

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Dirección Académica



Cuarto semestre

Carrera de Contaduría Pública

Plan de Estudios 2012

Aprobado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas según Resolución N° 2 del Acta N° 10 del 27 de mayo de 2016 y homologado por la Resolución N° 0532-00-2016 del Acta N° 19 del 31 de agosto de 2016 del Consejo Superior Universitario.



Misión

Formar profesionales en Ciencias Económicas, con valores éticos y sociales, comprometidos con el desarrollo socioeconómico sostenible, mediante programas de calidad en el proceso enseñanza-aprendizaje, la investigación y la extensión universitaria, para alcanzar un nivel académico de excelencia.

Visión

Constituirnos en la Facultad de prestigio, formadora de profesionales competentes, éticos, emprendedores y líderes, comprometidos con la investigación y la generación de conocimientos innovadores, que promuevan el desarrollo sostenible y sustentable, con proyección nacional e internacional.

Valores Centrales

Responsabilidad y solidaridad social
Perseverancia en el mejoramiento continuo de las gestiones académicas y administrativas
Identificación de la Institución
Respeto por los ideales superiores del aprendizaje

Índice

Contenido	Página
PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA	2
ADMINISTRACIÓN DE LAS PERSONAS	5
MERCADOTECNIA	7
MATEMÁTICA III	11
GABINETE II.....	14
RÉGIMEN LEGAL DE LAS EMPRESAS.....	16
TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.....	19



Plan de estudios de la Carrera de Contaduría Pública
En horas reloj

Código	Asignatura	Carga Horaria		Prerrequisito
		Total	Semanal	
Primer Semestre				
811	Microeconomía	64	4	No tiene
812	Derecho Privado	48	3	No tiene
813	Sociología	64	4	No tiene
814	Contabilidad Financiera I	88	5,5	No tiene
815	Matemática I	64	4	No tiene
	Sub Total	328		
Segundo Semestre				
821	Macroeconomía	64	4	Microeconomía
822	Inglés I	48	3	No tiene
823	Teoría de la Administración	48	3	No tiene
824	Relaciones Humanas y Comunicación	48	3	No tiene
825	Ética	48	3	No tiene
826	Gabinete I	88	5,5	Contabilidad Financiera I
	Sub Total	344		
Tercer Semestre				
831	Inglés II	48	3	Inglés I
832	Contabilidad Financiera II	88	5,5	Contabilidad Financiera I
833	Tributación I	64	4	Derecho Privado
834	Organización y Administración de Empresas	64	4	Teoría de la Administración
835	Matemática II	64	4	Matemática I
	Sub Total	328		
Cuarto Semestre				
841	Administración de las Personas o Administración Pública	48	3	Organización y Administración de Empresas
842	Mercadotecnia	48	3	Organización y Administración de Empresas
843	Matemática III	64	4	Matemática II
844	Gabinete II		5,5	Gabinete I
845	Régimen Legal de las Empresas	48	3	Derecho Privado
846	Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC)	48	3	Contabilidad Financiera II
	Sub Total	344		
Quinto Semestre				
851	Metodología y Técnica de la Investigación	64	4	Contabilidad Financiera II
852	Contabilidad Financiera III	88	5,5	Contabilidad Financiera II
853	Derecho del Trabajo	48	3	Régimen Legal de las Empresas
854	Convocación de Acreedores y Quiebra	64	4	Derecho Privado
855	Estadística	64	4	Matemática III
	Sub Total	328		



Plan de estudios de la Carrera de Contaduría Pública
En horas reloj

Código	Asignatura	Carga Horaria		Prerrequisito
		Total	Semanal	
Sexto Semestre				
861	Organización, Sistemas y Métodos I	64	4	Administración de las Personas
862	Finanzas de Empresas	64	4	Contabilidad Financiera III
863	Tributación II	64	4	Tributación I
864	Administración Presupuestaria	64	4	Contabilidad Financiera III
865	Informática Aplicada	56	3,5	TIC(Tecnología de la información y comunicación)
	Sub Total	312		
Séptimo Semestre				
871	Contabilidad de Gestión I	64	4	Finanzas de Empresas
872	Contabilidad Financiera IV – Agrícola, Ganadera, Hotelera, de Construcción, Importación y Exportación	64	4	Contabilidad Financiera III
873	Contabilidad Gubernamental	64	4	Administración Presupuestaria
874	Auditoría I	64	4	Finanzas de Empresas
875	Mercado de Capitales o Comercio Internacional	56	3,5	Finanzas de Empresas y Estadística
	Sub Total	312		
Octavo Semestre				
881	Organización, Sistemas y Métodos II	64	4	Organización, Sistemas y Métodos I
882	Contabilidad de Gestión II	64	4	Contabilidad de Gestión I
883	Contabilidad Financiera V – Seguros y Cooperativas	64	4	Contabilidad Financiera IV
884	Diseño de Sistemas de Información	64	4	Cont. Financiera IV e Informática Aplicada
885	Auditoría en Informática	56	3,5	Auditoría I e Informática Aplicada
	Sub Total	312		
Noveno Semestre				
891	Emprendedorismo I	56	3,5	Organización. y Administración de Empresa y Contabilidad Financiera V
892	Seminario de Investigación Aplicada I	64	4	Metodología. y Técnica de la Investigación y Contabilidad Financiera V
893	Auditoría II	64	4	Auditoría I
894	Auditoría Gubernamental	64	4	Contabilidad Gubernamental
895	Contabilidad de Gestión III	64	4	Contabilidad de Gestión II
	Sub Total	312		
Décimo Semestre				
901	Emprendedorismo II	52	3	Emprendedorismo I
902	Contabilidad Financiera VI – Bancos	88	5,5	Contabilidad Financiera V
903	Ejercicio Profesional	64	4	Contabilidad Financiera V y Diseño de Sistema de Información
904	Auditoría III – Ambiental y Forense	64	4	Auditoría II y Ética
905	Seminario de Investigación Aplicada II	64	4	Seminario de Investigación Aplicada I
	Sub Total	328		
Pasantía Supervisada		180		
Trabajo Final de Grado		180		
Total		3612		



I. IDENTIFICACIÓN

Asignatura: ADMINISTRACIÓN DE LAS PERSONAS

Semestre: Cuarto

Código: 841

Prerrequisito: Organización y Administración de Empresas

Carga horaria: 48 horas reloj

Horas semanales: 3 horas reloj

II. FUNDAMENTACIÓN

Las personas son las que producen, venden, sirven al cliente, toman decisiones, lideran, motivan, comunican, supervisan, administran y dirigen los negocios de las empresas. También dirigen a otras personas, porque no puede haber organizaciones sin personas, por tanto, en el fondo las organizaciones son conjunto de personas.

La asignatura trata sobre una nueva visión de los seres humanos, ya no como un recurso de la organización, como simple sujeto del proceso, sino fundamentalmente como sujetos activos que toman decisiones, emprenden acciones, crean innovaciones y agregan valor a las organizaciones.

III. OBJETIVOS

1. Identificar los factores que conforman el desarrollo técnico y social que influyen en la administración de las personas.
2. Comprender los objetivos de la gestión de personas en el marco organizacional.
3. Valorar los conceptos y principios de la planificación estratégica.

IV. CONTENIDO

UNIDAD I

Contexto de la gestión del talento humano

Las personas como socias de la organización. Aspectos fundamentales de la gestión moderna de personas. Gestión de los recursos humanos: concepto, objetivos y procesos.

UNIDAD II

Admisión y aplicación de personas

Mercado laboral y mercado de recursos humanos. Reclutamiento del personal. Selección del personal. Orientación de las personas. Diseño de cargos. Modelado del trabajo. Evaluación del desempeño.

UNIDAD III

Compensación y desarrollo de personas

Remuneración. Programas de incentivos. Prestaciones y servicios. Capacitación. Desarrollo de las personas y de las organizaciones.

UNIDAD IV

Mantenimiento y supervisión de personas

Relaciones con los empleados. Higiene, seguridad y calidad de vida. Base de datos y sistema de información de recursos humanos.

UNIDAD V

Planeación estratégica de la gestión de recursos humanos

Misión. Visión. Objetivos y estrategia organizacional. Planeación estratégica de recursos humanos. Modelos de planeación. Factores que intervienen en la planeación de recursos humanos.



V. METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico
- Estudios de casos
- Talleres para elaboración y presentación de trabajos individuales y grupales
- Conferencia, seminarios, charlas, simposios, mesa redonda
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares

VI. EVALUACIÓN

Pruebas parciales, trabajos prácticos y exámenes finales de conformidad con las disposiciones establecidas en el planeamiento de cátedra de cada profesor y el reglamento de cátedra de la Facultad.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-) Chiavenato, Idalberto. (2009). Gestión de talento humano. (3ª.ed.) México: McGraw-Hill.
-) Chiavenato, Idalberto. (2011). Administración de recursos humanos. México: McGraw-Hill.

Complementaria

-) Alles, Marta. (2005). Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por Competencia. (7ª.reimp.) Buenos Aires: Granica S.A.
-) Disposiciones legales vigentes- IPS, Código Laboral. MJT. Etc. versión digital



I. IDENTIFICACIÓN

Asignatura: MERCADOTECNIA

Semestre: Cuarto

Código: 842

Prerrequisito: Organización y Administración de Empresas

Carga horaria: 48 horas reloj

Horas semanales: 3 horas reloj

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura proporciona conocimientos en el campo del marketing, siendo una herramienta importante para entender y comprender a los consumidores y crear los satisfactores necesarios, con el menor riesgo posible.

Analiza el aspecto ambiental cultural y conceptos básicos de la administración del marketing, aborda el entorno del mercado global, se relaciona con la evaluación de las oportunidades y describe el desarrollo de estrategias globales de marketing, planificación y organización.

III. OBJETIVOS

1. Explicar la importancia de la mercadotecnia para una empresa y su relación con las demás funciones.
2. Describir el comportamiento de los consumidores y de los negocios en el proceso de compra.
3. Definir el mercado meta en función a los elementos de la mercadotecnia operativa.
4. Identificar los canales de distribución adecuados para un producto.
5. Elegir la mezcla promocional adecuada para un producto.
6. Lograr una forma de ingreso al mercado nacional, internacional y digital.

IV. CONTENIDO

UNIDAD I

Mercadotecnia

Concepto. Proceso. Filosofías de la administración de mercadotecnia. Diseño de una estrategia de mercadotecnia. Preparación de un plan y un programa de mercadotecnia: establecimiento de relaciones con el cliente, captura de valor de los clientes. Ambiente de la mercadotecnia y las nuevas realidades. Microambiente: la empresa, los proveedores, canales de distribución, los clientes, la competencia, el público. Macro ambiente: los entornos demográfico, económico, natural, tecnológico, político y cultural. Planeación estratégica integral. Proceso.

UNIDAD II

Investigación de mercados y administración de la información de mercadotecnia

El sistema de la información de mercadotecnia. Evaluación de las necesidades y desarrollo de la información de mercadotecnia. Formas de generar la información: registros internos, servicios de inteligencia de mercadotecnia, investigación de mercados, análisis de la información. Análisis de la información de mercadotecnia. Distribución y usos de la información.

UNIDAD III

Mercados de consumo y proceso de decisión de los compradores

Modelo de comportamiento de los consumidores. Características: factores culturales, sociales, personales, psicológicos. Decisión de compra: papeles en el proceso, tipos de comportamiento. El proceso de decisión del comprador. El proceso de decisión del comprador ante productos nuevos.



UNIDAD IV

Mercados de negocios y el comportamiento de compra de negocios

Mercado de negocios: características, comportamiento de compra de negocios. Tipos de situaciones de compra. Papeles en el proceso de decisión de compra. Decisiones de compra de los negocios: participantes, principales influencias sobre los compradores de negocios, proceso de compra de negocios y compra de negocios por internet, mercados institucionales y gubernamentales.

UNIDAD V

Segmentación, mercados meta y posicionamiento

Segmentación de mercados: formas, de consumo, internacionales. Requisitos para una segmentación eficaz. Marketing meta: evaluación y selección de segmentos de mercados meta. Marketing: no diferenciado, diferenciado, concentrado. Posicionamiento para obtener una ventaja competitiva: concepto. Selección de una estrategia de posicionamiento. Comunicación y entrega de la posición elegida.

UNIDAD VI

Productos, servicios y estrategias de asignación de marca

Concepto de producto. Niveles y clasificación de productos y servicios. Decisiones en cuanto a un solo producto. Decisiones en cuanto a los atributos del producto. En cuanto a la marca: empaque, etiqueta. Decisiones en cuanto a los servicios de apoyo del producto. Decisiones en cuanto a la línea de productos. Decisiones de extender, ampliar, completar y modernizar la línea de productos. Decisiones sobre la mezcla de productos. Creación de marcas fuertes. Marketing de servicios: naturaleza y características. Desarrollo de nuevos productos: estrategias. Ciclo de vida del producto: estrategias.

UNIDAD VII

Fijación de precios de los productos

Factores a considerar en la fijación de precios: factores internos y externos. Métodos generales de fijación de precios: basado en el costo, por utilidades meta, en el valor, por valor, en el comprador, en la competencia, para nuevos productos, para ajuste de precios, de descuento y complemento. Precios: segmentada, psicológicos, promocionales, geográfica, internacional.

UNIDAD VIII

Canales de distribución y administración de la cadena de abastecimiento

Naturaleza e importancia de los canales de distribución. Funciones de los canales de distribución. Número de niveles de canal. Conducta y organización de los canales. Decisiones en cuanto al diseño de los canales. Análisis de las necesidades del consumidor. Establecimiento de los objetivos de canal. Formas de identificar las alternativas más importantes. Formas de evaluar las principales alternativas. Decisiones sobre la administración de los canales: selección, administración, motivación y evaluación. Logística de marketing y administración de la cadena de suministro. Principales funciones de logística: almacenamiento, inventarios, transporte. Administración logística integrada. Colocación de productos. La venta al detalle. Clases de detallistas. Venta al detalle sin tiendas. Venta al mayoreo. Tipos de mayoristas.

UNIDAD IX

Promoción de productos

La mezcla promocional: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y marketing directo. El entorno cambiante de las comunicaciones.



Pasos para desarrollar una comunicación eficaz. Concepto de publicidad. Principales decisiones en publicidad. Referentes a los objetivos. Referentes al presupuesto. Con relación al mensaje publicitario, a la selección de medios publicitarios, a la evaluación, otras consideraciones. La promoción de ventas: concepto. Propósito de la promoción de ventas. Formas de establecer los objetivos. Principales herramientas de promoción de ventas. Cómo desarrollar un programa de promoción de ventas. Las relaciones públicas: concepto. El papel y el impacto. Principales instrumentos de las relaciones públicas.

UNIDAD X

Ventas personales y marketing directo

Naturaleza. Papel, administración, diseño de la estrategia, estructura y magnitud de la fuerza de ventas. La remuneración del cuerpo de vendedores. Reclutamiento y selección de los vendedores. Preparación a la fuerza de vendedores. Supervisión y evaluación a los vendedores. Los principios de las ventas personales. El proceso de las ventas personales. La comercialización por relaciones. Marketing directo. Nuevo modelo y formas.

UNIDAD XI

Marketing internacional

Decisión de internacionalizarse. Mercado global. Decisión de ingresar a ciertos mercados. Decisión de cómo ingresar al mercado internacional. Las exportaciones. Sociedades en participación. Inversión directa. Elección del programa para una comercialización a otros países. Producto. Precio. Canales de distribución. Promoción.

UNIDAD XII

Marketing en la era digital

Principales fuerzas que moldean la era digital. Digitalización y conectividad. El crecimiento explosivo de internet. Nuevos tipos de intermediarios. Personalización. Estrategia de marketing en la era digital. Negocios electrónicos, comercio electrónico y marketing electrónico. Beneficios para los compradores y los vendedores. Áreas del comercio electrónico. Realización del comercio electrónico. Comercios electrónicos sólo *on line* frente a comerciantes electrónicos tradicionales. Las promesas y desafíos del comercio electrónico.

V. METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico, exhibición de videos y/o películas sobre temas desarrollados
- Estudios de casos
- Talleres para elaboración y presentación de trabajos individuales y grupales
- Conferencia, seminarios, charlas, simposios, mesa redonda
- Visita a empresas para relacionar los conceptos teóricos con la práctica
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares

VI. EVALUACIÓN

Pruebas parciales, trabajos prácticos y exámenes finales de conformidad con las disposiciones establecidas en el planeamiento de cátedra de cada profesor y el reglamento de cátedra de la Facultad.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Básica

) Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (1996). *Mercadotecnia*. (6ª ed.). Prentice Hall.



-) Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2004). Marketing. (11^a ed.). Versión para Latinoamérica: Prentice Hall.

Complementaria

-) Schoell Gultinan, William. (1991). Mercadotecnia. México.
) Stanton, W. Etzel, M. y Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. (14^a ed.). México: McGraw-Hill.



I. IDENTIFICACIÓN

Asignatura: MATEMÁTICA III

Área: Básico

Semestre: Cuarto

Prerrequisito: Matemática II

Carga horaria: 64 horas reloj

Subárea: Matemática

Código: 843

Horas semanales: 4 horas reloj

II. FUNDAMENTACIÓN

Esta asignatura presenta las herramientas necesarias para evaluar el comportamiento del valor del dinero en diferentes períodos de tiempo y circunstancias.

La aplicación correcta de los conceptos de matemática financiera en la vida diaria de las personas y de las empresas, permitirá al alumno tomar decisiones acertadas, reducir riesgos financieros, costos administrativos y abordar los temas con la menor complejidad posible.

III. OBJETIVOS

1. Adquirir las habilidades y destrezas necesarias para resolver los problemas e interpretar los resultados obtenidos por medio de los conocimientos matemáticos.
2. Participar activamente en el desarrollo de trabajos individuales y de equipo, destacando el valor del trabajo colaborativo.
3. Desarrollar valores éticos y democráticos que orienten la gestión del futuro profesional.

IV. CONTENIDO

UNIDAD I

Interés simple

Capital. Tiempo. Tasa de interés, en tanto por uno, correspondiente a un período de tiempo. Interés. Monto. Aplicaciones.

UNIDAD II

Interés compuesto

Capital. Tiempo. Tasa de interés, en tanto por uno, correspondiente a un período de tiempo. Monto. Interés. Factores de capitalización y actualización. Tiempos fraccionarios: criterios para el cálculo del monto. Comparación de los intereses simple y compuesto. Tasas de interés: nominal, proporcional, equivalente y efectiva.

UNIDAD III

Descuentos de documentos de créditos

Valores nominal y actual. Descuentos comercial y racional. Diferencia entre los descuentos comercial y racional. Descuento compuesto. Tasa de descuento. Factor de actualización. Vencimiento común y medio con descuentos comercial, racional y compuesto.

UNIDAD IV

Imposiciones a interés compuesto

Cuotas constantes sincrónicas vencidas y adelantadas para la formación de un capital. Factores de capitalización de una serie uniforme y del fondo de acumulación. Capital constituido con cuotas vencidas asincrónicas.



UNIDAD V

Imposiciones a interés simple

Cuotas constantes, vencidas y adelantadas. Régimen mixto.

UNIDAD VI

Amortizaciones a interés compuesto

Cuotas constantes sincrónicas vencidas y adelantadas para el pago de una deuda. Factor de actualización de una serie uniforme y factor de recuperación del capital. Amortización progresiva, sistema francés. *Sinking fund*, sistema americano. Amortización real constante, sistema alemán. Sistema directo. Cálculos financieros. Cuadro de servicio de la deuda. Diagrama de flujo de fondos. Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).

UNIDAD VII

Rentas ciertas

Sincrónicas y asincrónicas. Temporarias y perpetuas. Épocas: inicial y de valuación. Rentas: inmediatas, diferidas y anticipadas.

UNIDAD VIII

Empréstitos

Generalidades. Empréstitos emitidos a la par, bajo la par y sobre la par. Empréstitos con prima de reembolso con lotes.

UNIDAD IX

Las funciones biométricas y las tablas de mortalidad

Probabilidades relativas a períodos superiores a un año. Probabilidades de vida y muerte relativas a grupos de dos personas.

UNIDAD X

Seguros sobre la vida

Seguros en caso de vida de una sola persona. Seguro de capital diferido. Valores de conmutación. Rentas vitalicias constantes vencidas y anticipadas: inmediata, diferida, temporaria e interceptada. Valores de conmutación. Rentas vitalicias constantes pagaderas en subperíodos del año. Seguros en caso de muerte de una sola persona. Seguro de vida entera. Valores de conmutación. Seguros diferido, temporario e interceptado. Seguros en caso de muerte pagaderos al ocurrir el deceso del asegurado. Seguros en caso de muerte en función de las rentas. Relaciones. Seguro mixto o dotal de una sola persona.

V. METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico
- Resolución de problemas y presentación de trabajos individuales y grupales
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares

VI. EVALUACIÓN

Pruebas parciales, trabajos prácticos y exámenes finales de conformidad con las disposiciones establecidas en el planeamiento de cátedra de cada profesor y el reglamento de cátedra de la Facultad.

VII. BIBLIOGRAFÍA



Básica

-) Ayres, Frank Jr. (1991). *Matemática Financiera*. México: McGraw-Hill.
-) Ayres, Frank. *Matemáticas Aplicadas para Administración, Economía y Ciencias Sociales*.
-) Díaz Mata, A. y Aguilera Gómez, V. (2008). *Matemáticas financieras*. (4ª ed.). México: McGraw-Hill.
-) Miner, Javier. (2008). *Curso de Matemática Financiera*. (2ª ed.). Madrid: Editorial McGraw-Hill.

Complementaria

-) Budnick, Frank S. (2006). *Matemáticas Aplicadas para Administración. Economía y Ciencias Sociales*. (4ª ed.). México: McGraw-Hill.
-) Haussler, Ernest F. Jr. y Paul, Richard S. (1994). *Matemática para Administradores y Economistas*. (8ª ed.). Grupo Editorial Iberoamérica.
-) González Gale, José. (1979). *Intereses y Anualidades Ciertas*. Buenos Aires: Macchi.
-) Portus, Govinden, Lincoyán. (1991). *Matemáticas Financieras*. (3ª ed.). México: McGraw-Hill.
-) Rotela Méndez, Arsenio Ramón. (2003). *Matemática: Manual de Ejercicios y Problemas*. (3ª ed.). Asunción: Litocolor.
-) Díaz Mata, Alfredo. (2008). *Matemática Financiera*. (4ª ed.). México: McGraw-Hill.
-) Villalobos, José Luis. (1993). *Matemáticas Financiera*. México: Grupo Editor Latinoamericano.
-) Highland, Esther H. (1987). *Matemática Financiera*. (3ª ed.). México: Prentice Hall.



I. IDENTIFICACIÓN

Asignatura: GABINETE II

Área: Profesional

Subárea: Contabilidad

Semestre: Cuarto

Código: 844

Prerrequisito: Gabinete I

Carga horaria: 88 horas reloj

Horas semanales: 5,5 horas reloj

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura posibilita adquirir conocimientos reales de los trámites de apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada y Sociedad Anónima en todos sus aspectos formales.

Asimismo, permite reconocer las documentaciones actuales de las distintas operaciones y su registración contable, utilizando los distintos libros exigidos para la posterior formulación de los principales Estados Financieros.

Con esta disciplina se consigue acercar a la práctica los conocimientos técnicos-científicos adquiridos con la formación netamente teórica de la profesión del contador público.

III. OBJETIVOS

1. Comprender y realizar las documentaciones necesarias y los trámites para la apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada y Sociedad Anónima.
2. Adquirir los fundamentos teóricos, técnicos y prácticos a los efectos de obtener conocimientos sobre los procedimientos, las normas, las cuentas contables utilizadas, las registraciones y la elaboración de Estados Financieros.
3. Obtener los conocimientos básicos del proceso para la realización de las registraciones contables en los libros diario, inventario, mayor, IVA ventas e IVA compras.
4. Adquirir las habilidades prácticas de elaboración de los asientos contables en base a las documentaciones.

IV. CONTENIDO

UNIDAD I

Apertura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)

Requisitos para la apertura de una SRL de acuerdo a las distintas instituciones en concordancia con las disposiciones legales vigentes: escribanía pública; Banco Nacional de Fomento o banco autorizado como depositarios garantía; Dirección General de Registros Públicos; Ministerio de Hacienda, Subsecretaría de Estado de Tributación; Instituto de Previsión Social; Ministerio de Justicia y Trabajo; Municipalidad de Asunción o Municipio al cual corresponda el ente; Ministerio de Industria y Comercio; Dirección Nacional de Aduanas; Sistema Unificado de Apertura de Empresas (SUAE).

UNIDAD II

Procesamiento contable de una SRL

Registro Contable de una SRL. Inventario inicial. Asientos de apertura. Operaciones de compra de bienes y servicios con IVA incluido y discriminado. Operaciones de ventas de bienes y servicios con IVA incluido y discriminado. Descuentos en compras y ventas con IVA incluido y discriminado. Pagos de salarios y remuneraciones. Asientos de ajustes, devengamientos y otros. Asientos de provisiones.



Otros asientos contables. Asientos de liquidación, cierre y reapertura. Registro en los Libros de compras y ventas. Mayorización de las cuentas del libro diario. Cálculo y registración de la reserva de revalúo y depreciación. Balance General y Estado de Resultados. Cálculo y registración del Impuesto a la Renta y Reserva Legal. Inventario del cierre del ejercicio.

UNIDAD III

Apertura de una Sociedad Anónima (SA)

Requisitos para la apertura de una SA de acuerdo a las distintas instituciones en concordancia con las disposiciones legales vigentes: escribanía pública; Dirección General de Registros Públicos; Ministerio de Hacienda, Subsecretaría de Estado de Tributación y otras dependencias; Instituto de Previsión Social; Ministerio de Justicia y Trabajo; Municipalidad de Asunción o Municipio al cual corresponda el ente; Ministerio de Industria y Comercio; banco operante; Dirección Nacional de Aduanas; Sistema Unificado de Apertura de Empresas (SUAE).

UNIDAD IV

Procesamiento contable en una SA

La registración contable de una SA en base a documentaciones: inventario inicial; asientos de apertura; operaciones de compra de bienes y servicios con IVA incluido y discriminado; operaciones de ventas de bienes y servicios con IVA incluido y discriminado; descuentos en compras y ventas con IVA incluido y discriminado; pagos de salarios y remuneraciones; asientos de ajustes, devengamientos y otros; asientos de provisiones; otros asientos contables; asientos de liquidación; asientos de cierre; asientos de reapertura; libro de compras y ventas; mayorización de las cuentas del libro diario; inventario del cierre del ejercicio; cálculo y registración de reserva de revalúo y depreciación; Balance General y Estado de Resultados; cálculo y registración del Impuesto a la Renta y Reserva Legal.

V. METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material Guía de Gabinete II
- Resolución de problemas y presentación de trabajos individuales y grupales
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares

VI. EVALUACIÓN

Pruebas parciales, trabajos prácticos y exámenes finales de conformidad con las disposiciones establecidas en el planeamiento de cátedra de cada profesor y el reglamento de cátedra de la Facultad.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-) Ley N° 1034/83 Del Comerciante.
-) Lezcano Bernal, M. y otros. Guía de Gabinete I. San Lorenzo.
-) Código Civil.

Complementaria

-) Lezcano Bernal, Marcos. (2007) Contabilidad Financiera. Asunción: Laser.
-) Normas Internacionales de Información Financiera para Pymes.
-) Disposiciones legales vigentes. Seguro social obligatorio. Código Laboral y disposiciones vigentes. Versión digital



I. IDENTIFICACIÓN

Asignatura: RÉGIMEN LEGAL DE LAS EMPRESAS

Área: Complementaria

Subárea: Formación General

Semestre: Cuarto

Código: 845

Prerrequisito: Derecho Privado

Carga horaria: 48 horas reloj

Horas semanales: 3 horas reloj

II. FUNDAMENTACIÓN

Esta asignatura permite al estudiante adquirir los conocimientos respecto a la naturaleza económica y jurídica

del comercio y su regulación legal, así como los requisitos obligatorios para el ejercicio del comercio, la constitución y funcionamiento de las personas jurídicas que tienen por objeto el ejercicio de la actividad comercial.

III. OBJETIVOS

1. Identificar a los sujetos que intervienen en la actividad comercial y el régimen legal a la que deben someterse para el ejercicio de sus actividades.
2. Distinguir los actos del comerciante en el funcionamiento y organización de la empresa.
3. Conocer el contenido de los principales contratos mercantiles, los títulos de las operaciones de crédito, así como su naturaleza y características.
4. Identificar las instituciones jurídico-mercantiles relacionadas directamente con el ejercicio de la actividad mercantil.

IV. CONTENIDO

UNIDAD I

Comercio

Concepto. Fines. Importancia. De los actos de comercio. El comerciante: concepto. Importancia de la distinción entre comerciante y no comerciante. Empresa unipersonal. Obligaciones de los comerciantes. Requisitos esenciales de la personalidad mercantil. Capacidad legal para el ejercicio del comercio y requisitos legales del sistema contable e información financiera. Comerciantes en particular y auxiliares del comerciante: independientes, comisionistas, corredores, rematadores y contadores; dependientes, factores dependientes, empleados y agentes de ventas. Disposiciones legales vigentes.

UNIDAD II

Empresa

Concepto. Elementos: el empresario, la hacienda, el trabajo, el establecimiento, la propiedad comercial, el nombre comercial, las marcas, las patentes, los derechos del autor, la clientela.

UNIDAD III

Contratos

Diferentes contratos. Venta a crédito o venta a plazo. Pactos de exclusividad. Contrato de: exposición, agencia, concesión, comisión, licencia, elaboración o fabricación, distribución, suministro, publicidad, leasing, mutuo préstamo, fianza. Fideicomiso. *Joint Venture*.

UNIDAD IV

Sociedad comercial

Sociedad comercial en general. Concepto. Constitución de las sociedades. Elementos generales del contrato de sociedad: fondo común, participación en las utilidades y contribución en las pérdidas.



Affectio societates. Nulidades societarias. Derechos y obligaciones del socio. Representación y administración de la sociedad. Derechos y obligaciones de los administradores. Designación o cesación. Clasificación.

UNIDAD V

Empresa individual de Responsabilidad Limitada

Concepto y caracteres. Requisitos y formas de constitución. Capital. Obligaciones. Quiebra. Terminación de la empresa.

UNIDAD VI

Sociedad de Responsabilidad Limitada

Concepto y caracteres. Requisitos y formas de constitución. Las aportaciones y las partes sociales. Órganos de administración y de vigilancia. Derechos y obligaciones especiales de los socios. Disposiciones legales vigentes.

UNIDAD VII

Sociedad Anónima

Concepto y denominación. Constitución, autorización, y medios de control. Socios. Clases. Acciones: clases y caracteres. Las asambleas: órgano de soberanía. La general: constitutiva, ordinaria y extraordinaria. La administración y representación de las sociedades. Directorio y los gerentes. Responsabilidades. Fiscalización. Requisitos. Facultades y obligaciones. Obligaciones negociables o debentures.

UNIDAD VIII

De la transformación y funciones de las sociedades

Sociedades facultadas para la transformación y transferencia de establecimientos. Distinción entre transformación de sociedades y transferencia entre establecimientos mercantiles. Responsabilidad de los socios, casos. Conformidad de acreedores. Consentimiento tácito. Requisitos para la transformación. Requerimiento de unanimidad.

Preferencia a favor de socios. Distinción entre disolución y liquidación. Aprobación de estatutos. Registros y publicación. Requisitos para la fusión de sociedades. Compromisos de fusión. Balances de cada sociedad, publicidad, acuerdo definitivo de fusión. Base de ejecución. Casos de fusión por disolución, casos de absorción. Órgano de administración de la sociedad disuelta. El derecho de receso y de preferencia para los casos de transformación.

UNIDAD IX

Sociedades constituidas en el extranjero

Concepto. Régimen del Mercosur. Régimen de la maquila y otras disposiciones vigentes. Actos comprendidos en el objeto especial de la sociedad. Domicilio de las sociedades extranjeras. Formalidades para su ejercicio en la República. Casos no previstos de la legislación nacional. Sociedades extranjeras que tengan su domicilio principal en el país. Autorización del representante legal. Citación y emplazamiento.

UNIDAD X

Almacenes generales de depósitos

Concepto. Importancia. Características. Documentos que expide: certificado de depósitos, *warrant*, inspección y fiscalización. Derechos y obligaciones. Prohibiciones. Disposiciones legales vigentes.

UNIDAD XI

Mercado de capitales



Concepto. Autoridad competente. Facultades. Casas de bolsa: concepto. Intermediación. Autorización legal. Requisitos para el ejercicio de su objeto. Constitución o participación de entidades bancarias, financieras, fondos de inversión y otros. Sociedades emisoras de capital abierto. Concepto. Autorización legal. Requisitos.

UNIDAD XII

De las tarjetas de créditos y de débitos

Nociones generales. Antecedentes históricos. La tarjeta de crédito en el Paraguay. Orígenes. Garantías a cargo del vendedor en la venta a plazos. Efectos de la tarjeta de crédito entre las partes. Instrumentos que componen la operación. Caracteres. Naturaleza jurídica de las tarjetas de créditos. Comparación con otras figuras. Clasificación de las tarjetas. Reglamentación del Banco Central del Paraguay (BCP). Cancelación. Pérdida y extravío de la tarjeta de crédito. Aspecto impositivo de la tarjeta de crédito. La ley 125/91. Resolución 114/92. Cuestiones penales. Posibles delitos con tarjetas de crédito. Abuso del crédito por el titular. Adulteración de la tarjeta. Utilización por terceros.

UNIDAD XIII

Sociedades cooperativas

Concepto. Naturaleza. Principios. Su función social y económica. De los socios. Forma de constitución de las sociedades cooperativas. Las aportaciones. Las asambleas. La administración. Clases de cooperativas. De la educación cooperativa. La vigilancia interna y oficial. De la integración cooperativa. De la confederación de cooperativas. Disolución y liquidación de las sociedades cooperativas. De régimen de sanciones. Disposiciones legales vigentes.

V. METODOLOGIA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico, exhibición de videos y/o películas sobre temas desarrollados
- Estudios de casos
- Talleres para elaboración y presentación de trabajos individuales y grupales
- Conferencia, seminarios, charlas, simposios, mesa redonda
- Visita a empresas para relacionar los conceptos teóricos con la práctica
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares

VI. EVALUACIÓN

Pruebas parciales, trabajos prácticos y exámenes finales de conformidad con las disposiciones establecidas en el planeamiento de cátedra de cada profesor y el reglamento de cátedra de la Facultad.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-) O'Donnel, Gastón Alejandro. Elementos del Derecho Empresarial. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
-) Código Civil Paraguayo.
-) Constitución Nacional.

Complementaria

-) Ley de Cooperativas.
-) Tratado de Asunción (MERCOSUR).
-) Ley de la Maquila



I. IDENTIFICACIÓN

Asignatura: TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

Área: Básico

Subárea: Comunicación

Semestre: Cuarto

Código: 846

Prerrequisito: Contabilidad Financiera II

Carga horaria: 48 horas reloj

Horas semanales: 3 horas reloj

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura aborda la sistematización y estandarización de los registros contables. Como herramienta facilita la auditoría financiera y un control interno y externo

La apropiación de las TIC, que agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones, se convierte en un requisito indispensable, para que el profesional contable, consiga los resultados óptimos deseados por toda la sociedad, a través del uso apropiado de dicha tecnología, que facilita y mejora de manera sustancial su trabajo profesional.

III. OBJETIVOS

1. Proveer conocimientos avanzados de las herramientas informáticas para su aplicación en aspectos técnicos contables.
2. Proveer nociones fundamentales, que faciliten el uso de las nuevas tecnologías que afectan en forma directa, el trabajo del profesional contable, y su relación con las distintas áreas administrativas, considerando las herramientas existentes, que facilitan el procesamiento de la información relevante para la toma de decisiones.
3. Identificar los diversos escenarios posibles, en el ejercicio de la profesión contable, considerando las ventajas y desventajas, que el avance tecnológico ofrece, tendientes a la utilización óptima de las herramientas tecnológicas, que redunden en beneficio del profesional contable, y a través del mismo a toda la sociedad.

IV. CONTENIDO

UNIDAD I

La irrupción de la informática en la información contable

Introducción. Evolución de la información contable. El mundo actual y sus determinantes. Informática, una irrupción con consecuencias. La práctica actual de sistemas contables.

UNIDAD II

Contabilidad y computación

Contabilidad y teneduría de libros. Digresiones terminológicas previas. Informatización de tareas contables. Alcance de la informatización. Tipos de aplicaciones contables. Archivos electrónicos. Aplicaciones, sistemas contables y gestión. Conexiones entre aplicaciones.

UNIDAD III

Informática contable

Objetivo. Sistema de información contable. Tecnología en la contabilidad. Propósito y naturaleza de la información contable. Definiendo la tecnología. Importancia de la contabilidad computarizada. Definiciones contables.

UNIDAD IV



Disposiciones reglamentarias de registración contable y de su empleo por medios computacionales

Resolución N° 412/04. Informe del contador sobre sistema informático. Informe del proveedor de sistema informático. Modelo de formulario de comunicación de uso o de actualización de medios computarizados para la registración contable. Resolución General N° 23/09.

UNIDAD V

Control interno

Concepto y clasificación de los controles internos. Controles específicos. Método de evaluación. Las pruebas de cumplimiento. Diseñando un sistema de control interno.

UNIDAD VI

La informática como herramienta del auditor financiero

Entorno: definición. Auditoría: concepto, clases. Consultoría: concepto. Ventajas de la informática como herramienta de la auditoría financiera.

UNIDAD VII

Los sistemas de información gerencial

Dato, información y conocimiento. Creación y fuentes de información. Atributos de la información. Sistema genérico. Sistema de información gerencial.

UNIDAD VIII

Data warehouse

Definición. *Data warehousing*, soporte de decisión e inteligencia comercial. Ventajas de la implementación del *data warehousing*.

UNIDAD IX

El comercio y los negocios

Fases de la evolución de los negocios en internet. Los procesos de intermediación, reintermediación y desintermediación en internet. Los costos de transacción y el comercio electrónico. Ventajas y desventajas del comercio electrónico. Dimensiones del comercio tradicional y electrónico.

UNIDAD X

Casos de estudio

La disyuntiva de despedir a un trabajador. Fondo fijo. Fallas en la seguridad y el delito computacional.

UNIDAD XI

Sistema contable de la materia informática aplicada

Alcance. Principales características. Funcionamiento.

V. METODOLOGIA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo en el laboratorio informático
- Estudios de casos
- Conferencia, seminarios, charlas, simposios, mesa redonda
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares

VI. EVALUACIÓN

Pruebas parciales, trabajos prácticos y exámenes finales de conformidad con las disposiciones establecidas en el planeamiento de cátedra de cada profesor y el reglamento de cátedra de la Facultad.



VII. BIBLIOGRAFÍA

Básica

-) Ovelar Fernández, Walter (2008). Sistemas de Información Gerencial. Asunción: Ediciones y Arte

Complementaria

-) Kenneth C. Laudon y Jane P. Laudon (2002). Sistemas de Información Gerencial: Organización y tecnología de la empresa conectada en red. (6ª ed.). México: Prentice Hall.