

Universidad Nacional de Asunción

Facultad de Ciencias Económicas

Dirección Académica



Programa de Estudios

Noveno Semestre

Carrera de Administración

San Lorenzo, C.U. – Paraguay

Índice

Teoría de la Tributación.....	3
Valores de la Profesión.....	13
Política de Negocios.....	17
Mercado de Capitales y Mercado de Dinero	22
Administración Pública.....	29

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Teoría de la Tributación

AREA: <u>Técnico Profesional</u>	
SUBAREA: <u>Finanzas</u>	
CODIGO:	
CREDITOS: <u>8</u>	HORAS POR SEMANA : <u>4</u>
	SEMANAS POR SEMESTRE : <u>17</u>
	HORAS POR SEMESTRE : <u>68</u>

I. OBJETIVOS:

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

- ◆ El dominio de la Ciencias Tributaria.
- ◆ Comprender, aprehender e interpretar correctamente la Legislación Tributaria del País y de cualquier norma análoga vigente en el MERCOSUR o el universo.

II. CONTENIDO:

UNIDAD I

Derecho Financiero

1. Derecho Financiero. Concepto y contenido
2. Legislación Financiera. Concepto y Contenido
3. Derecho Fiscal y Legislación Fiscal. Concepto y contenido
4. Derecho Tributario y Legislación Tributaria. Concepto y contenido.
5. Ramas del Derecho Tributario: Derecho Tributario Constitucional. Derecho Tributario Administrativo. Derecho Tributario Procesal. Derecho Tributario Penal y Procesal Penal.
6. Teoría de la norma jurídica

7. La técnica jurídica aplicada al Derecho Tributario.
8. Elementos básicos de la Ley Tributaria conforme a la Técnica Jurídica
9. Legislación y Codificación Tributarias.

UNIDAD II

Relación Jurídica Tributaria

1. Relación Jurídica Tributaria. Concepto y naturaleza. Elementos
2. Relación Jurídica Tributaria y Obligación Tributaria.
3. Elementos de la Obligación Tributaria: Hecho Generador, Sujetos, Objeto, Causa y Fuente.
4. El Hecho Generador de la Obligación Tributaria: Aspectos material, personal, espacial, temporal y cuantitativo.
5. Otras denominaciones del Hecho Generador de la obligación tributaria.
6. Hecho Imponible Objetivo y Subjetivo.
7. Hecho Imponible simple o complejo.
8. El Hecho Imponible Internacional
9. Unidades de medición del Hecho Imponible

UNIDAD III

Recursos Derivados del Estado

1. El Tributo. Concepto. Su significado económico y jurídico
2. Clasificación de los Tributos: Impuestos, Tasas y Contribuciones.
3. Caracterización jurídica de cada uno de ellos.
4. Impuestos directos e indirectos
5. Impuestos personales o subjetivos e impuestos objetivos o reales
6. Tasas y precio público. Conceptos y diferencias.
7. Contribuciones de mejoras y de seguridad social.
8. Breve examen de la parafiscalidad
9. Tasas Municipales y Constitución Nacional

UNIDAD IV

Elementos de la Obligación Tributaria

1. Hecho Imponible
2. Sujetos: 1) Activos. 2) Pasivos: Contribuyentes, Responsables. Concepto y diferencias
3. Responsables con responsabilidad solidaria, objetiva y sustitutiva.
4. Objeto de la Obligación.
5. Obligaciones formales y accesorias
6. Concepto y diferencia con las obligaciones substanciales.
7. Enumeración de las obligaciones formales en nuestro Derecho Tributario positivo.
8. La causa en el Derecho Tributario: a) en los beneficios recibidos del Estado; b) como póliza de seguro; c) en las disposiciones legales; d) como nexo que configura la capacidad contributiva.
9. La fuente de la Obligación Tributaria: Leyes, decretos leyes, decretos, ordenanzas y demás normas reglamentarias.
10. Los tratados internacionales. Los usos y costumbres.

UNIDAD V

Principios Constitucionales y Doctrinales Relativos a la Posición

1. Legalidad, igualdad, proporcionalidad, generalidad, reserva de ley, capacidad contributiva, equidad, certeza, comodidad, economía, transparencia, seguridad, deber de orientación adecuada al contribuyente.
2. El estatuto del contribuyente.
3. La indisponibilidad del Estado sobre los recursos municipales: normativa constitucional y de la Ley Orgánica Municipal.
4. Normas Constitucionales sobre incentivos tributarios.

UNIDAD VI

Poder y Competencia Tributaria

1. Poder Tributario. Concepto.
2. Competencia Tributaria. Concepto
3. Diferencia entre Poder Tributo y la Competencia
4. Competencia Tributaria Municipal y otros Órganos.

La Interpretación de la Ley en el Derecho Tributario

1. Distintos criterios: a favor del fisco, en contra del fisco, y la posición ecléctica. Solución recogida por el art. 248 de la Ley 125/92.
2. El criterio de la realidad económica. Concepto y solución recogida por el art. 247 de la Ley 125/92.
3. La analogía y la integración de la Ley. Con conceptos y soluciones recogida por la Ley 125/92.
4. Interpretación gramatical, histórica, legislativa, jurisprudencia y doctrinal.
5. Remisión de la Ley Tributaria a otras normas del Derecho, a la ciencia y la técnica.

UNIDAD VII

La Determinación del Tributo

1. La determinación del Tributo. Concepto y Función
2. Naturaleza jurídica: efecto declarativo o constitutivo.
3. Entre obligación tributaria y determinación tributaria, cual es anterior?
4. Otras expresiones sinónimas. La obligación y el crédito.
5. La determinación Tributaria como proceso obligatorio y vinculante.
6. La determinación Tributaria y su reverificación. Condiciones (art. 209 y 216 Ley 125/92)
7. Determinación de hechos Imponibles simples y complejos.
8. Géneros de la determinación.

9. Formas: directa, legal, por presunciones y la auto determinación.
10. Las formas de determinación recogida por el art. 211 de la Ley 125/92. Conceptos.
11. Condiciones del acto determinación
12. Notificación
13. Controversia en sede administrativa y judicial: previsiones al respecto en la Ley 125/92, el Código Aduanero Paraguayo, Código Aduanero del MERCOSUR, la Ley 109/91 y en las cartas orgánicas de las entidades autárquicas y autónomas, y en la Ley 1462/35, 8723/41 y 6623/44. Plazo dentro del cual debe ser practicado.

UNIDAD VIII

Reglas Jurídicas Especiales del Derecho Tributario

1. Privilegios concursales. Concepto
2. División: especiales y generales.
3. Extensión. Conflicto entre privilegios.
4. Garantías: disposiciones legales.
5. Mora: disposiciones especiales, sanción.
6. Solidaridad: tratamiento legal
7. Repetición de pago: fundamento y normas vigentes.

UNIDAD IX

Modos de Extinción de las Obligaciones

1. El pago. La novación
2. La remisión o condonación: condiciones exigidas por la Ley
3. La confusión. La compensación
4. Tratamiento de los anticipos.
5. La Prescripción liberatoria. Concepto
6. Plazos en materia aduanera, Ley 125/92 y Tributos municipales.

UNIDAD X

Derecho Penal Fiscal

1. Delito financiero y delito fiscal.
2. Pena Civil. Sanción Penal.
3. Situación de las personas jurídicas. Concepto
4. Tratamiento en el Libro V de la Ley 125/92
5. Conversión de las penas
6. La tentativa. Concepto
7. Tratamiento aduanero.
8. Causales de agravación y atenuación de las penas, según el libro V de la Ley 125/92.
9. Las presunciones de la intención de defraudar y los hechos constitutivos del delito de defraudación en la Ley 125/92.
10. La reincidencia y la reiteración, según la Ley 125/92.
11. El fraude presumido por la Ley. Defraudación o infracción.
12. Diferencias. Causas de extinción de las penas.
13. El problema de la autonomía del Derecho Penal Fiscal.
14. Culpa objetiva y subjetiva: tratamiento legal y constitucional.
15. Imputabilidad y responsabilidad penal.

UNIDAD XI

Derecho Penal Fiscal

1. Las infracciones y sanciones en la Ley 125/92.
2. Las faltas e infracciones en el Derecho Aduanero (Código Aduanero y Código Aduanero del Mercosur): Tratamiento normativo.
3. La diferencia: caracterización y sanciones.
4. La defraudación: características y sanciones.
5. El contrabando: caracterización y sanciones.
6. La doble jurisdicción
7. Sanciones especiales. Las infracciones y sanciones en el régimen tributario municipal.

8. Plazos de prescripción liberatoria de las penas en dichos regímenes legales.
9. Momento del inicio del cómputo del plazo.
10. Comiso, requisa y confiscación. Concepto y diferencias.

UNIDAD XII

Exenciones Tributarias

1. Consideraciones generales. Concepto. Expresiones Afines.
2. Exenciones objetivas y subjetivas.
3. Exenciones fiscales y extrafiscales
4. Fundamento Constitucional de las franquicias tributarias.
5. La exención y su vinculación con la relación jurídica tributaria
6. Incidencia, no incidencia, exención e inmunidad fiscal: Conceptos y diferencias.
7. Exención y amnistía fiscal. Concepto y diferencias.
8. Efectos de las exenciones en el tiempo y en el espacio
9. Transmisibilidad de las exenciones.
10. Revocabilidad de las exenciones.

UNIDAD XIII

Derecho Tributario Internacional

1. Derecho Tributario Internacional. Concepto
2. Doble Imposición Internacional. Concepto
3. Formulas y criterios para evitar la doble imposición internacional.
4. El criterio de la fuente y su relación con la doble imposición en América Latina.
5. La Constitución Nacional de 1.992 y la doble imposición.
6. La doble imposición y los Tratados Internacionales de integración económica.
7. CODIGOS FISCALES: el ordenamiento tributario alemán.
8. La Codificación en los países de América Latina.
9. La Codificación en el Paraguay.

10. Congresos Internacionales sobre Derecho Tributario.
11. Los tratados de ALADI, MERCOSUR, NAFTA y UNIÓN EUROPEA. Objetivos

UNIDAD XIV

Sistemas, Institutos y Principios del Derecho Tributario

1. El Sistema Tributario Nacional: a) Sistema Tributario del Gobierno nacional; b) Sistema Tributario Municipal.
2. Institutos del Derecho Tributario: 1) La Relación Jurídica Tributaria; 2) La obligación Tributaria y sus elementos; 3) La Determinación Tributaria; 4) La consulta vinculante y no vinculante; 5) Las medidas precautorias; 6) Los anticipos; 7) Los certificados de no Adeudar Tributos; 8) El secreto profesional; 9) La responsabilidad en el Derecho Tributario.
3. Normativa en la Ley 125/92.
4. Los Principios del Derecho Tributario: 1) Legalidad; 2) Generalidad; Proporcionalidad; 3) Economía; 4) Certeza; 5) Capacidad contributiva; 6) No confiscación; 7) Irretroactividad de la Ley; 8) Prohibición de fianzas y multas desmedidas; y otros.

III. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Prof. Dr. Carlos A. Mersán: Derecho Tributario
- ❖ Dr. Manuel Peña Villamil: Derecho Tributario (última edición)
- ❖ Dino Jarach: Curso superior de Derecho Tributario
- ❖ Gerardo Atalibia: Hipótesis legal de Incidencia Fiscal. Edic. Fundación Cultura Universitaria, Montevideo, Uruguay, 1977
- ❖ Amilcar de Araujo: El hecho generador de la Obligación Tributaria. Edic. Depalma, Bs. As., Argentina, 1964.

- ❖ Héctor Villegas: Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario. Edic. Depalma, Bs. As., Argentina
- ❖ José María Martín: Derecho Tributario General y Procesal. Edic. Depalma, Bs. As., Argentina.
- ❖ Horacio D. Diaz Sieiro: Procedimiento Tributario. Edic. Macchi, 1994, Bs. As., Argentina
- ❖ Giuliani Fonrouge: Procedimiento Tributario. Edic. Depalma, 1994
- ❖ Juan Vicente Talavera: Garantías Constitucionales de los contribuyentes. Edic. El constitucionalista, 1994, Asunción, Paraguay
- ❖ Fritz Neumar: Principios de la Imposición. Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, España, 1994

Legislación

- ❖ Código Aduanero
- ❖ Código Aduanero del MERCOSUR
- ❖ Ley 125/92
- ❖ Ley 1294/87, Orgánica Municipal
- ❖ Ley de Tarifa y Arancel de Aduanas
- ❖ Tratado de MERCOSUR
- ❖ Leyes N° 881/81; 620/76 y 135/92 de Tributos Municipales
- ❖ Constitución Nacional
- ❖ Disposiciones reglamentarias de la Ley 125/92
- ❖ Código Aduanero comentado por Expedido Rojas Benítez, Editorial El Foro.

IV. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ✧ Conferencias didácticas
- ✧ Lectura Comentada
- ✧ Trabajo de Investigación por parte de los alumnos
- ✧ Apoyo audiovisuales
- ✧ Dinámica de Grupo

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Valores de la Profesión

AREA: General Humanista
SUBAREA: Desarrollo Humano
CODIGO:
CREDITOS: 10

HORAS POR SEMANA : 5
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 85

I. OBJETIVO GENERAL:

- ◆ Crear en el estudiante conciencia acerca de los principios morales, valores éticos y de conducta de la profesión, como elementos generadores de una actitud altamente profesional entorno a su actuación y desempeño como miembro de una organización y como individuo ante la sociedad, considerando los preceptos que relacionan la Ética como Filosofía Moral y la Conducta Social.

II. OBJETIVO ESPECÍFICO:

- ◆ El estudiante al término del curso comprenderá la importancia que tiene en la actualidad la ética profesional y la ética en los negocios, por la relación que existe entre la conducta social del individuo y la Filosofía Moral. Se entenderá claramente también la responsabilidad social de las empresas de negocios.

III. CONTENIDO:

UNIDAD I

Filosofía y Ética

Objetivo: Comprender el origen del conocimiento filosófico, las diferencias entre filosofía y ciencia e identificar a la Ética como parte de la Filosofía práctica entendiendo su objeto de estudio y relación con las otras actividades humanas.

1. ¿Qué es la Filosofía?
2. La Filosofía Moral en la historia
3. La Ética
4. La Conciencia

UNIDAD II

Hombre, Ley y Profesión

Objetivo: Se entenderá la forma del conocimiento humano y las facultades superiores del hombre, se identificarán las diferentes normas que rigen el actuar del hombre; se entenderá la acción de la autoridad y se valorará el significado del trabajo profesional.

1. ¿Qué es el hombre?
2. El problema de la libertad
3. El trabajo humano
4. La profesión

UNIDAD III

Las Organizaciones

Objetivo: Se entenderán los principios de la Ética en las organizaciones y el valor que representa la responsabilidad y el compromiso social de toda empresa para el bien común.

Se establecerá el significado de las relaciones interpersonales para lograr una cultura organizacional sustentada en valores morales y espirituales, y se comprenderá la necesidad de una ética hacia el entorno y la naturaleza.

1. ¿Qué son las organizaciones?.
2. Responsabilidad social.
3. Ética de los negocios.
4. Relaciones humanas y comunicación.

UNIDAD IV

Códigos de Ética

Objetivo: Se analizarán los principales códigos de comportamiento profesional dentro de las áreas de administración de empresas

1. Hipócrates.
2. Qué son los códigos éticos de las empresas.
3. Código ético de los Licenciados en Administración.
4. Código ético de los Contadores Públicos.
5. Código ético en la Mercadotecnia.
6. Código ético de la Industria.

UNIDAD V

Responsabilidad Social y Ética

Objetivo: Se estudiará e identificarán los principios de ética profesional y de negocio y la responsabilidad social en el entorno de la administración moderna.

1. Responsabilidad Social y Ética.
2. Ética y Responsabilidad, hoy día.
3. Responsabilidad Social, un concepto cambiante.
4. El cambio hacia lo ético.
5. Instrumentos de la ética.

6. Desafío del relativismo.
7. La administración en el nuevo milenio, y después.
8. Calidad y ética.

IV. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ El Principio de Nicolás Maquiavelo (Cualquier edición)
- ❖ Ética Profesional para Turismo de Manuel Gurría Di Bella. UDLA, 1996
- ❖ Historia de las Doctrinas Filosóficas, de Raúl Gutierrez Sáenz. Editorial Esfinge, 1994.
- ❖ Administración, de J. Stoner, R. Freedman, D. Gilbert. Editorial Prentice Hall, 6ta. Edición 1996.
- ❖ Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva, de Etephen R. Covey. Editorial PIDOS, 1996

V. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ❖ Exposiciones de grupos e individuales.
- ❖ Trabajo de investigación.
- ❖ Estudio de casos prácticos.
- ❖ Elaboración de trabajos.
- ❖ Evaluaciones parciales.
- ❖ Evaluaciones finales.

Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración

Política de Negocios

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Mercadotecnia
CODIGO:
CREDITOS: 8

HORAS POR SEMANA : 4
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 68

I. OBJETIVOS:

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

- ◆ Determinar las funciones del mercado.
- ◆ Identificar las estructuras del negocio.
- ◆ Conocer los tipos de productos.
- ◆ Distinguir los tipos de puentes.
- ◆ Determinar los tipos de productos y marcas.
- ◆ Diseñar modelos de negocios.

II. CONTENIDO:

UNIDAD I

Mercados

1. Definición mercado negocio, Segmentación Tradicional, Vinculo consumidor – producto, Modelo de segmentación vincular.
5. Segmentación simbólica.
6. Conclusión.

UNIDAD II

Negocio

1. Productos.
2. Estrategia simbólica.
3. Diferenciación competitiva.
4. Fronteras del negocio.
5. Tablero estratégico.
6. Estructura de poder de negocio.
7. Estructura lógica del negocio.
8. Conclusión.

UNIDAD III

La Dinámica de los Negocios

1. La estructura de la competencia.
2. Las tres dimensiones mercado-producto.
3. El éxito del producto económico.
4. Estrategias de Pinzas entre Producto Físico (PF) y Producto Imaginario (PI).
5. El fracaso de las estrategias globales.
6. El éxito de las Estrategias Globales.
7. El éxito del Producto Funcional.
8. El poder de los tres productos: Producto Físico (PF), Producto Imaginario (PI), Producto Económico (Pe).

UNIDAD IV

La Misión

1. La misión como servicio.
2. La construcción del negocio.
3. Ciclo de vida del producto.
4. Ciclo de vida de la marca.
5. Modelo para medir el ciclo del negocio.

6. Ciclo competitivo y ciclo financiero.
7. El portafolio óptimo.
8. Un ejemplo de política de portafolio.

UNIDAD V

La diferenciación

1. Un monopolio para competir.
2. El posicionamiento como estructura de espacios.
3. La construcción del posicionamiento.
4. Puentes naturales y Puentes artificiales.
5. Caminos para posicionar.
6. Formula para liderar.

UNIDAD VI

Política de productos

1. El producto como instrumento.
2. Dos grandes clases de servicios.
3. El servicio que da los motores.
4. El servicio que dan las golosinas.
5. El servicio que dan los fondos comunes de inversión.
6. El servicio que dan las gaseosas.
7. Calidad que dan las gaseosas.
8. La calidad como producto imaginario.
9. Las señales de calidad.
10. La medida de la calidad.

UNIDAD VII

Política de marcas

1. El producto marcado.
2. Estrategias de marcas.
3. El nombre de marca.

4. Modelo del nombre de marca.
5. Marcas Corporativas – Marcas institucionales.
6. Como medir el valor de las marcas.
7. Limite de extensión y retención de marcas.

UNIDAD VIII

Política de comunicaciones

1. El poder de la imagen.
2. El producto comunicacional.
3. La construcción de escenarios comunicacionales.
4. La identidad corporativa.
5. La comunicación informal.
6. Opiniones o rumores.
7. La mecánica del rumor.
8. La eficacia del rumor.

UNIDAD IX

Política de precios

1. Cómo juega el precio.
2. La compra por precio.
3. El mercado de beneficios.
4. El mercado de prestigio.
5. La rentabilidad del consumidor.
6. El precio del producto imaginario (Pi).
7. El precio de fábrica.
8. La política de precios.
9. Hacia una concepción más amplia del precio.

III. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Wilensky, Alberto L. – Política de Negocios en Mercados Competitivos. Editorial Tesis.
- ❖ Wilensky, Alberto L – Marketing Estratégico. Editorial Tesis.

IV. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ✧ Conferencias didácticas
- ✧ Lectura Comentada
- ✧ Trabajo de Investigación por parte de los alumnos
- ✧ Apoyo audiovisuales
- ✧ Dinámica de Grupo

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Mercado de Capitales y Mercado de Dinero

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Finanzas
CODIGO:
CREDITOS: 12

HORAS POR SEMANA : 6
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 102

II. PERFIL DE ENTRADA:

- ◆ Los estudiantes de esta asignatura deben contar con nociones básicas de contabilidad y de análisis de estados financieros de empresas en marcha.
- ◆ Asimismo, se requiere que los participantes del curso hayan recibido clases de finanzas básicas, especialmente relacionadas con el manejo de tesorería y el financiamiento de empresas.
- ◆ El desarrollo de ciertos contenidos exigirá que los alumnos hagan uso de las teorías, los conceptos y las herramientas cuantitativas estudiadas en los cursos previos de matemáticas para administradores.

III. FUNDAMENTACIÓN:

En este curso se estudian el funcionamiento del mercado de capitales. Las reglas y usos que lo rigen y los principales agentes económicos que convergen en este mercado. El administrador de negocios, ya sea que ejerza la profesión como asesor independiente de inversión y/o de financiamiento de empresas, o como miembro dependiente de una organización y directo tomador de dichas decisiones, o involucrado en las

tareas de supervisión y regulación del mercado de capitales, debe conocer con suficiencia todos los elementos que afectan el desarrollo de este mercado y prever el impacto de cambios en las economías nacional e internacional, de las nuevas tendencias en los negocios y de los nuevos instrumentos financieros que vayan surgiendo en consecuencia.

III. OBJETIVOS:

Al término de la asignatura los alumnos deberán:

- ◆ Conocer el funcionamiento del mercado de capitales.
- ◆ Adquirir destrezas en la interpretación y manejo de las herramientas de valorización de instrumentos del mercado de capitales.
- ◆ Reconocer los factores que entran en juego en la toma de decisiones de inversión y financiamiento en el mercado de capitales.
- ◆ Apreciar la importancia de un mercado de capitales desarrollado como medio para incrementar la rentabilidad y el beneficio social.

IV. CONTENIDO:

ETICA PROFESIONAL

UNIDAD I

Introducción

1. Activos financieros: deuda contra obligaciones en acciones, precio y riesgo de un activo financiero, activos financieros contra activos tangibles, función de los activos financieros.
2. Mercados financieros: justificación de los mercados financieros, función de los mercados financieros, clasificación de los mercados financieros, participantes del mercado, clasificación de los mercados financieros globales, motivación para el uso del mercado extranjero y del mercado europeo.
3. Mercados derivados: tipos de instrumentos derivados, función de los instrumentos derivados

UNIDAD II

Intermediarios financieros e innovaciones financieras

1. Instituciones financieras.
2. Función de los intermediarios financieros: intermediación del vencimiento, reducción del riesgo por medio de la diversificación, reducción de costos por el proceso de contratación y el proceso informativo, mecanismo de pagos.
3. Innovaciones financieras: clasificación de las innovaciones financieras, motivación para las innovaciones financieras.

UNIDAD III

Propiedades y fijación de precios de los activos financieros

1. Propiedades de los activos financieros: monetización, divisibilidad y denominación, reversibilidad, flujo de efectivo, período de vencimiento, convertibilidad, divisas, liquidez, proyección de rendimientos, complejidad, estatus fiscal.
2. Principios de la fijación del precio de activos financieros: la tasa de descuento adecuada, ilustración, propiedades de los precios y los activos.
3. Volatilidad de precios de los activos financieros: efectos de cambios en las propiedades de los activos.

UNIDAD IV

Modelos de riesgo-rendimiento y como se fijan los precios de los activos

1. Teoría de la cartera: rendimiento de inversión, riesgo de la cartera, diversificación, riesgo de los valores individuales, como se llevan a cabo las proyecciones beta.
2. Modelo de valuación de los activos de capital: supuestos subyacentes, prueba del modelo de valuación de activos de capital.

UNIDAD V

Organización y estructura de mercados – delineamiento general

1. Wall Street: introducción y definición del termino, historia, el mercado primario y el secundario, como funciona el sistema, quienes compran acciones, el futuro.
2. Paraguay: introducción y breve historia, marco regulatorio, como funciona el sistema, quienes compran acciones.
3. Como leer las páginas financieras: introducción, los promedios (Dow Jones, NASDAQ, PDV, etc.), las tablas de acciones, la actividad del mercado de acciones, la amplitud del mercado, reporte de utilidades, dividendo y divisiones de acciones, la venta por la modalidad “short”, interpretación de las noticias de empresas.

UNIDAD VI

Mercados primarios y suscripción de valores

1. Proceso tradicional para la emisión de nuevos valores.
2. Banca de inversión.
3. Reglamentación del mercado primario.
4. Variaciones en el proceso de suscripción: acuerdo de compra, proceso de subasta, oferta de derechos de prioridad.
5. Colocación privada de valores - Normas.

UNIDAD VII

Mercados secundarios

1. Función de los mercados secundarios.
2. Ligares en que se negocian acciones y valores.
3. Estructura de mercado.
4. Mercados perfectos.
5. Papel de los corredores y accionistas en mercados reales: en EE.UU, en Paraguay.
6. Eficiencia de mercado: eficiencia operacional, eficiencia de los precios.

UNIDAD VIII

Mercados de valores corporativos

1. Mercado de acciones comunes: características de las acciones comunes, lugares de comercio, casas de bolsa, mercado de mostrador, sistemas electrónicos independientes de comercio, mecánicas de comercio, venta al descubierto, transacciones marginales, costos de transacciones, papel de los corredores de la casa de bolsa y los mercados, sistema nacional de mercado, arreglos comerciales para los inversionistas institucionales, operaciones en bloque, operaciones programadas, indicadores del mercado de acciones, eficiencia de precios del mercado de acciones.
2. Mercado de deuda – instrumentos: riesgo crediticio y papel de las compañías valuadoras de riesgo, papel comercial, emisores de papel comercial, valores crediticios, papel en colocación directa contra el papel por medio de corredores, pagares a medio plazo, aceptaciones bancarias, préstamos bancarios – arrendamiento financiero, bonos corporativos, características básicas de la emisión de bonos corporativos, bonos con características especiales, índices de calidad, sectores altamente productivos, mercado secundario, mercado de bonos europeos, acciones preferentes, de tasa ajustable, de reventa y subasta, bancarrota y derecho de los acreedores.

UNIDAD IX

Mercados para las deudas gubernamentales

1. Valores del Tesoro: tipos de valores del tesoro, mercado primario y secundario, bonos del tesoro separados, otros valores del gobierno o sus agencias.
2. Mercados de valores municipales: tipos y características de los valores municipales, bonos de obligación general, bonos de ingresos, notas municipales, características del rescate, mercado primario y secundario.

UNIDAD X

Mercados de instrumentos derivados

1. Mercado de futuros financieros: contratos de futuros, liquidación de una posición, papel de la cámara de compensación, requerimientos de márgenes, aspectos de apalancamiento de los futuros, estructura de mercado, límites diarios de precios, papel de los futuros en los mercados financieros.
2. Mercado de opciones: contratos de opciones, diferencias entre los contratos de opciones y de futuros, riesgos y características de las opciones. Compra – venta de opciones de compra. Compra – venta de opciones de venta. El valor del dinero en el tiempo, papel económico de los mercados de opciones.
3. Mercado de swaps (permuta financiera) de tasas de interés y contratos sobre tasas de interés.
4. Mercado para los instrumentos de control de riesgo de los tipos de cambio.

V. METODOLOGÍA

Preferentemente se seguirá una metodología operativa y participativa, en la que el profesor combinará todas las técnicas disponibles para el logro de los objetivos educacionales establecidos en este programa, aquellos instruccionales de cada unidad y los operativos de cada clase. No obstante, cuando la situación así lo requiera el profesor deberá dar parte de su clase mediante la exposición didáctica.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Texto Base

- ❖ Mercados e Instituciones Financieras – Frank Fabozzi – Franco Modigliani – Michael Ferri.

Texto Sugerido

- ❖ Como entender a Wall Street – Jeffrey Little.
- ❖ Como invertir en la bolsa – Julio Sobremazas.
- ❖ Commodities, Mercados Financieros sobre Materias Primas – Luís Costa Ran.
- ❖ Los Mercados de Futuros y Opciones, Estrategias para ganar – Samer Soufi.
- ❖ Activos y los Mercados Financieros, Las acciones – Juan Pérez – José Cachon.
- ❖ Instruments of the Money Market – FED. OF N. Y.
- ❖ The Financial Marketplace – Kerry Cooper – Donald Fraser.
- ❖ The New Stock Market – Diana Harrington – Fran Fabozzi – Russel Fogler
- ❖ Legislación Paraguaya pertinente.

VII. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ❖ Conferencias didácticas
- ❖ Lectura Comentada
- ❖ Trabajo de investigación por parte de los alumnos
- ❖ Apoyo audiovisuales
- ❖ Dinámica de Grupo

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Administración Pública

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Organización
CODIGO:
CREDITOS: 12

HORAS POR SEMANA : 6
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 102

I. OBJETIVOS:

- ◆ Conocer la organización del Estado en Paraguay, su marco institucional y la del Sector Público.
- ◆ Comprender la Función Pública, sus principios, programas, recursos y tecnologías de gestión.
- ◆ Comprender los procesos de Reforma del Estado y sus implicancias en los ámbitos político, económico y social

II. CONTENIDO:

UNIDAD I

Estado y Sociedad

1. La relación Estado-Sociedad en su dinámica contemporánea
2. Canales de comunicación e información en las relaciones recíprocas
3. Análisis de responsabilidades de los distintos actores sociales, agentes económicos y partidos políticos
4. Las nuevas fronteras y desafíos en la relación Estado-Sociedad
5. Modalidades de intervención del Estado

UNIDAD II

Políticas Públicas

1. Función de las Políticas Públicas en la Administración del Estado
2. La formulación de Políticas Públicas: ámbitos, jurisdicciones, actores, situaciones
3. Las Políticas Públicas como instrumento para el desarrollo y el logro del bienestar
4. Análisis de experiencias en América Latina

UNIDAD III

Recursos del Estado y Gestión Pública

1. La gestión de los recursos humanos y de los recursos financieros
2. Las finanzas públicas y el presupuesto nacional
3. La administración de bienes y servicios del Estado
4. La dimensión tecnológica en la administración pública
5. Las técnicas de gestión en la gerencia pública
6. El control de la gestión

UNIDAD IV

La Reforma Administrativa

1. Desarrollo social y Reforma del Estado
2. Estado moderno y competitividad país
3. La definición de Políticas Públicas para la competitividad país
4. Innovaciones y nuevos modelos de gestión pública
5. Gobernabilidad, cambios políticos y sociales
6. La dimensión ética en el servicio público

IV. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Moreno Rufinelli, José A. “Nuevas Instituciones de la Sociedad Civil en Paraguay, BASE/ECTA-CDE”. Asunción, 1999
- ❖ Borda, Dionisio y Masi, Fernando (editores). “Oportunidades y Desafíos de la Reforma del Estado” (Homenaje a Emilio Fadlala), CADEP, Asunción, 1999
- ❖ Duarte-Giménez, Graciela. “Paraguay: El Futuro es Posible. Una propuesta de Diálogo para Construir la prosperidad”, Biblioteca Ultima Hora, Asunción, 1999
- ❖ Grondona, Mariano. “Hacia una Teoría del Desarrollo. Las Condiciones Culturales del Desarrollo Económico”. Ariel/Planeta, Buenos Aires, 1999
- ❖ Mateo Balmelli, Carlos. “El Desarrollo Institucional”, El Lector, Asunción, 1995
- ❖ Costa Filho, Alfredo; Kliksberg, Bernardo; y Martin, Juan (Compilares). “La Democracia frente al Reto del Estado Eficiente”, ILPES/CLAD/UBA/PNUD/GEL, Buenos Aires, 1988
- ❖ Cruz, Rafael de la (Coordinador). “Descentralización, Gobernabilidad, Democracia, Comisión Presidencia para la Reforma del Estado” (COPRE/(PNUD/Editorial Nueva Sociedad, Caracas (Venezuela), 1992, 1º Edición

V. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ❖ Exposiciones de grupos e individuales.
- ❖ Trabajo de investigación.
- ❖ Estudio de casos prácticos.
- ❖ Elaboración de trabajos.
- ❖ Evaluaciones parciales.
- ❖ Evaluaciones finales.