

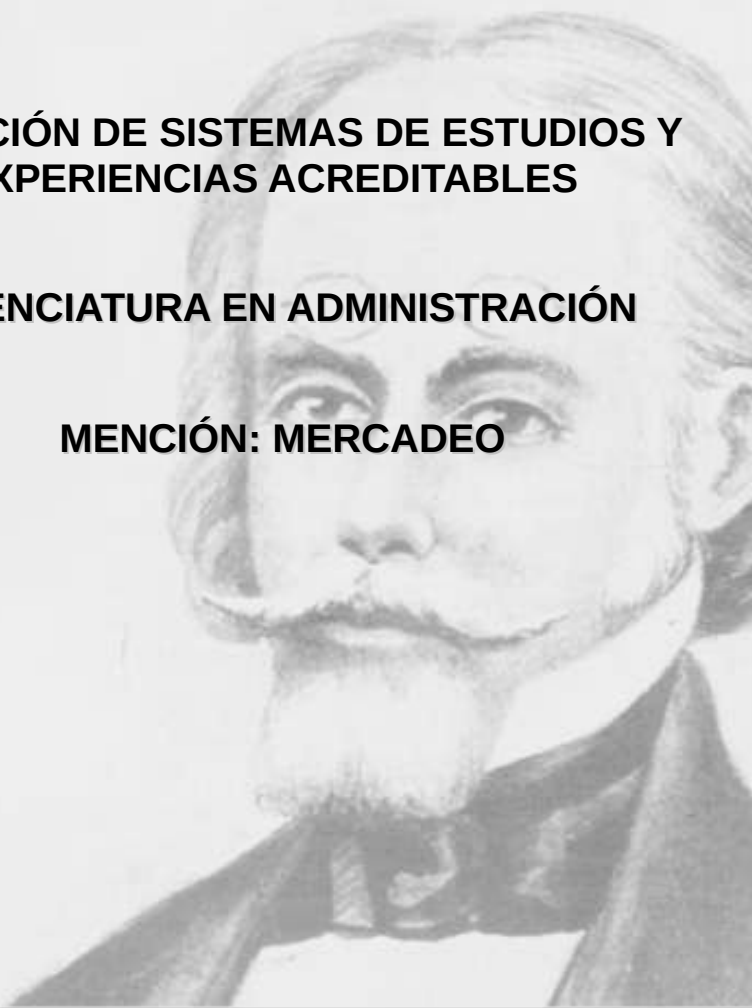


REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL SIMÓN RODRÍGUEZ
VICE - RECTORADO ACADEMICO

**DIRECCIÓN DE SISTEMAS DE ESTUDIOS Y
EXPERIENCIAS ACREDITABLES**

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

MENCIÓN: MERCADEO



1era CALLE LA INDUSTRIA, URB. PALO VERDE, EDIFICIO ACUARIO, PISO 4, TELEFONOS: (0212) 251.07.01
251.94.62 / 251.21.47 EXT.: 4313, FAX: 251.24.56

CONTENIDO

	PÁG.
I. JUSTIFICACIÓN.....	01
II. OBJETIVOS GENERALES.....	03
III. PERFIL PROFESIONAL.....	04
IV. PLAN DE ESTUDIOS.....	09
V. PROGRAMAS SINÓPTICOS.....	13
VI. MODELOS DE PROYECTO.....	35

JUSTIFICACIÓN

El desenvolvimiento de la actividad económica y comercial en Venezuela, durante las dos últimas décadas del siglo XX, ha traído como consecuencia no sólo el apremio por satisfacer cada vez más las necesidades de población en franco crecimiento, sino también la necesidad de imprimir modificaciones y cambio a fin de modernizar el sistema de mercadeo y ajustarlo a las actuales exigencias socio-económicas.

En efecto, el incremento de la actividad comercial que ha sido la expresión de la expansión del mercado del consumo interno en la búsqueda por alcanzar mejores niveles de vida, le asigna al sistema de mercadeo diversas tareas de especial importancia tales como:

Determinar en cantidad y/o calidad la demanda tanto actual como futura de los bienes y servicios.

Movilizar bienes y servicios desde el punto de origen al punto de consumo al menor costo posible.

Propiciar un sistema de precios y condiciones de negociación que impriman mayor transparencia al mercado y que refleje constantemente la presión de la demanda sobre la oferta y que a su vez contribuya a una distribución deseable del ingreso.

Servir de puente entre el consumo y la producción de tal manera los requerimientos y exigencias del consumidor en cuanto a sus necesidades, puedan ser satisfechas adecuadamente.

La problemática que genera la solución de las tareas mencionadas anteriormente, en el contexto económico y social de Venezuela, exigen urgentemente un recurso humano con formación científica y profesional en el área de esta disciplina de la administración con una clara y precisa orientación hacia el mercadeo y prestación de servicios, que estén capacitados para afrontar y resolver las situaciones derivadas de los cambios que se han suscitado en él:

Orden Económico: derivados del aumento del producto territorial bruto, el ingreso de personal, el número de personas empleadas, el número de hogares y la formación de los hogares, los gastos del gobierno, los gastos de capital, etc.

Orden Social: entre los cuales destacan, los cambios en el estilo de vida familiar, condición de la mujer, mejores niveles de vida, el ocio, cambios de los valores y costumbres tradicionales.

Orden Político: tales como el comercio entre las naciones, la inversión extranjera, políticas reglamentarias y de protección al consumidor políticos, fiscales, industriales, etc.

Orden Tecnológico: constantemente se introducen innovaciones tecnológicas que pueden afectar las características del producto o de su comercialización y que por lo general ocurren fuera de las empresas donde se utiliza dicha tecnología.

II OBJETIVOS GENERALES

a) Estudiar las teorías o hipótesis, si fuese el caso, que permitan comprender y situar el problema del mercadeo de los bienes y servicios dentro del aspecto más amplio del desarrollo nacional.

b) Conocer y analizar el proceso actual del mercadeo de los bienes y servicios así como los problemas que afectan a los productos comercializados por Venezuela.

c) Identificar y definir los problemas de Mercadeo, mediante el análisis y la aplicación de diversas técnicas en el campo del conocimiento de la Mercadotecnia, con el fin de adoptar e implementar soluciones alternativas.

d) Conocer la dinámica de los aspectos constitutivos del mercadeo de los Bienes y Servicios.

e) Despertar en el futuro Administrador Mención Mercadeo, el espíritu de conciencia ciudadana y comunitaria que le permita poner sus conocimientos a disposición de la sociedad, tomando en cuenta la utilidad económica, pero sin olvidar la utilidad social.

III PERFIL DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, MENCIÓN MERCADEO Y PRESTACIONES DE SERVICIOS.

1. Definición:

El egresado de la Licenciatura en Administración, Mención Mercadeo; será un profesional capacitado en el área administrativa con conocimientos humanísticos y científicos, capaz de manejar en forma eficiente y con criterio racional, la problemática que conforman los procesos y funciones asignados al sistema de Mercadeo y Comercio, de los bienes y servicios, que satisfacen necesidades sociales, y que son el resultado de una labor productiva empresarial privada o pública, en donde la planificación estratégica, la organización, dirección y control de las diversas funciones de mercadeo cobran una importancia relevante, porque de dicha coordinación dependen los procesos de ajuste entre la oferta y la demanda de los diversos bienes y servicios, tanto en el ámbito nacional como de la empresa.

IV. ROLES Y FUNCIONES

1. Rol Director o Gerente, área de Mercado.

Competencias (Habilidades y Destrezas.)

α) Para organizar, supervisar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la investigación de Mercados, Publicidad, Promoción de Mercados, Comercialización y Distribución de Bienes y Servicios.

β) Para la elaboración y ejecución en marcha de planes estratégicos de Mercadeo.

χ) Para la elaboración y conducción de estudios relacionados con los aspectos de Mercadeo, lanzamiento del producto, estudios de imagen y opinión, pronóstico de mercadeo.

δ) Para el asesoramiento de la alta dirección de las empresas de todo lo relacionado con los aspectos de mercadeo y comercialización de los productos.

ε) Para establecer comunicación y relaciones públicas con funcionarios y ejecutivos de otras empresas, públicas o privadas.

Conocimientos.

a) Sobre diagnóstico y desarrollo organizacional y administrativo, para delinear y establecer la organización de mercadeo.

b) Sobre organización y sistemas, con la finalidad de establecer los sistemas, procedimientos y métodos de trabajo más adecuados a la organización de mercadeo.

c) Sobre presupuesto y contabilidad con la finalidad de la elaboración de los presupuestos de la organización departamental de mercadeo y sus correspondientes registros contables que permitan la confección de índices de eficiencia y eficacia de la organización de mercadeo.

d) Sobre planificación y programación con la finalidad, de diseñar y establecer el sistema más adecuado de Planificación que permita la elaboración del Plan estratégico y táctico (a corto plazo) de la empresa en lo correspondiente a los objetivos de mercadeo.

e) Sobre Metodología y Técnicas de Investigación de Mercadeo, con la finalidad de elaborar los estudios tanto cuantitativos como cualitativos del mercadeo de los productos y servicios.

f) Sobre la situación económica y social tanto interna como externa, para pronosticar el rumbo y desenvolvimiento de todas aquellas variables que de manera directa o indirecta puedan afectar y modificar los planes y programas de la empresa.

g) Sobre la legislación que pauta y rige la actividad comercial, con la finalidad de conocer las restricciones que en materia legal afectan las transacciones comerciales, y la normativa en cuanto a las características del producto, en sus aspectos de conservación, normalización, procesamiento y transporte.

2. Rol Investigador o Analista de Mercado.

Competencias (Habilidades y Destrezas).

- a) Para la confección y coordinación de todas las actividades relacionadas con la realización de estudios e informes técnicos, relacionados con el mercado.
- b) Para la formulación de recomendación técnica en torno al posicionamiento de productos en el mercado, selección de canales de distribución, espacial y localización de facilidades, imágenes y opiniones, medios publicitarios, y otros.

Conocimientos.

- a) Sobre planificación y programación con la finalidad de diseñar y establecer el sistema más adecuado de planificación que permita la elaboración de planes estratégicos generales y específicos orientados al logro de los objetivos en el área de Mercadeo.
- b) Sobre Presupuesto con la finalidad de elaborar los presupuestos de acuerdo a la planificación y programación de las actividades de Mercadeo de la empresa.
- c) Sobre Metodología y técnicas de control y evaluación de Programas con la finalidad de controlar y evaluar los programas en marcha.
- d) Sobre metodologías y técnicas de investigación de mercadeo, con la finalidad de elaborar estudios tanto cuantitativos como cualitativos del mercadeo de los productos y servicios.
- e) Sobre la legislación que rige la actividad comercial, con la finalidad de conocer las restricciones que en materia legal afectan las transacciones comerciales, y la normativa en cuanto a las características del producto en sus aspectos de conservación, normalización, procesamiento y transporte.

Sobre la situación económica y social, tanto interna como externa, para pronosticar el rumbo y desenvolvimiento de todas aquellas variables que de manera directa o indirecta puedan afectar y modificar los planes y programas de la empresa.

3. Rol Planificador de Mercadeo.

Competencias (Habilidades y Destrezas).

a) Para organizar, supervisar y coordinar todas las actividades, relacionadas con la planificación y programación de investigaciones de Mercados, campañas publicitarias, promoción de Mercados, Comercialización y distribución de bienes y servicios, y otros.

b) Para la elaboración y puesta en marcha de planes estratégicos de Mercadeo.

c) Para el asesoramiento de la gerencia de Mercado en las empresas, en todo lo relacionado con la conducción y aplicación de las técnicas de Planificación, al mercadeo de los productos.

CAMPO DE TRABAJO

El Licenciado en Administración, Mención Mercadeo estará en capacidad de desempeñarse:

- En empresas Públicas y Privadas, a nivel gerencial de dirección de Mercadeo, Jefe de Departamento de Compras, Ventas, Investigaciones Comerciales, Publicidad y Mercadeo.
- Como Asistente del Gerente de Mercadeo, del Jefe de Compras, de Ventas, etc.
- Como Investigador de Mercadeo.
- Como Publicista.
- Por cuenta propia asesorando empresas en actividades relacionadas con el área.

CICLO INTRODUCTORIO (*)

CODIGO	CURSO	TECNICA	CRÉDITOS	REQUISITOS
31011	INICIACIÓN UNIVERSITARIA	C.E.	02	--
31012	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN	C.E.	03	--
31021	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ESTUDIO	C.E.	03	--
31022	TERMINOLOGÍA EN ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN	C.E.	03	--
31031	PRE-CÁLCULO	C.E.	04	--

CICLO GENERAL

31013	IDIOMA MODERNO(*)	C.E.	06	--
31023	ESTADÍSTICA I (*)	C.E.	03	--
31024	ESTADÍSTICA II (*)	C.E.	03	31023
31025	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN I (*)	C.E.	03	--
31026	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN II (**)	C.E.	03	31025
31021	GESTIÓN DE TECNOLOGÍA	SEMINARIO I	03	31026
32041	CONTABILIDAD I	C.E.	03	--
32042	CONTABILIDAD II	C.E.	03	32041
32043	ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS	C.E.	03	32042
32051	INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION	C.E.	03	
32052	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	SEM.II	03	--
32053	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	TALLER I	02	--
32054	LEGISLACIÓN MERCANTIL	C.E.	02	--
32061	ECONOMÍA GENERAL	C.E.	03	--
32062	HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL DE VENEZUELA	SEMINARIO III	03	--
32071	MATEMÁTICA FINANCIERA	C.E.	03	--
32072	PRESUPUESTO	TALLER II	03	--
32073	FINANZAS E IMPUESTO	C.E.	02	--
32081	MERCADEO	SEMINARIO IV	03	--
32091	INTRODUCCIÓN AL PROCESAMIENTO DE DATOS	C.E.	03	--

(*) COMÚN PARA: LICENCIATURA EN EDUCACIÓN, LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN E INGENIERÍA.

(**) COMÚN PARA: LICENCIATURA EN EDUCACIÓN Y LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN.

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

MENCION MERCADEO
RELACION DE CURSOS, CODIGOS, CREDITOS Y REQUISITOS

CICLO PROFESIONAL				
CÓDIGO	CURSOS	TÉCNICA	CRÉDITOS	REQUISITOS
32501	INVESTIGACIÓN DE MERCADEO	T. III	02	31026
32502	PSICOLOGÍA APLICADA AL MERCADEO	C.E.	03	
32503	ASPECTOS LEGALES DEL MERCADEO	C.E.	03	
32504	ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE VENTAS	T.IV.	03	32051
32505	TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN Y CONTROL APLICADAS AL MERCADEO	C.E.	03	
32506	MERCADEO II	S.V.	04	32081
32507	DIRECCIÓN DE MERCADEO	S.VI	04	
32508	ANÁLISIS DE PRODUCTOS	C.E.	03	
32509	ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD DEL MERCADEO	C.E.	03	
32510	PUBLICIDAD, PROMOCION	C.E.	03	
32511	COMERCIALIZACIÓN	S.VII	04	
32512	TÉCNICAS DE DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN DE FACILIDADES	C.E.	03	
32513	PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS DE MERCADO	C.E.	03	
32514	PROYECTO I	PROYECTO I	06	
32515	PROYECTO II	PROYECTO II	06	
32516	SEMINARIO DEL TRABAJO ESPECIAL DE GRADO	S.VIII	04	
32517	PASANTÍA	PASANTÍA	20	
32518	TRABAJO ESPECIAL DE GRADO		S/C	

CÓDIGO	CURSOS ELECTIVOS (*)	TÉCNICA	CRÉDITOS	REQUISITOS
32101	MODELOS ADMINISTRATIVOS	C.E.	02	
32102	ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	C.E.	02	
32103	TECNICAS DE DECISION Y SUS PROCESOS	C.E.	03	
32418	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	C.E.	03	
32105	PLANIFICACIÓN	C.E.	03	
32241	CONTABILIDAD DE COSTOS I	C.E.	03	
32406	DERECHO DEL TRABAJO	C.E.	03	
32191	SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL	C.E.	03	
32171	DESARROLLO ORGANIZACIONAL	C.E.	03	
32519	ORGANIZACIÓN DEL MERCADEO EN VENEZUELA	C.E.	03	
32268	COMERCIO INTERNACIONAL	C.E.	03	
32266	ANALISIS Y MANEJO DE CARTERAS DE INVERSION	C.E.	03	

C.E. = CURSOS ESTRUCTURADOS

S.= SEMINARIO

T.= TALLER

P.= PROYECTO

PAS. =PASANTIA. (*) El participante deberá aprobar un mínimo de veintitrés (23) créditos en Cursos Electivos

PROGRAMAS SINOPTICOS CICLO INTRODUCTORIO

“Los Cursos Introdutorios estarán destinados a los estudiantes en la estrategia metodológica del aprendizaje independiente y en las técnicas de aprendizaje autodirigido, así como a desarrollar aptitudes que les permitan mejorar su rendimiento y adaptarse al sistema universitario” (*)

“El Ciclo Introdutorio contendrá el conjunto de elementos de aprendizaje comunes para todas las carreras que ofrece la Universidad y estará integrado por los cursos introductorios” (*)

31011 INICIACION UNIVERSITARIA 02 CRÉDITOS

Este curso tiene como propósito proporcionar a los participantes un conjunto de información escrita y vivencial sobre la filosofía, estructura, funcionamiento, régimen de estudios, planes y programas de estudio, estrategia, metodológica y técnicas de aprendizaje y evaluación que les permitan un mejor desenvolvimiento dentro de la Universidad Simón Rodríguez. C.E.

31012 LENGUAJE Y COMUNICACIÓN 03 CRÉDITOS

Este curso tiene como finalidad proporcionar a los participantes instrumentos y herramientas para el manejo adecuado del material bibliográfico consultado y que conozca las técnicas de la lectura y su importancia para la elaborar síntesis y ensayos, y para conocer el proceso de la comunicación. C.E.

31021 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ESTUDIO. 03 CRÉDITOS

Está dirigida a desarrollar y/o afinar destrezas y hábitos en el estudio general y específicamente en la estrategia metodológica del aprendizaje independiente.

Contenido: Es estudio sistemático. Formulación de un procedimiento de estudio. El estudio en grupo. Actividades para la integración de un grupo. Estudio e investigación. Etapas de la investigación. La investigación en educación. La investigación bibliográfica. Identificación de las fuentes de información. Localización del material bibliográfico. Importancia de la lectura. Técnicas de la lectura. Síntesis de la información escrita. Comunicación de la información. C.E.

31022 TERMINOLOGÍA EN ESTADÍSTICA E INVESTIGACION. 03 CRÉDITOS

Tiene como propósito familiarizar al participante con la terminología y conceptos más utilizados en Estadística e Investigación, a fin de facilitar la comprensión de la bibliografía especializada.

Contenido: Símbolos estadísticos. Medidas y escalas. Distribución de frecuencias. Representación gráfica. Medidas de tendencia central. Medidas de variabilidad. Correlación u casualidad. Probabilidades. Tipos de Investigación. Selección del problema. Revisión de la Literatura. Diseño de la investigación. Validez y confiabilidad. Tipos de pruebas. Evaluación formativa y sumativa. C.E.

31031 PRECÁLCULO 04 CRÉDITOS

Provee soporte matemático para diversas secuencias curriculares de las carreras ofrecidas por la Universidad. Introduce y prepara al participante al estudio de las matemáticas superiores con particular énfasis en la formalización de los procesos y técnicas de la matemática de educación media.

Contenido: Lógica y conjuntos. Estructuras algebraicas. Relaciones Binarias y Funciones. Definición de Número Cartesiano, Notación. Igual de pares ordenados. Relación Binaria. Sistemas numéricos: naturales y enteros. Sistemas numéricos: números racionales. Sistemas numéricos: Sistemas numéricos: números reales. Funciones Reales. C.E.

(*) Artículo 11 y 17 del Reglamento sobre Régimen de Estudios de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez.

C.E. Cursos Estructurados: Técnica de aprendizaje, susceptible de ser combinada con otras técnicas como Seminarios, Talleres y Proyectos.

CICLO GENERAL

“El Ciclo General contendrá el conjunto de elementos de aprendizaje común sobre la base de las carreras afines y estará constituidos por los cursos generales” (*)

- | | | |
|--|--|-------------|
| 31013 | <u>IDIOMA MODERNO</u> | 06 CRÉDITOS |
| Contenido: La Organización en el Estudio. Concentración y Hábitos de estudios. El Presente progresivo. Organización en los Textos: Los Párrafos. El Tiempo Presente. Los conectivos AND, BUT, UNTIL, NOT Y ONLY, FIRST, SECOND THEN Y FINALLY. Naturaleza de las generalizaciones: Los conectivos WHAT, BECAUSE, ALTHOUGH. Descripción y Definiciones: Los conectivos BETWEEN, AMOUG. C.E. | | |
| 31023 | <u>ESTADÍSTICA I</u> | 03 CRÉDITOS |
| El objetivo general de este curso es habilitar al participante para que pueda generar conclusiones válidas y tomar decisiones lógicas con respecto a una situación planteada, aplicando la estadística descriptiva para recolectar, organizar, resumir, presentar y analizar los datos relativos a dicha situación.
Contenido: Conceptos básicos. La medición de los caracteres: medición de los caracteres; niveles o escala de medidas; las variables y su medición. Estadísticas primarias. Datos estadísticos; Fuente de datos estadísticos; Métodos para la recolección de datos. Estadísticas derivadas; razones, proporciones, porcentajes y tasas; distribución de frecuencias. Representación de las observaciones: tablas o cuadros estadísticos; gráficas para series estadísticas. Reducción estadística (medidas de tendencia central y de posición), Reducción estadística (medidas de dispersión y asimetría) C.E. | | |
| 31024 | <u>ESTADÍSTICA II</u> | 03 CRÉDITOS |
| El objetivo terminal de este curso es el siguiente: planteado un problema hipotético, cuantificar la relación lineal entre sus variables y aplicar los métodos de estimación y contraste de hipótesis.
Contenido: Probabilidad. Distribución de probabilidad. Nociones de muestreo. Distribución muestral. Estimación. Contraste de hipótesis. Correlación. Regresión. C.E. | | |
| 31025 | <u>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN I</u> | 03 CRÉDITOS |

Al finalizar el curso el participante será capaz de originar conclusiones válidas sobre la importancia de la investigación científica en el desarrollo de la ciencia y, por ende de la comunidad toda, exponiéndolas por escrito.

Contenido: El conocimiento; su significado; posibilidad y origen del conocimiento, grados del conocimiento, el conocimiento y su relación con la teoría y praxis social; tipos de conocimiento. El conocimiento científico; método y técnicas; método científico; la táctica científica; la ciencia, su significado, características, objetivos, alcance y clasificación; ciencia y tecnología. La teoría como instrumento de la ciencia: hechos (significado, accesibilidad, niveles y funciones); teoría (significado, clases, elaboración de la teoría, papel de la teoría, relación entre teoría y hechos); modelos; enfoques teórico-metodológicos del pensamiento en las ciencias sociales. La investigación científica; la investigación, definición, características y momentos; tipos y niveles de investigación; el investigador social, la investigación en las ciencias sociales. C.E.

31026 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN II 03 CRÉDITOS

Al finalizar el curso el participante será capaz de originar un proyecto de investigación científica, referido al campo del saber en el cual se está formando, especificando las etapas correspondientes a los diferentes momentos del proceso de investigación.

Contenido: el proceso de investigación y el momento teórico. Etapas del Proceso de Investigación. El Momento Metodológico de la Investigación. El momento técnico de la investigación. El momento analítico de la investigación. C.E.

32021 GESTIÓN DE TECNOLOGÍA 03 CRÉDITOS

Objetivos: Orientar al participante a fin de que distinga los conceptos y elementos básicos de Tecnología: Gestión, política y administración tecnológica y establezca su relevancia dentro del contexto económico nacional e internacional.

Contenido: Elementos conceptuales. El Papel de la Innovación Tecnológica en la Economía. La Innovación en el ámbito de Empresa. El Papel del Estado en el Desarrollo Tecnológico. La Gestión Tecnológica en la Empresa. La Adquisición de Tecnología. La Generación de Tecnología. Seminario I (*)

32041 CONTABILIDAD I 03 CRÉDITOS

Objetivo: tiene como propósito proporcionar una visión general de que la naturaleza y características de la información contable, a fin

de que el participante logre destrezas en la utilización y empleo de las operaciones contables básicas y fundamentales de una organización.

Contenido: La contabilidad, definición, objetivos, importancia y principios. Elementos básicos de contabilidad: la cuenta, clasificación. Estados: Balance general, definición, presentación, estructura. Estados de ganancias y pérdidas: definición, presentación y estructura. Otros tipos de estados financieros. Libros contables, diario, mayor, inventario, auxiliares. El Efectivo: caja, cuenta bancaria. Cierre de Libros: Cierre del ejercicio económico, hoja de trabajo. C.E.

32042

CONTABILIDAD II

03 CRÉDITOS

Objetivo: Que el participante estudie la contabilidad dentro del contexto conceptual, metodológicos e instrumental a fin de desarrollar las destrezas necesarias que necesitará para las tomas de decisiones en su gestión dentro de la administración de empresa comercial

Contenido: Sociedades Mercantiles: características de cada una de las Sociedades de Capital. Cuenta y Efectos por Cobrar: Clasificación, características. Reservas para Cuentas de Pasos, su determinación. Efectos por cobrar descontado. Inventarios: Clasificación, Valoraciones y Costos de Ventas. Contabilización.

Activos Fijos: Clasificación, Mejoras, Reemplazos, Depreciación, Amortización y Agotamiento, Métodos y Procedimientos de Contabilización. Inversiones: Definición, Tipos de Valores, Costos, Primas y descuentos en Inversiones. Pasivos: Definición, clasificación a Corto y Largo Plazo. Emisión de Obligaciones Primor y descuentos en obligaciones. Patrimonio: Capital Social, Reservas Legal y Voluntarios, Superávit y utilidades o Pérdidas, Definición y Contabilización. Ventas y Consignaciones: Definición y Contabilización de las consignaciones. Agencias y Sucursales: Características, Diferencias y Contabilización, Cuenta Matriz Sucursales y Agencias. C.E.

32043

ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

03 CRÉDITOS

Objetivos: Que el participante sea capaz de aplicar los diferentes instrumentos de diagnóstico a los estados financieros a fin de que sean utilizados en la toma de decisiones económicas de la empresa. Contenido Métodos y Técnicas de Análisis: análisis vertical, horizontal, índices. Análisis de los estados financieros, aplicación de los índices al balance general, estado de ganancias y pérdidas. Estado de Origen y Aplicación de Fondos. Informe Final de los Análisis Financieros. C.E.

32051 INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN 03 CRÉDITOS

Objetivo: Tiene como propósito lograr que el participante pueda analizar la teoría y principios fundamentales de la administración moderna, partiendo de los enfoques de la administración científica.

Contenido: La Administración: definición, importancia, clasificación, características, tratadistas de la administración científica. La empresa, definición, tipos de organización. Proceso administrativo: definición, clasificación, etapas. Principios administrativos. Funciones Administrativas: La gerencia científica. Planificación: importancia, tipos de planes. Organización: importancia, la autoridad, la asignación e integración de funciones, tipos de organización, la departamentalización. Ejecución: definición, naturaleza, liderazgo, autoridad y responsabilidad. Control: definición. Control de calidad en administración. C.E.

32052 ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS 03 CRÉDITOS

Objetivo: Que el participante logre identificar, analizar y evaluar las políticas y procedimientos en la administración de recursos humanos, en el contexto nacional e internacional. Contenido: El comportamiento humano y las teorías gerenciales. Políticas, normas y procedimientos en la administración de Recursos Humanos. Análisis y evaluación ocupacional. Descripciones de cargos, administración de sueldos y salarios. Remuneraciones. Presupuesto de personal. Reclutamiento, selección y empleo. Entrenamiento y desarrollo de personal. Evaluación de Personal. Relaciones laborales. Seminario II.

32053 ADMINISTRACIÓN PÚBLICA 02 CRÉDITOS

Objetivo: Habilita al participante para que analice los conceptos de administración pública y establezca las relaciones con la administración privada, interprete el desarrollo de la administración pública y lo aplique al análisis del sector público venezolano.

Contenido: Teoría General del Estado: tipos históricos fundamentales de estado. Nociones sobre estado de derecho. Tipos de participación del estado en la vida económica, estado de derecho. La administración pública: definición, desarrollo histórico, diversos enfoques en el análisis de la administración pública. Sector público: definición, clasificación, sector público venezolano. Reforma de la administración pública: ética y servicio-público, responsabilidad en la administración. Taller I (*)

- 32054 LEGISLACIÓN MERCANTIL 02 CRÉDITOS
- Objetivo: Tiene como propósito lograr que el participante sea capaz de interpretar, analizar y aplicar la normativa vigente en el área del comercio.
- Contenido: El derecho mercantil: definición. Características de la legislación mercantil, relaciones entre el código civil y el código de comercio. Los actos de comercio: concepto y clasificación de actos de comercio. Los comerciantes, concepto legal y doctrinario, capacidad para ejercer el comercio obligaciones legales de los comerciantes. Las Sociedades Mercantiles. Las Sociedades de Capitales. Las Sociedades de Personas. Los Títulos de Créditos. La aceptación de la Letra de Cambio. El Vencimiento de la Letra e Cambio. El Cheque y el Pagaré. La Compra Venta Mercantil. El Registro de Comercio, La Firma de Comercio. La Contabilidad Mercantil y su importancia legal. Auxiliares e intermediarios del comercio; Cámara de Comercio, Bolsas de Comercio. Las Obligaciones Mercantiles; Definición, Modalidad, Acciones y Prescripciones. C.E.
- 32061 ECONOMÍA GENERAL 03 CRÉDITOS
- Objetivo: Al finalizar el curso el participante podrá identificar la terminología de la economía, de modo que le permita definir con precisión los diferentes conceptos utilizados en el área económica, así como interpretar los procesos económicos.
- Contenido: La ciencia económica: concepto, problema económico y problema técnico. Relación de la economía con otras ciencias. Nociones fundamentales de economía, concepto de necesidad, los bienes, la utilidad. teoría de la producción. El capitalismo, características fundamentales, plusvalía y capitalismo. El Imperialismo Teoría del valor. La demanda y su curva. La oferta y su curva. Los Mercados. Teoría de la moneda, del crédito y de los bancos. La balanza de pagos en Venezuela. La renta nacional de Venezuela en su triple aspecto de producto, ingreso y gastos nacionales, distribución del ingreso por sectores y regiones. C.E.
- 32062 HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL DE VENEZUELA 03 CRÉDITOS
- Objetivo: Al finalizar el curso el participante estará en condiciones de interpretar las características de la estructura económica y social venezolana a través de su evolución histórica.
- Contenido: Época Pre-Colombina. El Descubrimiento y la Conquista. La Venezuela Independiente. La Venezuela Pre-Petrolera. La Venezuela Petrolera. La Industrialización y la Democracia. La

Venezuela Actual. La Nueva Constitución Nacional. Cambios Socio-Políticos. Seminario III.

32071 MATEMÁTICA FINANCIERA 03 CRÉDITOS

Objetivo: Proporcionar al participante la oportunidad para que pueda lograr destrezas en el cálculo de los elementos matemáticos necesarios para su posterior aplicación a la elaboración, análisis e interpretación de las diferentes modalidades financieras en el área de la administración.

Contenido: Nociones fundamentales acerca de: interés, descuento, Sistema financiero simple, Operación financiera de capitalización y descuento simple, sustitución de capitales. Sistema financiero compuesto: capitalización. Rentas o anualidades: concepto, clasificación, cálculo. Rentas constantes fraccionadas; valor actual y final de una renta fraccionada. Rentas variables: concepto, valor actual y final de una renta variable. Amortización, cuadro de Amortizaciones. Simbología. Bonos. Definiciones. Tipos de Bonos Amortizaciones y Fondos de Amortización. Cuadro de Amortización. Simbología. Bonos. Definiciones. Tipos de Bono. C.E.

32072 PRESUPUESTO 03 CRÉDITOS

Objetivo: Orienta al participante en el estudio del presupuesto como instrumento administrativo, a fin de que reconozca los elementos de la planificación financiera y aplique las técnicas presupuestarias para el efectivo control económico de la empresa.

Contenido: La gerencia y el sistema presupuestario: concepto, principios y planes presupuestarios. Planificación financiera. Esquema presupuestario de la empresa, presupuesto financiero y de operación, ciclo presupuestario. Organización, formulación, discusión, aprobación, ejecución y control presupuestario. Presupuesto de ventas, de gastos, de compras, de inventario, de materiales de mano de obra, de capital. Estados Financieros proyectados. Presupuesto por Programa. Taller II.

32073 FINANZAS E IMPUESTOS 02 CRÉDITOS

Objetivo: Orienta al participante a fin de que sea capaz de explicar las operaciones financieras y sus efectos en la economía nacional, elaborar un análisis de la composición general del ingreso nacional y del gasto público del país, así como interpretar el marco legal de la política fiscal y monetaria.

Contenido: La administración financiera, concepto, el proceso administrativo y las finanzas. Control Financiero: capital de trabajo, fondos y valores negociables, política de crédito y cobranza. Financiamiento a corto y mediano plazo: préstamos bancarios,

financiamiento de bienes, Análisis de inversiones. Finanzas públicas: Hacienda Pública, la actividad financiera y el Estado, teoría general del gasto y el ingreso público. Derecho tributario. Doctrina general del impuesto: Concepto, fines, clasificación de los impuestos en Venezuela, leyes impositivas. C.E.

32081

MERCADEO

03 CRÉDITOS

Objetivo: Que el participante sea capaz de identificar los factores que intervienen en la dinámica del mercadeo y la comercialización y que pueda determinar los valores de los componentes esenciales de la mercadotecnia.

Contenido: Definición, diversos enfoques, segmentación del mercadeo, mercadeo y bienes de servicio, mercadeo y productos, comercialización y distribución. Fundamentos económicos del mercadeo, dinámica del mercadeo. Determinantes económicos de la oferta y la demanda, análisis de las conductas del consumidor. La sociedad y el mercadeo. Individuo y sociedad. Papel del mercadeo en la sociedad. Reglamentos e Instituciones del mercadeo en Venezuela. Análisis gerenciales del mercadeo: planificación y ejecución de planes integrales del mercadeo, investigación del mercadeo, análisis económico comparativo: sistema capitalista y sistema colectivista. Análisis de oportunidades, organización, planificación y control de los programas de mercadeo. Mercadeo Nacional e Internacional. Seminario IV:

32091

INTRODUCCIÓN AL PROCESAMIENTO DE DATOS

03 CRÉDITOS

Objetivo: Habilita al participante para que identifique los elementos básicos del procesamiento automático de datos, a los fines de su aplicación en la organización eficiente de las actividades empresariales modernas.

Contenidos: Procesamiento automático de datos. Definiciones de los elementos constitutivos del proceso automático de datos. Sistemas de Computación. Hardware. El Computador. Almacenamiento de datos. Sistemas de codificación. Los sistemas de numeración y las computadoras. Descripción del procesador. Dispositivos de entrada/salida. Almacenamiento y organización de datos. Archivos. Software y plataformas de sistemas. Algoritmos. Solución de problemas y lógica de programación. Sistemas de administración de información. C.E.

(*) Artículo 18 del Reglamento sobre Régimen de Estudios.

(*) Seminario: Técnica de Aprendizaje dirigida principalmente al trabajo grupal.

PROGRAMAS SINÓPTICOS

“Los cursos profesionales estarán destinados a formar a los participantes en el dominio de las disciplinas teóricas y prácticas de la mención escogida”

“ El ciclo profesional contendrá el conjunto de elementos de aprendizajes específicos de una carrera y estará constituido por los recursos profesionales”

32501 INVESTIGACION DE MERCADEO 02 CRÉDITOS

Objetivo: analizar y comparar la naturaleza, el alcance y las funciones de la investigación de mercadeo, las clases, criterios y limitaciones de las investigaciones en cuanto a sus métodos y términos.

Contenido: la investigación de Mercadeo, naturaleza, alcances, clases, métodos y técnicas. Caso práctico. Tareas propias de la investigación metodológica aplicada a la investigación de mercadeo. Procedimientos para la investigación en Mercadeo; investigación previa, cuestionario, compilación de cifras, métodos y tipos de encuestas, estudio de imagen y opinión, investigación de consumidores del mercado, control de ventas, distribución presupuestaria, investigación de mercados dentro de la empresa, planes de investigación. Taller III.

32502 PSICOLOGÍA APLICADA 03 CRÉDITOS

Objetivo: Identificar las variables psicológicas que pueden estar presentes en los mecanismos procesos de publicidad y ventas, analizar a efectos de parecer su aplicación en el manejo de dichas variables en estudio sobre el producto, su imagen y el control de la eficacia publicitaria en el proceso de comercialización.

Contenido: La publicidad como parte del Marketing. La publicidad y la motivación. Los modelos de actitud. Los estilos de comunicación. La respuesta a un anuncio. Efectos sociales de la publicidad. Bases

para teoría de consumo. El comportamiento de compra según los estudios. Aportes básicos a la psicología del consumo. Esquemas generales del comportamiento. La encuesta. El nivel del porques, la investigación de motivaciones. Formación de vendedores y dinámica grupal. Estudios sobre el producto y la meta control de la eficacia publicitaria. La cuenta en el proceso de comercialización. La teoría de la venta. El rol del vendedor. C.E.

32503

ASPECTOS LEGALES DEL MERCADEO

03 CRÉDITOS

Objetivo: Proporcionar al participante una información básica de la problemática del mercadeo en sus aspectos legales, capacitarlos para el análisis de algunos principios jurídicos necesarios para el desarrollo de sus funciones en el área de mercadeo. Familiarizar al participante con el mayor número posible de fuentes y material bibliográfico legal aplicable para relacionarlo con el mercadeo.

Contenido: El derecho y el libre ejercicio de las actividades lucrativas. Norma constitucional, alcances y limitaciones: Régimen Legal de la actividad publicitaria. La Publicidad en el marco legal, dispositivos técnicos, jurídicos y éticos: Ley y Reglamento de propaganda comercial. Las Leyes y la actividad publicitaria. Código Civil, Código de Comercio, Código Penal. Regímenes especiales de protección. El derecho de autor, concepto, dispositivos técnicos jurídicos, problemas y soluciones. La propiedad industrial, concepto, dispositivos, técnicas jurídicas, problemas y soluciones.

32504

ADMINISTRACION Y ORGANIZACIÓN DE VENTAS

03 CRÉDITOS

Objetivo: Capacitar al participante para comprender las funciones de la administración de ventas así como para definir los objetivos, estructura funcional y organización de las ventas. Igualmente, el participante adquirirá la capacidad para evaluar, reclutar y seleccionar los agentes de ventas, determinar cuál será la compensación, la motivación y el adiestramiento de los mismos. También deberá conocer las formas de supervisión de agentes, sus objetivos, valoración de sus actividades, delimitación y cubrimiento de territorios de ventas y la relación que debe mantener con mayoristas y minoristas.

Contenido: Funciones de la administración de ventas. La Organización del departamento de ventas en la empresa. Los agentes de ventas: características y tareas. Reclutamiento de agentes de ventas. Adiestramiento, motivación, compensaciones y comunicación de los agentes de ventas. Supervisión de los agentes de ventas. Territorios de ventas. Sistemas de control administrativo.

Uso de informes y relaciones de control. Producción y valoración de las actividades de los agentes. Las relaciones entre los agentes de ventas y la publicidad. Relaciones de la gerencia de ventas con mayoristas y minoristas. Relaciones de la gerencia de ventas con otras actividades de mercadeo. Ejercicios y casos prácticos. Se examinará en detalle algunos de los casos publicados en los textos. El participante realizará análisis de casos reales de la actividad mercadotécnica venezolana. TALLER IV.

32505 TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN Y CONTROL
APLICABLES AL MERCADEO. 03 CRÉDITOS

Objetivo: Proporcionar una visión general de la aplicación, de la planificación del mercadeo y su importancia en la fijación y determinación de estrategias comerciales.

Contenido: La planificación estratégica, naturaleza, formación presupuestaria. Aspectos creativos y generales de la planificación del Mercadeo. Regla fundamental de la estrategia, Concepto de estrategia comercial. Análisis de las oportunidades del mercadeo y Evaluación de la capacidad de la compañía. Análisis del cliente y segmentación del mercado. Análisis de la competencia. Análisis de las tendencias ambientales. Características del Mercadeo. Estructura, costos y productos. Costos: pronóstico de la oferta y la demanda. Evaluación interna de la compañía. Enfoques de la Planificación estratégica del mercado. Plan anual de Mercadeo, importancia de los costos. Planificación de nuevos productos. Casos prácticos. C.E.

32506 MERCADEO II 04 CRÉDITOS

Objetivo: Desarrollar en el participante capacidades que le permitan conocer la dinámica de los aspectos constitutivos del Mercado. Analizar críticamente los problemas diferentes a la comercialización. Identificar los valores de los componentes esenciales de la Mercadotecnia buscando las diversas explicaciones de dichos valores dentro de la estructura y desarrollo económico del país. Evaluar las diversas técnicas y corrientes modernas de mercadeo.

Contenido: Análisis económico comparativo. Sistemas Capitalista, Modelo Clásico, Realidad Histórica, desarrollo económico y el Rol del Mercado en las economías capitalistas, Mercadeo orientado hacia el consumidor. Sistema U.S.A. Condiciones. Análisis Económico Comparativo. Sistema Colectivista. Mercadeo orientado a la producción. Sistema Chino. Sistema Ruso. Sistema Yugoslavo. Análisis de oportunidades de Mercadeo. Mercados y Medio Ambiente. Seguimiento del Mercado. Comportamiento del

Comprador. Implicaciones de crecimiento demográfico para los negocios. Estudios de casos. Solución de problemas. Organización de la actividad de Mercadotecnia. Objetivos de la Empresa y Organización de Mercado. Toma de Decisiones. Investigaciones motivacionales. Estudios de imagen y opinión. Modelos y Sistema de Mercadotecnia. Planificación. Decisiones. Control de esfuerzos de Mercadeo. Comercio Exterior. Mercadeo Internacional. Planificación de Programas de Mercadeo. Control de esfuerzo de Mercadeo. Mercadeo Internacional. Seminario V.

32506

DIRECCIÓN DE MERCADEO

04 CRÉDITOS

Objetivo: Permite ejercitar al participante en el análisis crítico de las dificultades que un director de mercado debe superar en el ejercicio de sus funciones, así como detectar los valores de las diferentes técnicas que se usan para adaptar exitosamente los recursos de la empresa en las actividades de comercialización.

Contenido: Administración y toma de decisiones en Mercadeo; funciones de la dirección de mercadeo, reformas en el mercadeo. Importación de la Investigación de problemas. La organización de Mercadeo, concepto, modelo de organización, decisiones sobre organización de mercadeo, líneas de productos, normas de ejecución y servicio, decisiones sobre envase, envoltura y presentación de productos, Medición y pronóstico; pronóstico de ventas, determinación acerca de la fuerza de vendedores, fuerza de ventas, zonificación, reclutamiento, adiestramiento de vendedores. Estrategia de la dirección de mercadeo. Publicidad. El Director de Marketing. Seminario VI.

32508

ANÁLISIS DE PRODUCTOS

03 CRÉDITOS

Capacitar al participante para analizar los problemas, las necesidades y las conveniencias que se presenta tanto en el mundo empresarial, como en el de los consumidores ante la creación de productos y bienes de servicios.

Contenido: Productos, división, productos y servicios. La dinámica del crecimiento y de los productos. Organización de los productos. Planificación de productos. Ingeniería de producción, equipos e instalaciones, comercialización del producto. Estrategias para productos y servicios. Decisiones del Producto y los servicios. Forma, calidad, empaque, marcas, garantías. Ciclo de vida del producto. Línea de servicios. Eliminación de productos. Obsolescencias, diversificación. Conductas de compras del venezolano ante la producción nacional. Factores éticos y legales. C.E.

32509 ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD DEL
MERCADEO 03 CRÉDITOS

Objetivo: Proporcionar al participante los conocimientos necesarios en torno a la utilización de diversas técnicas para aumentar u optimizar la productividad del mercadeo, expresado como la relación entre las metas y el costo del esfuerzo de comercialización.

Contenido: El rendimiento o productividad del Marketing y Rentabilidad: Venta al Detal de los productos. El incremento de la productividad de los productos y los clientes a través del método experimental. Aumento de la productividad de los esfuerzos publicitarios mediante experimentos de comercialización. C.E.

32510 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN 03 CRÉDITOS

Objetivo: Estimular y reforzar en el participante las habilidades que le permitirán a analizar críticamente las actividad publicitaria como factor importante en nuestra sociedad. Estudiar sus valores, técnicas y propiedades dentro de la moderna organización empresarial. Considerar las bondades de la moderna publicidad como valioso auxiliar en la administración de empresas de producción y consumo que el empresario deba afrontar y resolver.

Contenido: Objeto de la publicidad: Definición. Valofactores económicos y sociales. Historia de la Publicidad. Factores éticos de la publicidad. Funciones complementarias. Publicidad Industrial. La Publicidad del Mercado Agrícola. Publicidad para detallistas. Programación, Planificación y estrategias publicitarias. El papel de la investigación en publicidad. Investigación de consumidores y su filosofía. Motivaciones al consumidor. Segmentación de mercados y su influencia en la publicidad. Análisis del producto. Análisis del Mercadeo. El producto y el manejo publicitario. Diseños de envases. Nombre de la marca. Factores que afectan la respuesta publicitaria. Necesidades, su clarificación e importancia para la publicidad.

32511 COMERCIALIZACIÓN 04 CRÉDITOS

Objetivo: El participante se capacitará para analizar los problemas, las necesidades y las conveniencias de los clientes o consumidores, a fin de proporcionarles las ventas más honestas y ventajosas. Orientar al participante hacia la solución de los problemas de ventas que se le presenten en el desempeño de su carrera. Analizar los cambios del mercado consumidor y la búsqueda de un mejoramiento en sus conocimientos básicos de ventas efectivamente productivas.

Contenido: La Comercialización. Concepto. Definición. Factores que intervienen en la comercialización; culturales, económicas y políticas. Historia de la venta. Concepto de venta. Obligaciones. Responsabilidades y cualidades del vendedor. El consumidor, sus motivaciones, conocimientos del vendedor de la compañía, competencia y publicidad. El crédito. Precio. Descuentos. Las Ventas. Inicio de la Venta. Objeciones y cierre de la venta. Relaciones con los clientes. Ética en la Venta. El Servicio posterior a la Venta Minorista y Venta Industrial./Planeamiento y control de Personal. Metas. Planes Diarios. Control de Gastos. Análisis de Tareas. Estudio de tiempo y tareas. La Administración de ventas. Responsabilidad del Gerente. Pronóstico de venta. Estimaciones y presupuesto de la venta. Duración del viaje periódico de ventas. Número de clientes a visitar. Calidad de la visita periódica. Selección y entrenamiento de vendedores. La promoción venta. Definición. Clases de promoción. Objeto de la promoción. La promoción y la marca. La promoción de venta y comercial. Factores que influyen en la inversión promocional. La promoción y la investigación de mercado. Situación y Categoría. Selección de Medios. La promoción en lugar de la venta. La venta al mayor. Uso de computadora para el análisis de ventas. Venta en la agricultura. Ventas internacionales. Las ventas en Venezuela. Análisis de PDVSA, INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR. SEMINARIO VII.

32512

TÉCNICAS DE DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN DE FACILIDADES

03 CRÉDITOS

Objetivo: Ejercitar en el participante aquellas aptitudes que faciliten: El análisis crítico de las dificultades que un director de mercadeo debe superar en materia de distribución. Destacar los valores de las diferentes técnicas de distribución que un profesional de mercadeo puede usar adoptando exitosamente los recursos y objetivos de la empresa a las oportunidades de la comercialización. Evaluar las diversas posibilidades de aplicación o no de los múltiples aspectos que componen la logística de distribución.

Contenido: Definición. Los productos como integrantes de los conductos de distribución. Intermediarios funcionales. Instituciones de distribución y mercadotecnia. Ventas al mercadeo. Sus funciones y crecimiento. Posición y tendencia actual de las ventas al detal. Mercadeo en pequeña y gran escala, ventas al mayoreo. Distribución, mayoristas, planificación y selección de canales. Stock. Índice de giros de existencias. Relación. Producción. Distribución. Ecuación de operaciones. Problemas de Mercadeo.

- a. Productos Primarios
- b. Fabricantes
- c. Intermediarios
- d. Distribución

Logística de la Mercadotecnia, importancia de la distribución física, nacional e internacional. Los elementos de la distribución física. Almacenaje y transporte. Financiamiento y riesgo. C.E.

32513 PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MERCADO 03 CRÉDITOS

Objetivo: Tiene como propósito proporcionar una visión general de la aplicación de la planificación al mercadeo y su importancia en la fijación y determinación de estrategias comerciales.

Contenido: La planificación estratégica. Naturaleza. Formulación. Presupuestación. Aspectos creativos y gerenciales. Fundamentos de la estrategia. Concepto de estrategia del mercado. Análisis de la competencia. Análisis de las tendencias ambientales. Análisis de las características del Mercado. Estructura de costos y concepto de costo. Previsión de la oferta y la demanda. Acto. Evaluación de la compañía. Enfoques de planificación. Estrategias del mercadeo. Plan del Mercadeo. Caso práctico. Importancia de los costos. Planificación de nuevos productos. C.E.

32514 PROYECTO I 06 CRÉDITOS

32515 PROYECTO II 06 CRÉDITOS

32516 SEMINARIO VII 04 CRÉDITOS
(Diseño de la Investigación tutorizada para el Trabajo Especial de Grado).

CURSOS ELECTIVOS

32101 MODELOS ADMINISTRATIVOS 02 CRÉDITOS

Objetivo: Al finalizar el curso el participante será capaz de determinar la aplicabilidad de los diferentes modelos administrativos así como interpretar las diversas propuestas de reforma administrativa, en la gestión empresarial pública y/o privada.

Contenido: los Modelos: Definición. Características. Construcción de Modelos. Ventajas y Desventajas. Como Ayuda un Modelo a la Organización. Gerencia por Objetivos: Definición. Metodología. Desarrollo del Programa. Evaluación. Clima requerido para obtener resultados. Gerencia para Proyectos: Aplicación de los Proyectos. Características. Manejo de un Proyecto. Ventajas y Desventajas.

Proceso de Fusión y el modelo del acuerdo: Ideas básicas. Empleo del Modelo. Factores de la Personalidad y Factores de la Organización. Modelo Sistemático: Las Organizaciones como Sistemas. Insumo de la Organización. Estructura Organizacional. Crecimiento y Adaptación. C.E.

32102 ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN 02 CRÉDITOS

Objetivo: Proporcionar a los participantes la información necesaria que involucra el proceso de administrar eficazmente la producción.
Contenido: Localización de las plantas. Distribución de las instalaciones físicas. Diseño del proceso de producción. Elementos que componen el costo de la producción. Inventarios. Control de Calidad. Procesos de mantenimiento de plantas. C.E.

32103 TÉCNICAS DE DECISIÓN Y SUS PROCESOS 03 CRÉDITOS

Objetivo: Que el participante a partir del análisis de una problemática específica, aplique una técnica para tomar decisiones frente a las alternativas y pueda indicar el proceso para realizar esa decisión.
Contenido: El Proceso Administrativo. Teoría de los Procesos. Políticas. El Proceso de la Toma de Decisiones como parte del Proceso Administrativo. La Toma de Decisiones. Elementos e Identificación del Problema. El método analítico. Selección de Alternativas para la Toma de Decisiones. El Proceso de decisión. Tipos de Decisiones. Fases del proceso, bases y acciones para hacer efectiva la toma de decisiones: La toma de decisiones y la gerencia por Objetivos. C.E.

32418 FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. 03 CRÉDITOS

Objetivo: Al finalizar este curso el participante adquirirá los criterios básicos indispensables para aplicar los instrumentos científicos de la administración en casos específicos de formulación y evaluación de proyectos.

Criterio económico y criterio financiero en la formulación y evaluación de proyectos de inversión. Formulación de proyectos de inversión aplicando el criterio financiero. Evaluación Financiera de Proyectos de inversión.

Contenido: Conceptos básicos. Proyecto de inversión y de factibilidad. Pasos del proceso de formulación y evaluación de proyectos de inversión. Criterio económico y criterio financiero en la formulación y evaluación de proyectos de inversión. Formulación de

proyectos de inversión aplicando el criterio financiero. Evaluación financiera de proyectos de inversión. C.E.

32105 PLANIFICACIÓN 03 CRÉDITOS

Objetivo: Que el participante adquiera los instrumentos teóricos y prácticos para su aplicación en la elaboración y puesta en ejecución de planes concretos.

Contenido: Antecedentes Históricos de la Planificación. La Planificación en el Mundo Socialista. La Planificación en el Mundo Capitalista. La Planificación: Estrategia, Política, Objetivos. Metas. El Plan Programa. Basamentos Teóricos de la Planificación. Las Fases de la Planificación Social: Diagnóstico. Selección de Objetivos. Estrategias de Desarrollo. La Planificación Social en Venezuela. La Planificación Estratégica. C.E.

32241 CONTABILIDAD DE COSTOS I 03 CRÉDITOS

Objetivo: Presentar una visión general de la contabilidad de costos, y su importancia dentro de una organización, proporcionándole al participante las características específicas y los procedimientos contables de los diferentes sistemas de costos y su consecuencia final en los estados financieros.

Contenido: Introducción a la Contabilidad de Costo. El Balance General. Presentación. Elementos y Estructura del Balance General. Grupos del Activo Circulante, Fijo, Cargos diferidos y otros activos. El Ciclo de la Contabilidad de Costo. Elementos Básicos de Contabilidad. La Cuenta. Saldo, Clasificación de Cuenta Diarios y Mayores, Auxiliares de Costo. El Registro Contable. Teoría del Cargo y el Abono. Las Transacciones Comerciales. Registro de Operaciones. Control y Contabilidad de los Materiales. C.E.

32406 DERECHO DEL TRABAJO 03 CRÉDITOS

Objetivo: Proporcionar a los participantes los conocimientos y prácticas necesarias relacionadas con las leyes y sus reglamentos, normas y principios que rigen la vida y relaciones de los trabajadores con los patrones y las instituciones enmarcadas dentro del campo laboral. Se hará énfasis en la Ley del Trabajo y los decretos que la modifican para que los participantes estén en condiciones de aplicar e interpretar las diversas decisiones en la materia.

Contenido: Definición: Conceptos fundamentales sobre derecho del trabajo y sus principios. Ley del Trabajo y su Reglamento, decretos que lo modifican, las personas en el derecho del trabajo. El contrato de trabajo. El trabajo y su inembargabilidad. Las presentaciones

sociales. Vacaciones. Antigüedad. Utilidad. Preaviso y auxilio de cesantía, naturaleza jurídica de estas figuras. La jornada de trabajo. Régimen legal del descanso. Los órganos administrativos y judiciales del trabajo. Régimen Legal del descanso. La ley de Carrera Administrativa. Ley del INCE. C.E.

32191 SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL 03 CRÉDITOS

Objetivo: Desarrollar en el participante una actitud de franca expectativa frente a los problemas de información dentro de la empresa. Dar al participante la posibilidad de manejar una serie de conceptos tendientes a la tipificación de un problema de orden informativo o de un conjunto de herramientas metodológicas que le permitan llegar a desarrollar sistemas de información de poca o mediana complejidad.

Contenido: La comunicación: Concepto, elementos constructivos. Procesos, redes, ciclo, interacciones. La información. Concepto, importancia, integrantes, flujo. Recuperación. Los informes. Objetivos, características, seguimiento y archivo. Información y decisión. La Informática. La computadora Hardware. Tratamiento Informativos. Diseño y diagramación. Manejo. Actualización. Los Sistemas de Información Gerencial. Problemas de un Sistema de Información Gerencial. C.E.

32171 DESARROLLO ORGANIZACIONAL 03 CRÉDITOS

Objetivo: El participante logrará proponer estructuras dinámicas de organización a fin de optimizar la actividad del factor humano en la empresa.

Contenido: Métodos y Técnicas de desarrollo organizacional. Directivas de aplicación. La reunión de confrontación. Adiestramiento en sensibilización. Valores y actitudes. C.E.

32519 ORGANIZACIÓN DEL MERCADO EN VENEZUELA 03 CRÉDITOS

Objetivo: Analizar la estructura y el comportamiento de las distintas variables y factores que actúan y determinan un comportamiento en las relaciones económicas dentro del mercado venezolano.

Contenido: Concepto y Modelos de Organizaciones del Mercado en Venezuela. La Población Venezolana y la Distribución Localizada del Ingreso Familiar en Venezuela. Mercado Real y Potencial localizado de artículos de Consumo Personal. Producción, Distribución y Consumo de Bienes Primarios y Secundarios. Estructura Industrial como Mercado consumidor de materias primas; La Industria pesada venezolana. Infraestructura comercial venezolana. Localización áreas

potenciales. Comercio al detal según localidad y tipo de población. La estructura de los servicios en Venezuela. Mercado Real y Potencial. El Mercado Venezolano para la producción nacional y foránea. Principales renglones de la producción nacional y foránea en donde la estructura del mercado es propicia. C.E.

32268

COMERCIO INTERNACIONAL

03 CRÉDITOS

Objetivos: Analizar los factores básicos que determinan y regulan las operaciones de exportación e importación.

Contenido: Procedimientos, documentación y financiamiento de operaciones de exportación e importación, Procesos de exportación. Ventas internacionales y términos de intercambio. Documentos de intercambio comercial. Conocimientos de embarques. BILLOF LA DING, Declaración de Exportación e Importación. Declaración Concular. Seguro Marino. Letras de Cambio. Cartas de Crédito. El riesgo de las cuentas por cobrar en el ámbito de exportación. El agente aduanero y su función en el comercio internacional. C.E.

32266

ANÁLISIS Y MANEJO DE CARTERAS DE INVERSIÓN

03 CRÉDITOS

Objetivo: Al finalizar el curso el participante podrá identificar y evaluar las operaciones de inversiones en el mercado de valores aplicando las técnicas de pronóstico en el mercado monetario y de capital a fin de establecer una estrategia en el manejo de una Cartera de Inversiones.

Contenido: Operaciones de inversiones en el mercado de valores. Relación de la situación económica internacional y nacional de la industria y de la empresa estudiada. Impacto de la inversión en el nuevo mercado de valores. Técnicas de pronóstico en el mercado monetario y de capital. Estrategias en el manejo de una Cartera de Inversiones.

LA ESTRATEGIA PROYECTO, SEGÚN MODELO TETRAEDRAL

I. CONCEPTO

Proyectos: Unidad Curricular que consiste en un trabajo u otras actividades prácticas que permitan al participante desarrollar capacidades creadoras y lograr un aprendizaje útil que lo integre a su medio ambiente. El participante desarrollará los Proyectos bajo la asesoría de un facilitador tutor.

II. PRINCIPIOS ANDRAGÓICOS DE LOS PROYECTOS

1. Alta participación en el planeamiento, conducción y evaluación del currículo del proyecto.
2. Aprovechamiento de la experiencia y maduración del participante en el desarrollo del proyecto.
3. Auto-instrucción mediante actividades de aprendizaje, de observación, de investigación bibliográfica y documental.
4. Auto-realización mediante la modificación de aptitudes referidas a las capacidades deductivo-inductivas, crítico-creativas, análisis-síntesis, etc.

III. OBJETIVOS DE LOS PROYECTOS

1. Implementar la filosofía de la Universidad, con una metodología de aprendizaje más práctica.
2. Incorporar a los participantes a la función Universitaria de la Investigación, al redescubrimiento hacia la praxis creativa.
3. Preparar a los participantes para el trabajo creativo y para el desempeño profesional
4. Desarrollar en los participantes la capacidad de:
 - a) Observación
 - b) Análisis
 - c) Síntesis
 - d) Evaluación
 - e) Consulta bibliográfica y documental
 - f) Crítica
 - g) Creativa
 - h) Investigativa
 - i) Deductiva
 - j) Inductiva

IV. PROCESO DE EVALUACION DE LA TECNICA DE PROYECTO.

La evaluación de la técnica de Proyecto deberá tomar en consideración por los menos las características siguientes: (dentro del informe general):

1. Planteamiento del problema
2. Objetivos del problema
3. Revisión bibliográfica
4. Consistencia del Marco Teórico general
5. Consistencia de los instrumentos aplicados
6. Consistencia del Marco Metodológico
7. Consistencia del análisis de los resultados a través de los instrumentos
8. Consistencia de los resultados y conclusiones
9. Homogeneidad del Proyecto como un todo
10. Interés, actitud cooperativa y creadora demostrada en los períodos de asesoría o tutoría.

La evaluación se hará con base en el mismo Proyecto y se complementará con las entrevistas que el facilitador le irá hacer al estudiante en la medida que vaya asesorando para la elaboración y ejecución del Proyecto. Esta evaluación podrá ser individual o grupal.

El tutor deberá programar al menos tres entrevistas con los participantes.