

Universidad Nacional de Asunción

Facultad de Ciencias Económicas

Dirección Académica



Programa de Estudios

Cuarto Semestre

Carrera de Contaduría Pública

San Lorenzo, C.U. – Paraguay

Índice

Organización, Sistemas y Métodos I.....	3
Mercadotecnia.....	11
Inglés II.....	19
Informática.....	24
Dirección de Recursos Humanos.....	29
Gabinete II.....	33

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Contabilidad

Organización, Sistemas y Métodos I

ÁREA : Técnico Profesional
SUB ÁREA : Organización y Adm.
CÓDIGO : 2.06.21
CRÉDITOS : 8

HORAS POR SEMANA : 6
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
ORAS POR SEMESTRE : 68

I. OBJETIVOS

- ❖ Contribuir a la formación de una filosofía de organización y gestión empresarial, mediante la aplicación de marcos conceptuales sólidos, de teorías y técnicas válida en nuestro medio
- ❖ Desarrollar conceptos y prácticas de organización, sistemas y procesos empresariales, de forma actualizada, según la demanda de las modernas organizaciones
- ❖ Desarrollar en el estudiante los conocimientos y las habilidades para optimizar la administración de los recursos en las organizaciones.
- ❖ Impulsar la preocupación por el entorno en donde las organizaciones desarrollan sus actividades, con el fin de detectar las oportunidades y amenazas e identificar las alternativas que puedan ser aprovechadas por las empresas.
- ❖ Lograr la adecuación de las tradicionales técnicas de Organización, Sistemas y procesos empresariales con los nuevos requerimientos derivados de la "gestión de datos" o tratamiento electrónico de la información, como una manera de optimizar el funcionamiento general de la estructura organizacional, los procesos empresariales y la gestión de RR.HH., buscando lograr en cada actividad profesional "la optimización de la eficiencia en la administración de los entes".

- ❖ En este capítulo se brindan las herramientas para detectar y solucionar falencias en las estructuras, de funciones, de procedimientos, de control interno, de asignación y utilización de recursos, mediante la aplicación de los conocimientos basados en cimientos teóricos sólidos, combinados con estudios de casos prácticos, permitiendo mantener a cada estructura como una organización eficiente, adecuada a sus requerimientos, con enfoque globalizante con estrategias que aseguren el cumplimiento de sus objetivos y al mismo tiempo le permita mantener su competitividad local con proyección internacional.

II. CONTENIDO

UNIDAD I

Técnicas de organización, sistemas y métodos

Introducción.

Teoría de Sistemas o enfoque de sistemas de la Administración.

Teoría de la Contingencia de la Administración,

Administración por Objetivos (A.P.O.) desarrollo organizacional.

Desarrollo Organizacional (D.O.)

Administración del Tiempo.

Organización y Conducción de Reuniones.

Técnicas de Decisión.

Cultura Organizacional.

Aspectos Psicosociales de las Organizaciones.

Inteligencia Emocional (I.E.).

El capital intelectual.

Teoría de las relaciones humanas.

Gestión de calidad Total (Total Quality Management.) (Casos Prácticos).

- Normas de Calidad
- Los Círculos de Calidad
- Las cinco "S" de la Calidad

Sistema Justo a Tiempo (Just in Time).

Reingeniería de Procesos (Casos Prácticos).

UNIDAD II

Diagnóstico empresarial

Introducción.

Concepto y objetivos del diagnóstico.

Metodología para realizar el diagnóstico (casos Prácticos).

- Análisis del entorno
- Análisis de FODA
- Descripción de problemas
- Diagrama de causas efectos del problema o "árbol de problemas"
- Descripción del diagrama de causas - efectos o " árbol de problemas"

Análisis y Solución de problemas (casos prácticos).

- Análisis de problemas
- Recursos, actividad y resultado
- Solución de problemas
- Diagrama de soluciones o "árbol de objetivos"
- Descripción del diagrama de soluciones "árbol de objetivos"

Diagrama de causas - efectos de Ishikawa o de Esqueleto de Pescado (casos prácticos). Diseño del diagrama de Ishikawa o de Esqueleto de Pescado

UNIDAD III

Planificación

Introducción

Niveles y Características de la planificación

Fases o etapas del proceso de planificación (casos prácticos)

- ❖ Visión
- ❖ Misión
- ❖ Filosofía
- ❖ Objetivos
- ❖ Política

- ❖ Planeamiento estratégico
- ❖ Planeamiento táctico
- ❖ Planeamiento operacional
- ❖ Programa
- ❖ Normas o reglas

Importancia de la Planificación

- ❖ Planeamiento estratégico
- ❖ Planeamiento táctico
- ❖ Planeamiento operacional
- ❖ Programa
- ❖ Normas o reglas

Importancia de la Planificación

UNIDAD IV

Organización

Concepto.

Organización virtual.

Calidad de la organización.

Organización formal e informal.

Centralización y descentralización.

- Centralización
- Descentralización

Aspectos básicos a ser considerados para realizar una descentralización administrativa.

Grados de descentralización.

Delegación de autoridad y responsabilidad.

- Significados de la autoridad y responsabilidad
- Delegación de la autoridad y responsabilidad
- Aspectos que no se pueden delegar

UNIDAD V

Estructura de organización

Significado de la estructura organizacional.

Importancia de la estructura organizacional.

Algunas situaciones comunes en el país (Casos Prácticos).

La división del trabajo.

Principales sectores o áreas de actividad de una empresa (Casos Prácticos).

Variables estratégicas a considerar para el diseño e implementación de estructuras organizacionales.

Niveles jerárquicos utilizados en las estructuras organizacionales.

Tipos de estructuras de organización. (Cosas Prácticas).

- Estructura lineal, vertical o militar
- Estructura funcional
- Estructura de línea y staff
- Estructura matricial o por proyectos

Relaciones de organización.

Departmentalización.

Concepto

Tipos o criterios de departmentalización (CASOS PRÁCTICOS)

- Departmentalización por función o funcional
- Departmentalización por productos o servicios
- Departmentalización por proceso o equipos
- Departmentalización por clientes o clientelas
- Departmentalización por región o zona geográfica

UNIDAD VI

Organogramas u organigramas

Concepto.

Pautas para el diseño de los organogramas u organigramas.

Tipos de organogramas u organigramas (Casos Prácticos).

- De acuerdo a su diseño
 - Organograma vertical o piramidal
 - Organograma horizontal
 - Organograma concéntrico o circular

- De acuerdo a su contenido. (Casos Prácticos)
 - Organograma estructural
 - Organograma de distribución de puestos
 - Organograma funcional o funcionograma o de distribución de funciones

Principales ventajas y desventajas de los organogramas u organigramas

UNIDAD VII

Objetivos de organización y procesos empresariales (o&m)

Antecedentes. ¿ Porqué organización y procesos empresariales?

Conceptos. Definiciones.

Importancia de los servicios de organización y procesos empresariales. (O&M).

Funciones generales de organización y procesos empresariales (O&M).

Estructura organizacional del órgano de organización y procesos empresariales. (O&M)

Posibilidades de ubicación del órgano de organización y proceso empresariales (O&M) en la estructura organizacional. (Casos Prácticos).

Creación de un órgano interno de organización y procesos empresariales (O&M) o contratación de consultoría externa.

¿Cómo se origina un trabajo de organización y procesos empresariales (O&M).

Cualidades requeridas para ser analista o consultor de organización y procesos empresariales (O&M).

Perfil del profesional de organización de procesos empresariales (O&M), actual futuro.

Algunos errores que deben evitarse.

UNIDAD VIII

Sistema de información gerencial (s.i.g) y trabajo en equipo.

Introducción.

El sistema de información Gerencial (S.I.G) en la organización.

Ventajas del Sistema de Información Gerencial (S.I.G)

Importancia del trabajo en equipo de los profesionales de organización y procesos empresariales (O&M). Informática y RR.HH.

- Respecto a la Informática
- Respecto a RR.HH
- El trabajo en equipo interdisciplinario: un método eficaz para la organización y gestión empresarial
- Beneficios del trabajo en equipo de los profesionales de organización y procesos empresariales (O&M), Informática y RR.HH.
- Desafíos del presente y del futuro

BIBLIOGRAFÍA

Básicas

- FLOR ROMERO, MARTÍN. 4ta. Edición. "Organización, Sistemas y Métodos"
- ALBERTO LARDENT, MANUEL A. GÓMEZ ECHARREN, ALBERTO LORO. Editorial Club de Estudios. Bs. As. "Técnicas de Organización, Sistemas y Métodos"

Complementaria

- R. G. ANDERSON. "Organización y Métodos"
- WALTER LERNER. Editora Altas S.A. Sao Paulo. "Organización, Sistemas & Métodos"

- LUIS CESAR G. DE ARAUJO. Editorial Altas S.A. sao Paulo "Organizacao e Métodos"
- HARRY MILLER Editora da fundacao Getulio Vargas FGV Instituto de Documentacao. Ríó de Janeiro. "Organizacao e Métodos"

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 Contabilidad

Mercadotecnia

ÁREA	: General Humanista	HORAS POR SEMANA	: 6
SUB ÁREA	: Formación General	EMANAS POR SEMESTRE	: 17
CÓDIGO	: 1.01.18	HORAS POR SEMESTRE	: 68
CRÉDITOS	: 8		

I. OBJETIVOS

- ❖ Explicar la importancia de la mercadotecnia para una empresa y su relación con las demás funciones de la misma.
- ❖ Distinguir los elementos del micro y macro ambiente de la empresa.
- ❖ Determinar la importancia y el proceso de generación de la información del mercado para la mercadotecnia.
- ❖ Describir el comportamiento de los consumidores y de las empresas en el proceso de compra.
- ❖ Definir el mercado meta en función a los elementos de la mercadotecnia operativa.
- ❖ Diseñar un producto nuevo o mejorar el existente, considerando los criterios de decisiones de marco teórico.
- ❖ Determinar el precio de un producto conforme a los factores que deben considerarse en la fijación de los mismos.

- ❖ Seleccionar el canal de distribución adecuado para un producto de acuerdo a los criterios de decisión que deben considerarse.
- ❖ Elegir la mezcla promocional adecuada a un producto conforme a los factores que deben considerarse.
- ❖ Seleccionar una forma de ingreso al mercado internacional conforme a los criterios que deben considerarse.

II. CONTENIDO

UNIDAD I

Mercadotecnia. generalidades

1. Concepto de mercadotecnia.
2. La administración de la mercadotecnia.
3. Filosofías de la administración de mercadotecnia.
4. Los objetivos de la mercadotecnia.
 - Satisfacción de los clientes
 - Conservación de los clientes
 - La rentabilidad de los clientes
5. Ambiente de la mercadotecnia y las nuevas realidades
 - Micro ambiente: la empresa, los proveedores, los intermediarios comerciales, los clientes, la competencia, los públicos.
 - Macro ambiente: los entornos demográfico, económico, natural, tecnológico, político y cultural.
6. La planeación estratégica. Proceso.

UNIDAD II

Investigación de mercados y sistemas de información

1. El sistema de la información de mercadotecnia.
2. Determinación de la información que se necesitará.
3. Formas de generar la información: registros internos, servicios de inteligencia de mercadotecnia, investigación de mercados, análisis de la información.
4. Distribución de la información.

UNIDAD III

Mercados de consumo y proceso de decisión de los compradores.

1. Modelo de comportamiento de los consumidores
2. Características que afectan el comportamiento de los consumidores: Factores culturales, sociales, personales, psicológicos
3. Roles de los consumidores en las compras
4. Tipos de compartimiento en la decisión de compra
5. El proceso de decisión del comprador
6. El proceso de decisión del comprador ante productos nuevos

UNIDAD IV

Mercados de empresas y el comportamiento de las empresas compradoras

1. Los mercados de empresas
2. Comportamiento de la empresa compradora
3. Decisiones de compra de las empresas
 - Participantes en el proceso de compras de las empresas
 - Principales influencias en las empresas compradoras
 - Formas de decisiones de compra de las empresas compradoras
 - Los mercados institucionales y del gobierno

UNIDAD V

Selección del mercado meta

1. Determinación de cómo medir y pronosticar la demanda
 - Determinación de cómo definir el mercado
 - Medición de la demanda actual del mercado
 - Pronostico de la demanda futura: encuestas de las intenciones de los compradores, conjunto de opiniones de los vendedores, la opinión de expertos, método de las pruebas de mercado, análisis de series de tiempo
2. Segmentación de mercados
 - Formas de segmentar un mercado
 - Bases para segmentar los mercados de consumo
 - Segmentación de los mercados de las empresas
3. Selección del Mercado Meta
4. Posicionamiento en el mercado para una ventaja competitiva
 - Concepto de posicionamiento
 - Elección de una estrategia de posicionamiento
 - Análisis de la competencia: sus objetivos, estrategias y sus fuerzas

UNIDAD VI

El diseño de productos: productos, marcas, empaques y servicios

1. Concepto de producto
2. Clasificación de productos
3. Decisiones en cuanto a un solo producto
 - Decisiones en cuanto a los atributos del producto
 - Decisiones en cuanto a la marca, empaque, etiqueta
 - Decisiones en cuanto a los servicios de apoyo del producto
4. Decisiones en cuanto a la línea de productos
 - Decisiones de extender, ampliar, completar y modernizar la línea de productos

5. Decisiones sobre la mezcla de productos.
6. El diseño de productos nuevos: proceso de desarrollo
7. Ciclo de vida del producto

UNIDAD VII

Fijación de precios de los productos

1. Factores a considerar en la fijación de precios
 - Factores internos
 - Factores externos
2. Factores generales de la fijación de precios
 - Fijación de precios basada en el costo
 - Fijación basada en el comprador
 - Fijación basada en la competencia
3. Estrategias de precios para productos nuevos
4. Estrategias para ajustar precios
 - Fijación de precios por descuento y bonificaciones
 - Precios discriminatorios
 - Precios psicológicos
 - Precios promocionales
 - Precios de valor
 - Precios según regiones

UNIDAD VIII

Canales de distribución y distribución física

1. Naturaleza de los canales de distribución
2. Funciones de los canales de distribución
3. Numero de niveles de canal
4. Conducta y organización de los canales

5. Decisiones en cuanto a los diseños de los canales
 - Análisis de los servicios que necesitan los consumidores
 - Formas de identificar las alternativas más importantes
 - Formas de evaluar las principales alternativas
6. Decisiones sobre la administración de los canales: selección, motivación y evaluación.
7. Decisiones sobre la distribución física: El objetivo, el procesamiento de pedidos, almacenamiento, los inventarios, el transporte.
8. Colocación de productos.
 - La venta al detalle
 - Las tiendas detallistas
 - Venta al detalle sin tiendas
 - El comercio mayoristas
 - Tipos de tiendas mayoristas

UNIDAD IX

Promoción de productos

1. La mezcla promocional: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y venta personal.
2. Publicidad. Concepto.
3. Principales decisiones en publicidad.
 - Referentes a los objetivos
 - Referentes al presupuesto
 - Con relación al mensaje
 - Con relación a los medios
 - Con relación a la evaluación

4. La promoción de ventas. Conceptos
 - Propósito de la promoción de ventas
 - Formas de establecer los objetivos
 - Formas de seleccionar los instrumentos para la promoción de ventas
 - Cómo desarrollar un programa de promoción de ventas
5. Las relaciones públicas. Conceptos
 - Principales instrumentos de las relaciones públicas
 - Decisiones básicas de las relaciones públicas

UNIDAD X

Venta personal

1. Establecimiento de los objetivos de la fuerza de ventas
 - Diseño de la estrategia del cuerpo de vendedores
 - Diseño de la estrategia de la fuerza de ventas
 - La estructura de la fuerza de ventas
 - Magnitud de la fuerza de ventas
 - La remuneración del cuerpo de vendedores
2. Reclutamiento y selección de los vendedores
3. Preparación a la fuerza de vendedores
4. Supervisión y evaluación a los vendedores
5. Los principios de las ventas personales
 - El proceso de las ventas personales
 - La comercialización por relaciones

UNIDAD XI

Marketing internacional

1. Decisión de salir al extranjero.
2. Decisión de ingresar a ciertos mercados.

3. Decisión de cómo ingresar al mercado internacional.
 - Las exportaciones
 - Las sociedades en participación
 - La inversión directa
4. Elección del programas para una comercialización a otros países
 - El producto
 - El precio
 - Los canales de distribución
 - Promoción

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Kotler, Philip - Armstrong, Gary. "Mercadotecnia". Printice Hall, Sexta Edición. 1996.

Complementaria

- Schoell Gultinan, William - "Mercadotecnia". México. 1991.

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 Contabilidad

Ingles II

ÁREA	: General Humanista	HORAS POR SEMANA	: 4
SUB ÁREA	: Formación General	SEMANAS POR SEMESTRE	: 17
CÓDIGO	: 1.01.19	HORAS POR SEMESTRE	: 68
CRÉDITOS	: 8		

I. OBJETIVOS

El objetivo del curso de inglés, para quienes hayan demostrado poseer cierta base en el idioma, consiste en presentar y desarrollar el contenido del programa propuesto para el año, dando énfasis al desarrollo de la lectura comprensiva de textos redactados en idioma inglés. Para tal efecto, se desarrollará en clase los capítulos correspondientes a la Parte A del Programa: Vocabulario técnico. Además, se asignarán trabajos prácticos y se realizarán evaluaciones periódicas de lo aprendido por los estudiantes.

Se hará un repaso del contenido de la Parte B del Programa: Gramática, de acuerdo a las necesidades de los participantes, con el objetivo de fortalecer la consolidación de conocimientos.

II. CONTENIDO

UNIDAD I

Gramática

Verbo "ser/estar" en tiempo pretérito.

Primera, segunda y tercera personas – singular y plural.

UNIDAD II

Introducción al inglés básico -comunicación social, parte 2.

Utilización del pretérito para exponer y narrar información personal. Cómo formular oraciones interrogativas y responder a preguntas.

UNIDAD III

Tiempo pretérito simple -verbos regulares.

Formas Afirmativas, Negativas e Interrogativas del pretérito simple. Terminación regular en el pretérito con “-ed”. Utilización de los verbos auxiliares: "Did" y "Could".

UNIDAD IV

Tiempo Pretérito Simple -Verbos Irregulares.

Verbos irregulares en tiempo pretérito. Formas Afirmativas, Negativas e Interrogativas de verbos irregulares en el pretérito simple.

UNIDAD V

Definición de función gramatical de vocablos e utilización -parte 3. Objetivos: Descriptivos, comparativos y superlativos. Utilización de vocablos modificadores. Adverbios.

UNIDAD VI

Conceptos generales sobre el origen del idioma inglés.

Las palabras de origen común, generalmente de raíces griegas y latinas, denominadas “Cognates”. Etimología de las palabras. La evolución y el desarrollo de la lengua inglesa. Estrategias para la lectura comprensiva de textos técnicos.

Vocabulario técnico especializado

UNIDAD VII

Préstamos

Terminología: amortize, asset, balance sheet, collateral, credit, current assets, debt, discount, fixed asset, indebtedness, liability, liquidate, mortgage, note, obligation, open note, pledge, retire, security, appraise, chattel, chattel mortgage, clear, co-signer, deed,

encumbrance, equity, estate, estimate, holding, net, net worth, property, real estate, secure, title, trust, trust deed.

UNIDAD VIII

Inversiones bancarias

Terminología: AA rating, blue chip, bond, cash, cash-in-banks, diversified, fluctuation,

general obligation bond, issue, municipal bond, offering, portfolio, revenue, revenue bond, speculative, stock, tax, tax-exempt, yield.

UNIDAD IX

Servicios de fideicomiso

Terminología: allowance, beneficiary, benefits, counseling, creditor, demand, empower, executor, income, inheritance, inventory, life insurance, policy, probate, safe-deposit box, terms, trustee, will.

UNIDAD X

Servicios de corretaje

Terminología: assign, bid, commission, common stock, corporate bond, coupon, flier, growth, market, mature, preferred stock, proceeds, redemption, registered, seat, share.

UNIDAD XI

Operaciones interbancarias

Terminología: central bank, clear, clearinghouse, collection, commercial paper, correspondent bank, debenture, endorse, foreign exchange, installment, letter, listed, paper, par, quotation.

UNIDAD XII

Supervision bancaria

Terminología: accounting, audit, books, capital structure, defraud, entry, evaluate, examiner, failure, impair, resources, run, shortage, sound, teller's cage, vault.

UNIDAD XIII

Controles gubernamentales

Terminología: bond, boom, ceiling, circulation, crash, deflation, depositor, depression, economy, embezzlement, foreclose, hoarding, inflation, monetary, panic, prosperity, run, standard, usury.

Vocabulário técnico especializado para contadores

UNIDAD XIV

Varios vocabularios de uso frecuente en la profesión de la Contaduría Pública conforme al libro Diccionario para Contadores Eric L. Kohler. Edición 2001.

BIBLIOGRAFÍA

- McKellen, J.S. Test Your Business English. Penguin English.
- Special English Series: Banking.
- Uriona, M. Y J.D. Kwacz. Elsevier's Dictionary of Financial and Economic Terms Spanish-English; English-Spanish. Amsterdam: Elsevier Science B. V., 1996.

- Kohler, Eric L. Diccionario para Contadores. México: 2001. Limusa Editores: Noriega Editores.
- Howard- Williams, Deirdre y Cynthia Herd. *Business Words. Essential Business English Vocabulary*. Oxford: Heinemann International , 1992,89 p.
- *Simon and Schusters Intemational Dictionary*, Tana de Gámaz, Editor in Chief. New York, 1973.
- Swan, Michael y Catherine Walter. *The New Cambridge English Course. One*. Cambridge University Press, 1990, 135 p.
- Warriner, John E., Mary E. Whitten y Francis Griffith, *English Grammar and Composition. Heritage Edition. Third Course* New York: Harcourt Brace Jovanich, 1977, 670 p.

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Contabilidad

Informática

ÁREA	: Básico Instrumental		
SUB ÁREA	: Comunicación	HORAS POR SEMANA	: 4
CÓDIGO	: 3.09.22	SEMANAS POR SEMESTRE	: 17
CRÉDITOS	: 8	HORAS POR SEMESTRE	: 68

I. OBJETIVOS

Proveer conocimientos avanzados de las herramientas informáticas para su aplicación en aspectos técnicos contables a nivel superior a los efectos de enriquecer al alumno con temas puntuales de manera que al termino del mismo el alumno esté capacitado para:

- ❖ Tener nociones teóricas y practicas en la utilización de las herramientas informáticas en la aplicación de la contabilidad.
- ❖ Resolver los problemas que puedan presentársele en el uso de los sistemas informáticos software y hardware aplicado a los sistema contable.
- ❖ Tomar las medidas correctivas y de seguridad en la utilización de los sistemas informáticos aplicados como herramienta en la contabilidad.

CONTENIDO

UNIDAD I

Sistemas

Definición

Análisis y diseño de un Sistema Contable

Estructura de una Base de Datos

Definición de tablas

Definición de procesos

Presentación del diseño del Sistema Contable

Codificación de un Plan de Cuentas

UNIDAD II

Software contable mono usuario, redes, abiertos y cerrados

Generalidades

Sistema operativo mono usuario

Redes

Software Contable

Abierto

Cerrados

Ventajas y desventajas

Tipos de Sistemas

Sistemas Integrados

Sistemas no Integrados

UNIDAD III

Introducción a un sistema contable

Requisitos para su utilización, automatizaciones legales

Comprobantes contables y documentos sustentatorios

Asientos estándares libres

Asientos principales, asientos fijos y asientos de generación automática

Cuentas principales y cuentas vinculadas
Cuentas con vinculación, vinculadas y sin vinculación, carácter de la vinculación
Diferencias entre vinculaciones en asientos estándares y asientos libres
Criterios de distribución y gastos, costos y/o ingresos
Mayorización de cuentas
Ventajas y desventajas de la mayorización automática y de la mayorización pospuesta.

UNIDAD IV

Sistemas

Importancia de los Sistemas
 Los Sistemas en los negocios
 El ciclo de negocios y los Sistemas
Conceptos básicos de los Sistemas
 Definición
 Clasificación de los Sistemas de una Empresa
 Análisis de Sistemas

UNIDAD V

Análisis de los sistemas contables

Principales Objetivos
Análisis de los Sistemas Contables
Tamaño de la Empresa y los Sistemas Contables

Aspectos que influyen en los Sistemas y la Contabilidad
Procedimientos contables
 Objetivos y clasificación de los principios contables
 Relación entre principios y procedimientos contables
 Los estados financieros

UNIDAD VI

Principales características de un sistema contable

Esquema de funcionamiento de un Sistema Contable

Procesamiento en lote Vs. Procesamiento en línea

Sistemas independientes

UNIDAD VII

Configuración de un sistema contable

Contenido y generalidades

Características del sistema

Requisitos del sistema

Instalación de un Sistema Contable (Mono usuario o Multi usuario)

Configuración inicial del Sistema Contable

Identificación de la Empresa

Configurar el Plan de Cuentas

Configurar los tipos de monedas a ser utilizados

Revisión general del Sistema Contable (capacitación)

Carga de los Asientos Contables

Carga del Libro IVA Compra

Carga del Libro IVA Venta

Generación de los Asientos

Impresión del Libro Diario borrador

Mayorización

Impresión del Libro Mayor borrador

Generación del Balance General borrador

Impresión del Balance General borrador

Proceso de Cierre

Impresión del Libro IVA Compra

Impresión del Libro IVA Venta

Proceso de Liquidación del IVA

Proceso de preparación de los Formularios de declaración IVA y Renta

Impresión de los formularios de declaración IVA y Renta

BIBLIOGRAFÍA

- Informática Contable – **DR. EDUARDO NIGHTINGALE LASTEROS.**
- Manual de usuario del Sistema Contable

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Contabilidad

Dirección de Recursos Humanos

ÁREA	: General Humanista	HORAS POR SEMANA	: 4
SUB ÁREA	: Formación General	SEMANAS POR SEMESTRE	: 17
CÓDIGO	: 1.01.17	HORAS POR SEMESTRE	: 68
CRÉDITOS	: 8		

I. OBJETIVOS GENERALES

El curso hará posible que el alumno sea capaz de:

- ❖ Explicar conceptos, principios y fundamentos de la Planificación Estratégica de Recursos Humanos.
- ❖ Analizar las oportunidades y amenazas de la organización, así como los fortalezas y debilidades internas.
- ❖ Formular y aplicar estrategias de recursos humanos.
- ❖ Seleccionar las estrategias de recursos humanos que permitan enfrentar mejor las fuerzas del entorno.

II. CONTENIDO

UNIDAD I

Estrategia de empresa y gestión de recursos humanos.

1. Necesidad de unir estrategia y la gestión de recursos humanos.
2. Que es la estrategia de empresas.

- ◆ Reflexiones en torno al concepto de estrategia.
- ◆ Las principales etapas del procedimiento estratégico.

UNIDAD II

El rol de la gestión de recursos humanos en la elaboración y aplicación de la estrategia de empresa.

1. El camino de la dimensión social de la empresa.
2. La implicación de la gestión de los recursos humanos en la elaboración de la estrategia de empresa.
3. Tipos de estrategias, para su aplicación.
4. Las prácticas de la Gestión de Recursos Humanos (GRH) en la aplicación estratégica.
5. Las tres misiones de la GRH en la aplicación de estrategias.

UNIDAD III

Gestión dinámica de los recursos humanos. gestión por competencias y ocupaciones.

1. Los componentes básicos: ocupación y competencias.
2. El directorio de competencias.
3. Organización por ocupaciones.
4. Gestión de recursos humanos por competencias.
5. Sistema retributivo.

UNIDAD IV

La gestión estratégica de recursos humanos

1. La fase de elaboración
 - ❖ Cultura y proyecto de empresa como fundamento de GRH.
 - ❖ El análisis de las amenazas y oportunidades del entorno externo.
 - ❖ El análisis de las fuerzas y debilidades de la empresa.
 - ❖ Formulación de los objetivos e identificación de las opciones estratégicas.
 - ❖ El rol proactivo de la GRH.

2. La fase de aplicación

- ❖ Las estructuras de aplicación de la estrategia, el establecimiento y la ejecución de los planes de acción.
- ❖ Control y evaluación de las acciones: la evaluación social estratégica.

UNIDAD V

El desarrollo de la marca recursos humanos

1. La declaración de la misión y visión de Recursos Humanos.
2. Mejorar los servicios y conseguir una reputación de calidad.
3. Profesionalizar el área de Recursos Humanos.
4. Desarrollar la marca Recursos Humanos.
5. Comunicar el mensaje. Hace que suceda.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- DES HORTS, C.H.. BESSEYRE. GESTIÓN ESTRATEGICA DE RECURSOS HUMANOS. Editorial DEUSTO. España.
- ORDOÑEZ ORDOÑEZ, MIGUEL. MODELOS Y EXPERIENCIAS INNOVADORAS EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. Ediciones Gestión 2000 - AEDIPE. España, 1996
- CLUTTERBUCK, DAVID, ET. ALII.. COMO AUMENTAR EI PRESTIGIO MARKETING DE LA FUNCIÓN RECURSOS HUMANOS. Ediciones Gestión 2000- AEDIPE. España, 1995.

De consulta

- DAVID, FRED R. CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. Editorial Prentice Hall. México, 1997.
- MILKOVICH, GEORGE, ET ALII. DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Un enfoque de estrategia. Editorial McGraw-Hill - IRWIN. México.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

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

Faculta de Ciencias Económicas

Escuela de Contabilidad

Gabinete II

ÁREA	: Técnico Profesional	HORAS POR SEMANA	: 8
SUB ÁREA	: Contabilidad	SEMANAS POR SEMESTRE	: 17
CÓDIGO	: 2.03.20	HORAS POR SEMESTRE	: 85
CRÉDITOS	: 10		

I. OBJETIVOS GENERALES

- ❖ Los alumnos al final del desarrollo de la materia deberán adquirir habilidades practicas para la elaboración en base a documentaciones asientos contables y preparar los Estados Contables y adquirir, comprender y aplicar a través de ejercicios prácticos los procedimientos y técnicas aplicados en las registraciones contables.

II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Que alumno adquiera , comprenda y realice las documentaciones necesarias y los tramites para la apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada y Sociedad Anónima
- b) Adquirir los fundamentos teóricos, técnicos y prácticos a los efectos de obtener conocimientos sobre los procedimientos técnicos, las normas, las cuentas contables utilizadas, las registraciones contables y la elaboración de Estados Contables.

- c) Que el alumno obtenga los conocimientos básicos del proceso para la realización las registraciones contables de la contabilidad en los libros diario, inventario, mayor, libros de ventas y compras.
- d) Que el alumno adquiera las habilidades practicas de elaboración de los asientos contables en base a las documentaciones.

III. DESARROLLO PEDAGÓGICO

- a) Las clases deberán ser dictadas en forma teóricas y practicas por el profesor jefe de cátedra y contará con la asistencia pedagógica de auxiliares de enseñanza.
- b) Los profesores deberán cuidar que los alumnos reciban el programa de estudio y las pautas al inicio de clase. Además son responsables del cumplimiento en tiempo del programa. Por ningún motivo podrán apartarse del contenido programatico y deberán ser desarrollados en un 100%.
- c) El profesor asignara trabajos de investigación relacionados a puntos del contenido programático de la asignatura que serán desarrolladas en clase a través de una exposición por los alumnos previa entrega por escrito del mismo.
- d) El profesor deberá desarrollar con los alumnos los asientos contables en los libros habilitados en base a las documentaciones.
- e) Los libros deberán estar rubricados por el Jefe de Cátedra.
- f) Se recomienda que el profesor consiéntase a los alumnos a no tener más de 3 (tres) ausencias seguidas y 5 (cinco) ausencias alternadas a los efectos de lograr los objetivos de la asignatura.

IV. PAUTAS DE EVALUACIÓN

1. HABILITACIÓN PARA EXAMEN FINAL

- a) El alumno deberá tener presentado y aprobado su trabajo práctico.

2. CALIFICACIÓN FINAL

- a) La calificación para la nota de examen final será de acuerdo a la reglamentación vigente;
- b) Para la evaluación final el docente deberá exigir la utilización de los libros inventario, diario, mayor, compras, ventas y formularios impositivos;
- c) El examen final deberá comprender los aspectos teóricos y la elaboración de los estados contables, y
- d) Para la calificación se deberá tener en cuenta la siguiente ponderación:

ACTIVIDADES	PUNTOS
Libros Inventario, Diario, Mayor, Ventas y Compras	50
Balance General y Estado de Resultado	20
Presentación de Formularios Impositivos	10
Parte teórica	20
TOTAL DE PUNTOS	100 %

V. CONTENIDO

UNIDAD I

APERTURA DE UNA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-S.R.L

1.1 Requisitos para la apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada de acuerdo a las disposiciones legales vigentes:

- a) Suscripción ante Escritura Pública.
- b) Integración de las Cuotas Sucriptas o Cuenta Aportes.
- c) Notas al Juez de Comercio para la rubricación de Libros.
- d) Inscripción Patronal y Obrero en el Instituto de Previsión Social.

- e) Solicitud de rubricación de los libros de Registros de Empleados y Obreros, de Sueldos y Jornales y de Vacaciones.
- f) Presentación de Planillas Semestrales en el Ministerio de Justicia y Trabajo.
- g) Depósito Garantía en el Banco Central del Paraguay.

UNIDAD II

PROCESAMIENTO CONTABLE DE UNA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA- S.R.L

2.1 Registro Contable de una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

- a) Asientos de Apertura.
- b) Operaciones de Compra de Bienes y Servicios con IVA incluido y discriminado.
- c) Operaciones de Ventas de Bienes y Servicios con IVA incluido y discriminado.
- d) Descuentos en Compras y Ventas con IVA incluido y discriminado.
- e) Pagos de Sueldo y Jornales.
- f) Devengamientos de Gastos Pagados por Adelantados.
- g) Asientos de Provisiones.
- h) Otros asientos contables.
- i) Asientos de Cierre.
- j) Asientos de Liquidación.
- k) Asientos de Reapertura.
- l) Registro en los Libros de Compras y Ventas.

2.2 Calculo de Reserva de Revaluó y Depreciación.

2.3 Balance General y Estado de Resultado.

- 2.4 Cálculo de Impuesto a la Renta y Reserva Legal.
- 2.5 Registros Contables del Impuesto a la Renta y Reserva Legal.

UNIDAD III

III. APERTURA DE UNA SOCIEDAD ANÓNIMA –S.A

- 3.1 Requisitos para la apertura de una Sociedad Anónima de acuerdo a las disposiciones legales vigentes:
 - a) Emisión de Acciones.
 - b) Suscripción.
 - c) Integración.
 - d) Notas al Juez de Comercio para la rubricación de Libros.
 - e) Inscripción Patronal y Obrero en el Instituto de Previsión Social.
 - f) Solicitud de rubricación de los libros de Registros de Empleados y Obreros, de Sueldos y Jornales y de Vacaciones.
 - g) Presentación de Planillas Semestrales en el Ministerio de Justicia y Trabajo.
 - h) Registro y Fiscalización de Sociedades, Abogacía del Tesoro.
 - i) Inscripción en el Registro Público de Comercio.
 - j) Registro en el Libro de Acciones.

UNIDAD IV

PROCESAMIENTO CONTABLE EN UNA SOCIEDAD ANÓNIMA

- 4.1 La Registración Contable de una Sociedad Anónima en base a documentaciones:

- a) Asientos de Apertura.
- b) Operaciones de Compra de Bienes y Servicios con IVA incluido y discriminado.
- c) Operaciones de Ventas de Bienes y Servicios con IVA incluido y discriminado.
- d) Descuentos en Compras y Ventas con IVA incluido y discriminado.
- e) Pagos de Sueldo y Jornales.
- f) Devengamientos de Gastos Pagados por Adelantados.
- g) Asientos de Provisiones.
- h) Otros asientos contables.
- i) Asientos de Cierre.
- j) Asientos de Liquidación.
- k) Asientos de Reapertura.
- l) Libro de Compras y Ventas.

4.2 Calculo de Reserva de Revaluó y Depreciación.

4.3 Balance General y Estado de Resultado.

4.4 Calculo de Impuesto a la Renta y Reserva Legal.

4.5 Registros Contables del Impuesto a la Renta y Reserva Legal.

BIBLIOGRAFÍA

- Código Civil.
- Código laboral
- Ley 125/ 91 de Reforma Tributaria.
- Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).
- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA).