Grupal			
			Carteles	
			Mapas mentales	
			Mapas conceptuales	
			Murales	

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación.

REFERENCIAS

- Amat, J, Salas, P. (2002). **Control Presupuestario**. Barcelona: Editorial Ediciones Gestión 2000.
- Burbano, J.; Ortiz, A. (2005). **Presupuesto. Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos**. (3 ed.) Bogotá Colombia CO: editorial NOMOS.
- Kaffury, M. (1994) **Presupuesto y Gerencia Financiera**. Bogotá: Ediciones de Universidad Externado de Colombia
- Mall, C.;Merlo, J. (1998). **Presupuesto de gestión y control presupuestario**. Madrid. España. Editorial McGraw Hill Interamericana.
- Welsh, G. (2005). **Presupuestos. Planificación y Control de Utilidades**. (6°ed) Méxic: Editorial Pearson Educación.
- Phillips, N. (1994). **Nuevas técnicas de gestión- Financiera España**: Times Barcelona Canon Editorial-



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

**MAESTRÍA EN GERENCIA
 MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
MERCADO GLOBAL

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-ME42	02	32	NINGUNO	ESPECIALIDAD

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

La globalización de la economía mundial y la integración regional, han creado un nuevo escenario para el intercambio de productos y servicios. Una nueva realidad de mercados abiertos y agresivos, obliga a la toma de decisiones más audaces pero más reflexivas, a fin de confrontar exitosamente los programas de mercadotecnia.

Los programas tiene sus peculiaridades que el entorno puede convertir en imitaciones. El mercadotecnita es el profesional que puede convertir los crecientes problemas d la organización empresarial en exitoso, en base a programas creativos, impactantes para mantener el nivel d competencia y rentabilidad del producto y/o d la empresa.

Es por ello que el programa de la unidad curricular de **Mercadeo Global** ha sido diseñado bajo el esquema de siete (07) unidades denominados respectivamente: Globalización de los Mercados; Entorno Cultural Político y Legal Global; Análisis de la Competitividad Global; Segmentación y Posicionamiento Global; Estrategias de Sourcing Global; Fijación de Precios Globales y Comunicación con el Consumidor Global.

COMPETENCIA GENERAL

Propone soluciones en forma de productos y servicios a través de la detección de necesidades del mercado global.

UNIDAD I GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Analiza la evolución de la mercadotecnia.
- Analiza problemas y propone soluciones a las situaciones del mercado que se presenta en las empresas de hoy.

CONTENIDO

- Evolución de la mercadotecnia global:
- Entrelazamiento de la economía mundial.
- Entorno económico dentro de una nación:
- Arreglos económicos regionales
- Las corporaciones internacionales.

UNIDAD II ENTORNO CULTURAL, POLÍTICO y LEGAL GLOBAL

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Estudia el Entorno Cultural, Político y Legal Global

CONTENIDO

Entorno Cultural, Político y Legal Global:

1. Entorno Cultural.
 - Elementos de la cultura
 - Comparaciones entre culturas
 - Adaptación de culturas extranjeras
 - Negociaciones interculturales

2. Entorno Político:
- Definición.
 - Gobiernos individuales
 - Acuerdos internacionales
 - Aspectos que trascienden las fronteras nacionales.
3. Entorno Legal.

UNIDAD III ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD GLOBAL

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Analiza la competitividad global

CONTENIDO

Competitividad Global:

- Tecnología de información y competencia global
- Estrategia global.
- Regionalización de la estrategia de mercadotecnia global.
- Análisis competitivo.

UNIDAD IV SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO GLOBAL

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Analiza las razones para la segmentación de mercados internacionales.
- Estudia las herramientas para la segmentación de los países y estrategias de posicionamiento internacional.

CONTENIDO

1. Segmentación de mercados internacionales:
 - Razones para la segmentación d mercados internacionales.
 - Enfoques para la segmentación d mercados internacionales.
 - Bases para la segmentación de los países.
2. Estrategias de posicionamiento internacional:
 - Estandarización versus personalización.
 - Difusión multinacional
 - Desarrollo de nuevos productos para mercados globales.

UNIDAD V ESTRATEGIAS DE SOURCING GLOBAL

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Estudia las tendencias en las estrategias de Sourcing Global

CONTENIDO

- Estrategias de Sourcing Global:
- Alcance y complejidad de las estrategias de Sourcing Global.
 - Tendencias d la estrategias de Sourcing Global.
 - Cadena de valor e interfases internacionales.
 - Cadena de valor e interfases funcionales.
 - Logística de estrategias de Sourcing.
 - Costos y consecuencias del Sourcing global.
 - Decisiones sobre políticas de productos globales.
 - Estrategias de posicionamiento global de marcas.
 - Administración de líneas de productos.
 - Estereotipos de países de origen.
 - Mercadotecnia global de servicios.

UNIDAD VI FIJACIÓN DE PRECIOS GLOBALES

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Analiza los determinantes de la fijación de precios globales

CONTENIDO

Fijación de precios globales:

- Determinantes de la fijación de precios en los mercados extranjeros.
- Administración de la escala de precios.
- Fijación de precios en entornos inflacionarios.
- Fijación de precios globales y fluctuaciones de divisas.
- Fijación de precios globales y reglamentación antidumping.
- Coordinación de precios.

UNIDAD VII COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR GLOBAL

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Analiza las restricciones de la comunicación global

CONTENIDO

Comunicación con el consumidor global:

- Restricciones sobre las estrategias de comunicación global.
- Barreras del idioma.
- Barreras culturales.
- Actitudes locales hacia la publicidad.
- Fijación de presupuesto para la publicidad global.
- Estrategias del mensaje.
- Decisiones sobre los medios comunicación global.
- Elección de una agenda de publicidad internacional.
- Otras formas de comunicación.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS				
De las preguntas	Abiertas	Impresos	Periódico			
			Guías			
	Revistas					
	Textos					
	Telemáticos					
	Material escrito					
Ejemplificación		Virtuales	Internet			
			Correo Electrónico			
Dramatización		Electrónicos	Video Beam			
			Películas			
			Televisión			
Simulación	Real					
	Virtual					
Dinámica de grupo	Foro	Sonoros	CD			
	Taller					
	Plenaria					
	Interrogatorio			Instrumentos		
	Phillips 22				Radio	
	Phillips 66				Mini Reproductor Multimedia	
	Seminario					
	Simposio					
	Mesa redonda					
	Diálogo					
	Debate público					
	Torbellino de ideas					
	Discusión guiada					
Estudio de casos	Individual					
	Grupal					

Nota: Se sugieren, en el listado precedente; algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia.

REFERENCIAS

- ABN (2013). **PETROCARIBE**. Documento en línea. Disponible: http://www.petrocaribe.org/index.php?tpl=interface.sp/design/union/readmenuprinc_acerca.tpl.html&newsid_temas=4 Consultado en: julio, 5, 2013.
- Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA-TCP-2010). **Tratado de comercio de los pueblos que integran la ALBA**. Documento en línea. Disponible: <http://www.alba-tcp.org/content/alba-tcp> Consultado en: julio, 5, 2013.
- Baena, V. (2011). **Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial**. España: UOC.
- Buchieri, F., Gastaldi, S.; Fundación Antorchas; Fundación Económica; Gobierno y Empresas Universidad Nacional de Río Cuarto y universidad del CEMA. (2005). **Crisis financieras y globalización de los mercados de capitales: la experiencia Argentina y mundial reciente**. España: Universitas, Editorial Científica Universitaria de Córdoba.
- Bruni, L. (comp.) (2000). **Humanizar la economía, reflexiones sobre la Economía de Comunión**. Buenos Aires. Argentina. Editorial Ciudad Nueva.
- Bruni, L.; Zamagni, S(comp.) (2003) **Persona y Comunión, por una refundación del discurso económico**. Buenos Aires. Argentina. Editorial Ciudad Nueva.
- Fernández, R. (2002). **Segmentación de mercados Económicos administrativos**. (2ºed.) México: Cengage Learning Editors
- Gambrill, M. (2006). **Procesos de integración en las Américas**. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gamma (2010). **PETROCARIBE**. Disponible: <http://www.gramma.cubaweb.cu/secciones/petrocaribe/que-es/que-1.html> Consultado en: julio, 5, 2013.
- Gómez, R. (2007). **Mercadotecnia política: uso y abuso en los procesos electorales**. México: Universidad Autónoma de Baja California
- Iglesias, F. (2011). **La modernidad global**. Argentina: Sudamericana
- Las Naciones Unidas (ONU- 2013). **Objetivos**. Disponible: <http://www.un.org/es/aboutun/> Consultado en: julio, 7, 2013.

Lezama, M.; Webber, B.; Dagher, Ch. (2004). **Sourcing practices in the apparel industry: implications for garment exporters in commonwealth developing countries**. London: Commonwealth Secretariat

Mili, S.; Gatti, S. (cords.) (2005). **Mercados agroalimentarios y globalización. Perspectivas para las producciones mediterráneas**. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones científicas.

Observatorio de Recursos Humanos (s/f). **UNASUR**. Documento en línea. Disponible: <http://www.msal.gov.ar/observatorio/index.php/component/content/article/77>
Consultado en: julio, 5, 2013.

Organización de Estados Americanos (OEA-2013). **Propósito**. Documento en línea. Disponible: <http://www.oas.org/es/> Consultado en: julio, 5, 2013.

Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas (UNESCO-2008). **UNASUR**. Documento en línea. Disponible: <http://www.unesco.org.uy/shs/fileadmin/templates/shs/correosindical/CSLAtematicoIII-2.pdf> Consultado en: julio, 5, 2013.

Oviedo, A. (2004). **Integración Económica en América del Sur. Potencialidades por desarrollar: propiedad intelectual y transferencia de tecnología**. Documento en línea. Disponible: http://www.javeriana.edu.co/juridicas/pub_rev/documents/2Oviedoult.pdf
Consultado en: julio, 5, 2013.

Parlamento Latinoamericano (2013). **Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños**. Documento en línea. Disponible: <http://www.parlatino.org/es/proyecto-de-la-celac.html> Consultado en: julio, 5, 2013.

Pedret, R.; Sagnier, L.; Camp, F. (2003). **Herramientas para segmentar Mercados y posicionar productos: análisis de la información cuantitativa e investigación comercial**. España: Deusto.

Petróleos de Venezuela, S.A. (PDVSA-2005). **Objetivos de la OPEP**. Documento en línea. Disponible: http://www.pdvsa.com/index.php?tpl=interface.sp/design/readmenu.tpl.html&newsid_obj_id=457&newsid_temas=49 Consultado en: julio, 5, 2013.

Red Mercour de Investigaciones Económicas (2011). **Objetivos de MERCOSUR**. Disponible: <http://www.redmercosur.org/objetivos/contenido/165/es/> Consultado en: julio, 5, 2013.

Tomilson, J. (2001). **Globalización y cultura**. México: Oxford



**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
San Joaquín de Turmero - Estado Aragua**

**MAESTRÍA EN GERENCIA
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
GERENCIA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-GE52	02	32	NINGUNO	ESPECIALIDAD

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

Los cambios constantes en el sistema financiero global, crea la necesidad de estudiar los paradigmas gerenciales para mejorar la eficiencia y efectividad en el manejo de las instituciones financieras. Es por ello que, la unidad curricular gerencia de Instituciones Financieras tiene como objetivo fundamental capacitar a los estudiantes en la comprensión y gestión de los paradigmas gerenciales en el campo de las instituciones financiera.

El programa consta de cinco unidades denominadas consecutivamente: la Gerencia de Instituciones Financieras; Administración de Instituciones Financieras; El Sistema Financiero Venezolano; Legislación y Regulación de las Instituciones; Mercado de las Instituciones Financieras; Análisis de los Estados Financieros.

COMPETENCIA GENERAL

Estudia los paradigmas gerenciales y su aplicación en el manejo de las instituciones financieras.

UNIDAD I GERENCIA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Estudia los paradigmas gerenciales en general.
2. Estudia las diferentes instituciones.
3. Desarrolla estrategias gerenciales en las instituciones financieras

CONTENIDO

Gerencia De Instituciones Financieras:

- Definiciones de gerencia.

- Sistemas gerenciales en el campo de las instituciones financieras.
- Gerencia estratégica.
- Gerencia y política de instituciones financieras.
- Perfil del gerente en el siglo XXI
- La industria de los servicios financieros.
- Globalización de los mercados financieros.
- Cambios recientes en los mercados financieros.
- El gobierno como intermediario financiero.
- Riesgos, debilidades y fortalezas de las instituciones financieras venezolanas.

UNIDAD II ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Estudia la administración de las instituciones financieras pública y privada.

CONTENIDO

Administración de las instituciones financieras:

- Definición de administración de las instituciones financieras.
- Administración de las instituciones financieras públicas y privadas.
- Administración gubernamental.
- Diferencias entre gerencia, administración y gestión.
- Efecto de las instituciones financieras gubernamentales en el sistema financiero venezolano.

**UNIDAD III
EL SISTEMA FINANCIERO VENEZOLANO**

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Estudia el sistema financiero venezolano.
2. Relaciona el mercado financiero venezolano con los mercados mundiales.

CONTENIDO

Sistema financiero venezolano:

- Introducción.
- Principales instituciones financieras venezolanas.
- Mercado primario y secundario.
- Mercado monetario y de capitales.
- Innovación de los mercados financieros.
- Instituciones financieras de inversión en Venezuela.
- Hacia dónde va el sistema financiero venezolana. Análisis comparativo entre el mercado financiero venezolano y los mercados mundiales.

**UNIDAD IV
LEGISLACIÓN Y REGULACIÓN DE LAS INSTITUCIONES**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Conoce la legislación y regulación de las instituciones financieras.

CONTENIDO

Legislación y regulación de las instituciones financieras:

- Introducción a la legislación de las instituciones financieras.
- La regulación bancaria.

- La ley general de bancos y otras instituciones financieras.
- La ley el Banco Central de Venezuela.
- Ley del Mercado de Capitales.
- Consejo Bancario Nacional.
- La Asociación Bancaria de Venezuela.

UNIDAD V MERCADO DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Estudia la importancia de la mercadotecnia en las instituciones financieras

CONTENIDO

Mercado de las Instituciones Financieras:

- Definición de mercadotecnia de servicios.
- Aspectos característicos de la mercadotecnia de servicios.
- Mercado de servicios financieros.
- Mercado de instrumentos o productos financieros.
- Globalización de mercadotecnia de servicios financieros e instituciones financieras.

UNIDAD VI ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Analiza los estados financieros en las instituciones bajo os parámetros de las razones financieras.

CONTENIDO

Estados Financieros. Análisis:

- Estado de resultado.
- Balance general.
- Presupuestos de las instituciones financieras.
- Objetivos y metas de las instituciones financieras.
- Control y desempeño de las instituciones financieras (compra, venta, consumo de materiales y gastos)

EVALUACIÓN

UNIDAD	ESTRATEGIA	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
I	Exposición	30%	6
II	Informe	30%	6
III	Ensayo	30%	6
Todas	Asistencia	10%	2
Total	*	100%	20

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS			
De las preguntas	Abierta	Impresos	Periódico		
			Guías		
	Revistas				
	Textos				
	Telemáticos				
	Cerrada		Material escrito		
Ejemplificación	Abierta	Virtuales	Internet		
			Correo Electrónico		
Dramatización	Abierta	Aula	Carteles		
			Murales		
			Disfraces		
			Material reciclable		
Dinámica de grupo	Foro	Impresos Materiales reciclables			
	Taller				
	Plenaria				
	Interrogatorio				
	Phillips 22			Carteles	
	Phillips 66			Mapas mentales	
	Seminario			Mapas conceptuales	
	Simposio			Murales	
	Mesa redonda				
	Diálogo				
	Debate público				
	Torbellino de ideas				
	Discusión guiada				
Estudio de casos	Individual				
	Grupal				

Nota: Se sugieren algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia. Anexar el plan de Evaluación.

REFERENCIAS

- Basave, J., Hernández, M. (2007). **Los Estudios de Empresarios y Empresas: Una Perspectiva Internacional.** México: UNAM
- Biblioteca Miguel de Cervantes. (2011). **Teorías Administrativas.** España: autor.
- Chiavenato, I. (2005). **Introducción a la Teoría General de la Administración.** (7ª. Ed.) México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2003). **Administración de Recursos Humanos.** (5ª ed.) Colombia: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2005). **Administración en los nuevos tiempos.** Bogotá: Mc Graw Hill.
- David, F. (2003). **Conceptos de Administración Estratégica.** (9na.ed). México: Pearson Educación de México.
- Gómez, R. (2007). **Mercadotecnia política: uso y abuso en los procesos electorales.** México: Universidad Autónoma de Baja California
- Kaffury, M. (1994) **Presupuesto y Gerencia Financiera.** Bogotá: Ediciones de Universidad Externado de Colombia.
- Ley general de bancos y otras instituciones financieras.
- Ley el Banco Central de Venezuela.
- Ley del Mercado de Capitales.
- Mili, S.; Gatti, S. (cords.) (2005). **Mercados agroalimentarios y globalización. Perspectivas para las producciones mediterráneas.** Madrid: Consejo Superior de Investigaciones científicas.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

**MAESTRÍA EN GERENCIA
 MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
ELECTIVA II: CALIDAD DE SERVICIO

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-EE52	02	32	NINGUNO	ESPECIALIDAD

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

El programa de la unidad curricular de **Calidad de Servicio** ha sido diseñado bajo el esquema de cuatro (04) unidades denominadas respectivamente: Calidad de servicio; Servicio y necesidades del mercado; Instrumento de medición de la Calidad de servicio y Desempeño de la empresa y la satisfacción del cliente.

COMPETENCIA GENERAL

Analiza la calidad de servicio como ventaja competitiva, aplicando modelos, métodos y metodologías para la satisfacción de los clientes y trabajadores de la empresa en función de una eficiente capacidad competitiva.

UNIDAD I GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS

Contenido

1. Conceptos y definiciones
2. Introducción a la calidad de servicio
3. Evolución – El factor humano.
4. Enfoque de la calidad de servicio
5. Concepciones innovadoras

COMPETENCIA ESPECIFICA

Analiza la calidad de servicio en las organizaciones.

**UNIDAD II
SERVICIO Y NECESIDADES DEL MERCADO**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Determina el servicio y las necesidades del mercado en función de sus expectativas

CONTENIDO

- Servicio. Características del servicio
- Calidad en el servicio
- Dimensiones de la calidad de servicio.

**UNIDAD III
INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO**

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Diseña instrumento de medición de la calidad del servicio, sustentados en indicadores y sus nuevas metodologías.

CONTENIDO

Elementos para la medición de la Calidad de Servicio

1. Modelo e instrumento SERVQUAL
2. Modelos de las deficiencias
3. Metodología para la construcción de los indicadores.

UNIDAD IV
DESEMPEÑO DE LA EMPRESA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Interpreta el desempeño de la empresa y la satisfacción del cliente considerando la calidad en los procesos y servicios.

CONTENIDO

1. Satisfacción del cliente
2. Medición – Calidad- satisfacción
3. Momento de la verdad en calidad de satisfacción del cliente
4. Casos de estudios sobre la calidad de servicio

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS	
De las preguntas	Abiertas	Impresos	Periódico
			Guías
	Cerradas		Revistas
			Textos
			Telemáticos
			Material escrito
Ejemplificación		Virtuales	Internet
			Correo Electrónico
Dramatización		Electrónicos	Video Beam
			Películas
			Televisión
Simulación	Real		
	Virtual		
Dinámica de grupo	Foro	Sonoros	CD
	Taller		
	Plenaria		
	Interrogatorio		Instrumentos
	Phillips 22		
	Phillips 66		
	Seminario		Radio
	Simposio		
	Mesa redonda		
	Diálogo		Mini Reproductor Multimedia
	Debate público		
	Torbellino de ideas		
	Estudio de casos		Discusión guiada
Individual			
Grupal			

Nota: Se sugieren, en el listado precedente; algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia.

REFERENCIAS

Evans, J. R. y Lindsay, W. (2008): "Administración y Control de la Calidad". Madrid. International Thompson Editores. España.

García E (2015) **Calidad y Servicio de Proximidad en el Pequeño Comercio**. Madrid, España: Paraninfo.

Gutiérrez, H. (2010). "Calidad Total y Productividad". (2ª ed.). Ciudad de México: McGraw Hill Interamericana Editorial España.

Llorens F. y Fuente M. (2005) Gestión de la Calidad Empresarial. Ediciones Pirámides. España.

Velasco J. (2010) Gestión de la Calidad. Ediciones Pirámides. España.

Sosa D (2011) Concepto y Herramienta para la Mejoras Continuas 2 Edición. Limusa México.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

**MAESTRÍA EN GERENCIA
 MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
PROYECTO I

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-PI53	03	48	NINGUNO	INVESTIGACIÓN

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

El perfil del Magíster en Gerencia Mención Administración, posee características esenciales que presenta el perfil del egresado donde demuestra su capacidad para investigar de manera asociada en el área de la Administración, por lo que el componente de investigación representa, dentro del diseño curricular del programa, el elemento explícito en el que se debe consolidar el producto de los estudio de investigación realizados a través de la administración de todo el programa de postgrado.

El componente de investigación está integrado por dos asignaturas a saber: Proyecto I y Proyecto II enmarcados en el mismo propósito, lograr que los participantes construyan el perfil del Proyecto de investigación de su interés; pero con alcances diferentes dentro del proceso de levantamiento y presentación de presentación de información producto del trabajo de investigación.

COMPETENCIA GENERAL

Maneja la información teórico – práctica para la planificación y ejecución de una investigación

**UNIDAD I
Inducción****COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

- Determina la conducta de entrada de los participantes a través de una prueba diagnóstico.
- Determina las expectativas de los participantes en relación a Proyecto I y a la elaboración del Anteproyecto de Trabajo de Maestría
- Analiza la calidad de servicio en las organizaciones.

**UNIDAD II
SERVICIO Y NECESIDADES DEL MERCADO****COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

- Analiza conceptos de investigación Científica
- Analiza los fundamentos teóricos de la Investigación y su utilización en la solución de problemas Administrativos en los diferentes escenarios organizacionales
- Relaciona los fundamentos filosóficos de los enfoques de investigación en los procesos Administrativo

CONTENIDO

- Filosofía de la Ciencia
- Saber cotidiano
- Saber científico
- Método científico
- Enfoques de Investigación: Cuantitativa-Cualitativa
- Paradigmas:: Cambios y Nuevo
- Tipos de esquemas según cada enfoque: Cuantitativo-Cualitativa

UNIDAD III
Modalidades del Trabajo de Investigación

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Analiza las diferentes modalidades y tipos de Trabajos de Investigación

CONTENIDO

Modalidades del Trabajo de Investigación:

Investigación de Campo

Investigación Documental.

Proyecto Factible

Proyectos Especiales y otros.

Manejo del Manual de Trabajos de grado de la Uba y otras Instituciones

UNIDAD IV
Temas de Investigación

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Selecciona el tema de investigación acorde a la Maestría en referencia
- Selecciona el tópico y delimitación del campo de trabajo
- Determina el problema de investigación, sus causas, consecuencias y soluciones

CONTENIDO

- Lista de temas propuestos por la Institución y / o los participantes
- Problema de investigación:
- Análisis de situaciones e identificación del problema
- El problema de investigación sus causas, consecuencias y solución

UNIDAD V
Desarrollo del Planteamiento del Problema, Capítulo I y del Anteproyecto de Trabajo de Grado

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Analiza la importancia de realizar un buen planteamiento del problema de Investigación

Describe los elementos o partes que componen el problema de investigación:

- Plantear el Problema
- Establecer Objetivos de investigación
- Desarrolla las preguntas de la investigación
- Justificar la Investigación
- Analiza la viabilidad
- Aplica los conocimientos adquiridos al desarrollo del problema
- Elabora el Pre-diseño del Planteamiento del Problema (Capítulo I)
- Presentar el Capítulo I de la Investigación

CONTENIDO

El problema de investigación

- Conceptos, criterios para su evaluación
- Factores que deben ser tomados en cuenta para su Planteamiento y su delimitación
- Objetivos de la Investigación:
- Generales y específicos, características.
- Preguntas de la investigación
- Justificación
- Alcance
- Vialidad

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS		
De las preguntas	Abiertas	Impresos	Periódico	
			Guías	
			Revistas	
	Cerradas		Textos	
			Telemáticos	
			Material escrito	
Ejemplificación		Virtuales	Internet	
			Correo Electrónico	
Dramatización		Electrónicos	Video Beam	
			Películas	
			Televisión	
Simulación	Real			
	Virtual			
Dinámica de grupo	Foro	Sonoros	CD	
	Taller			
	Plenaria			
	Interrogatorio			
	Phillips 22			
	Phillips 66			
	Seminario		Instrumentos	
	Simposio			Radio
	Mesa redonda			Mini Reproductor
	Diálogo			Multimedia
	Debate público			
	Torbellino de ideas			
	Discusión guiada			
	Individual			
Estudio de casos	Grupal			

Nota: Se sugieren, en el listado precedente; algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (5ª ed.) Caracas: Episteme.
- Balestrini, M. (2006). Cómo se elabora el proyecto de investigación. Para estudios formulativos o explorativos, descriptivos, diagnóstico, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles. (6ªed.) Caracas: Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Balestrini, M. (2002). Procedimiento técnico de la investigación documental. Caracas: Panapo.
- Camirra, H.; Cartaya, S. (2009). Guía para la investigación académica. Una orientación metodológica diseñada para el postgrado-Iupma. Venezuela: UPEL-IUPMA.
- Chávez, N. (2001). Introducción a la Investigación Educativa (3º Ed.) Maracaibo: Ediciones de la Universidad del Zulia.
- Gómez M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hurtado, I.; Toro, J. (2007). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Caracas: Editorial CEC, SA.
- Hurtado, J. (2003). El proyecto de investigación. Metodología de la investigación holística. (3ª ed.) Caracas: Fundación Sypal.
- Lerma, H. (2004). Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto, proyecto. (3º.ed.) Bogotá: Eco Ediciones.
- Ramírez, T. (1999). Cómo hacer un proyecto de investigación. Guía práctica. Caracas: Panapo.
- Rodríguez, M. (2001). Estrategia exitosa para tutorear investigaciones. Caracas: FEDUPEL
- Parella S., Martins, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. (3da. ed.) Caracas, Venezuela. Fondo editorial de la UPEL.

Sabino, C. (2000). El proceso de investigación. Una introducción Teórico-Práctica. Caracas: Panapo

Tamayo, M. (2009). El proceso de la investigación científica. Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. (5ta. ed.) México: Limusa. S.A.

Toro, I.; parra, R. (2006). Método y conocimiento. Metodología de la investigación. Investigación Cualitativa / Investigación Cuantitativa. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT

Universidad Bicentennial de Aragua. (2012). Vicerrectorado Académico. Decanato de investigación y Postgrado. Normas para la Elaboración, presentación y Evaluación del Trabajo Final de Investigación de Postgrado. (6° ed.) San Joaquín de Turmero, Estado Aragua: Autor.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2012). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. (5°.ed.) Caracas: FEDUPEL.



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
 VICERRECTORADO ACADÉMICO
 DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO
 San Joaquín de Turmero - Estado Aragua

MAESTRÍA EN GERENCIA
MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE:

LA UNIDAD CURRICULAR
PROYECTO II

CÓDIGO	U.C	HORAS TOTALES TEÓRICO/PRÁCTICAS	PRE-REQUISITOS	COMPONENTE
MGA-PI63	03	48	NINGUNO	INVESTIGACIÓN

DISEÑADOR	FECHA DE DISEÑO	DIRIGIDO A:
U.B.A.		PARTICIPANTES DE POSTGRADO

PRESENTACIÓN

El perfil del Magíster en Gerencia Mención Administración, posee características esenciales que presenta el perfil del egresado donde demuestra su capacidad para investigar de manera asociada en el área de la Administración, por lo que el componente de investigación representa, dentro del diseño curricular del programa, el elemento explícito en el que se debe consolidar el producto de los estudio de investigación realizados a través de la administración de todo el programa de postgrado.

El componente de investigación está integrado por dos asignaturas a saber: Proyecto I y Proyecto II enmarcados en el mismo propósito, pero con alcances diferentes dentro del proceso de levantamiento y presentación de información producto del trabajo de investigación.

COMPETENCIA GENERAL

Construir el proyecto de investigación que le conducirá al trabajo de grado.

UNIDAD II
Marco Teórico

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analiza la importancia de la revisión bibliográfica y la utilización de las técnicas de fichaje para la elaboración del Marco Teórico
2. Describe las partes que constituyen el Marco Teórico y explica cómo se conforma cada una.
3. Aplica, en su investigación, los conocimientos adquiridos
4. Elabora el segundo avance del Anteproyecto

CONTENIDO

1. Momentos teóricos de la investigación
2. Uso de las teorías en los métodos cualitativos y cuantitativos
3. Relación de la teoría con el objeto de investigación

UNIDAD II
Momento Metodológico

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Vincula el momento empírico descriptivo con el momento teórico-explicativo

CONTENIDO

- Contexto metodológico de la investigación
- Tipo de investigación
- Muestreo
- Sujetos de investigación.
- Tipos

UNIDAD III
Hipótesis y Variables

COMPETENCIA ESPECÍFICA

Establece relación entre objetivos, hipótesis (Sí las hay) y variables

CONTENIDO

- Hipótesis
- Variables o Categorización

UNIDAD IV
Técnicas e Instrumento de Investigación

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Construye y valida instrumento de investigación

CONTENIDO

- Técnicas e instrumentos de investigación
- Construcción de un instrumento de investigación
- Validez y confiabilidad del instrumento

UNIDAD V
ANÁLISIS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Discutir los tipos de análisis de datos producto de la investigación

CONTENIDO

- Técnicas de análisis cualitativos y cuantitativos
- Presentación del Proyecto de Investigación
- Esquema ajustado a la metodología seleccionada

ESTRATEGIA METODOLÓGICA SUGERIDAS

TÉCNICAS	FORMAS	RECURSOS		
De las preguntas	Abiertas	Impresos	Periódico	
			Guías	
			Revistas	
	Cerradas		Textos	
			Telemáticos	
			Material escrito	
Ejemplificación		Virtuales	Internet	
			Correo Electrónico	
Dramatización		Electrónicos	Video Beam	
			Películas	
			Televisión	
Simulación	Real			
	Virtual			
Dinámica de grupo	Foro	Sonoros	CD	
	Taller			
	Plenaria			
	Interrogatorio			
	Phillips 22			
	Phillips 66			
	Seminario		Instrumentos	
	Simposio			
	Mesa redonda			
	Diálogo			
	Debate público			
	Torbellino de ideas			
	Discusión guiada			
	Estudio de casos			Mini Reproductor Multimedia
Individual				
	Grupal			

Nota: Se sugieren, en el listado precedente; algunas estrategias metodológicas con el propósito de que el docente – administrador de la asignatura, adopte aquellos que sean acordes a la naturaleza del Programa de postgrado y la unidad curricular.

Evaluación: Para el proceso de evaluación se sugiere actividades acordes con la naturaleza de la asignatura y el carácter andragógico de la administración del proceso. Recomendándose realizar evaluaciones a través de trabajos productivos, investigaciones acordes con las líneas, y temas de investigación, bajo los criterios de: Pertinencia, coherencia, relevancia y vigencia.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (5ª ed.) Caracas: Episteme.
- Balestrini, M. (2006). Cómo se elabora el proyecto de investigación. Para estudios formulativos o explorativos, descriptivos, diagnóstico, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles. (6ªed.) Caracas: Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Balestrini, M. (2002). Procedimiento técnico de la investigación documental. Caracas: Panapo.
- Camirra, H.; Cartaya, S. (2009). Guía para la investigación académica. Una orientación metodológica diseñada para el postgrado-Iupma. Venezuela: UPEL-IUPMA.
- Chávez, N. (2001). Introducción a la Investigación Educativa (3º Ed.) Maracaibo: Ediciones de la Universidad del Zulia.
- Gómez M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hurtado, I.; Toro, J. (2007). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Caracas: Editorial CEC, SA.
- Hurtado, J. (2003). El proyecto de investigación. Metodología de la investigación holística. (3ª ed.) Caracas: Fundación Sypal.
- Lerma, H. (2004). Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto, proyecto. (3º.ed.) Bogotá: Eco Ediciones.
- Ramírez, T. (1999). Cómo hacer un proyecto de investigación. Guía práctica. Caracas: Panapo.
- Rodríguez, M. (2001). Estrategia exitosa para tutorear investigaciones. Caracas: FEDUPEL
- Parella S., Martins, F. (2010). Metodología de la investigación cuantitativa. (3da. ed.) Caracas, Venezuela. Fondo editorial de la UPEL.

Sabino, C. (2000). El proceso de investigación. Una introducción Teórico-Práctica. Caracas: Panapo

Tamayo, M. (2009). El proceso de la investigación científica. Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. (5ta. ed.) México: Limusa. S.A.

Toro, I.; parra, R. (2006). Método y conocimiento. Metodología de la investigación. Investigación Cualitativa / Investigación Cuantitativa. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT

Universidad Bicentennial de Aragua. (2012). Vicerrectorado Académico. Decanato de investigación y Postgrado. Normas para la Elaboración, presentación y Evaluación del Trabajo Final de Investigación de Postgrado. (6° ed.) San Joaquín de Turmero, Estado Aragua: Autor.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2012). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. (5°.ed.) Caracas: FEDUPEL.