

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Dirección Académica**



# **Octavo semestre Carrera de Economía**

## **Plan de Estudios**

Aprobado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas según Acta N° 24 Resolución N° 2 del 20 de diciembre de 2011 y por Acta N° 4 Resolución N° 0075-00-2012 del Consejo Superior Universitario del 22 de febrero de 2012.

Adecuación del Plan de Estudios a la estructura básica de la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior aprobada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas según Acta N° 10 Resolución N° 2 del 27 de mayo de 2016.

**2016**



### Misión

Formar profesionales de excelencia académica y socialmente comprometidos con el desarrollo de la ciudadanía, mediante programas con pertinencia y relevancia profesional, generando investigaciones de impacto público en la toma de decisiones, participando en redes de conocimiento e innovación, y vinculando sus saberes con las expresiones culturales del mundo social y de su entorno.

### Visión

Ser la Facultad de Ciencias Económicas de reconocida excelencia académica en la formación profesional, en los procesos de innovación y en la generación de conocimientos articulados desde una gestión institucional que asume los principios de transparencia pública, responsabilidad social y compromiso ético con el desarrollo del Paraguay y de la región.

### Valores Centrales

- Excelencia Académica
- Transparencia Pública
- Responsabilidad Social
- Compromiso Ético
- Integridad Profesional

### Índice

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
Asignatura: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN .....	4
Asignatura: EMPRENDEDORISMO I .....	7
Asignatura: ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL .....	10
Asignatura: POLÍTICA ECONÓMICA II.....	13
Asignatura: CUENTAS SOCIALES .....	15
Asignatura: FINANZAS II.....	17



## Plan de estudios de la carrera de Economía

En horas reloj

Código	Asignatura	Carga Horaria		Prerrequisito
		Total	Semanal	
<b>Primer Semestre</b>				
911	Matemática I	56	3,5	No tiene
912	Teoría Económica	96	6	No tiene
913	Contabilidad	56	3,5	No tiene
914	Matemática II	56	3,5	No tiene
915	Comunicación Oral y Escrita	56	3,5	No tiene
<b>Segundo Semestre</b>				
921	Metodología de las Ciencias Sociales	56	3,5	No tiene
922	Derecho y Economía	56	3,5	No tiene
923	Sociología y Ética	56	3,5	No tiene
924	Matemática III	56	3,5	Matemática I y II
925	Tecnología de la Información y la Comunicación	56	3,5	No tiene
926	Inglés I	48	3	No tiene
<b>Tercer Semestre</b>				
931	Teoría de la Administración	56	3,5	No tiene
932	Microeconomía I	96	6	Teoría Económica y Matemática III
933	Macroeconomía I	96	6	Teoría Económica
934	Estadística I	80	5	Matemática I
935	Matemática para Economistas I	80	5	Matemática III
936	Inglés II	48	3	Inglés I
<b>Cuarto Semestre</b>				
941	Geografía Económica	56	3,5	Teoría Económica
942	Contabilidad de Gestión o Mercadotecnia	56	3,5	Contabilidad
943	Microeconomía II	96	6	Microeconomía I
944	Estadística II	80	5	Estadística I
945	Matemática para Economistas II	80	5	Matemática para Economista
<b>Quinto Semestre</b>				
951	Teorías de las Ciencias Políticas	56	3,5	No tiene
952	Historia del Pensamiento Económico	80	5	Microeconomía I y Macroeconomía I
953	Demografía	56	3,5	Estadística I
954	Econometría I	96	6	Estadística I
955	Macroeconomía II	96	6	Macroeconomía I
956	Economía del Paraguay	56	3,5	Microeconomía II



## Plan de estudios de la carrera de Economía

En horas reloj

Código	Asignatura	Carga Horaria		Prerrequisito
		Total	Semanal	
<b>Sexto Semestre</b>				
961	Economía Urbana y Regional o Mercado de Capital y de Dinero	56	3,5	Microeconomía II
962	Econometría II	96	6	Econometría I
963	Economía Monetaria	56	3,5	Macroeconomía II
964	Desarrollo Económico	56	3,5	Macroeconomía I y II
965	Finanzas Públicas I	56	3,5	Macroeconomía II
966	Matemática Financiera	56	3,5	Matemática I
<b>Séptimo Semestre</b>				
971	Economía Ambiental y de los Recursos Naturales	56	3,5	Microeconomía II
972	Política Económica I	56	3,5	Macroeconomía II
973	Economía Internacional	56	3,5	Desarrollo Económico y Macroeconomía II
974	Finanzas I	56	3,5	Microeconomía I y II
975	Finanzas Públicas II	56	3,5	Finanzas Públicas I
976	Economía Bancaria y Crediticia	56	3,5	Macroeconomía II
<b>Octavo Semestre</b>				
981	Seminario de Investigación	56	3,5	Metodología de las Ciencias Sociales
982	Emprendedorismo I	56	3,5	Microeconomía II
983	Organización Industrial	56	3,5	Microeconomía II
984	Política Económica II	56	3,5	Política Económica I
985	Cuentas Sociales	56	3,5	Macroeconomía II
986	Finanzas II	56	3,5	Finanzas I
<b>Noveno Semestre</b>				
991	Emprendedorismo II	56	3,5	Emprendedorismo I
992	Formulación y Evaluación de Proyectos	56	3,5	Finanzas I y Matemática Financiera
993	Planificación Económica y Social	56	3,5	Macroeconomía II
994	Teoría del Crecimiento Económico	56	3,5	Macroeconomía II
995	Economía Agropecuaria	56	3,5	Microeconomía II
996	Economía Laboral	56	3,5	Microeconomía I y II
<b>Décimo Semestre</b>				
1000	Trabajo de Monografía	350	Séptimo semestre aprobado	
	Pasantía supervisada	150		
<b>Total</b>		<b>3796</b>		



## I IDENTIFICACIÓN

### Asignatura: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

Semestre: Octavo

Código: 981

Prerrequisito: Metodología de las Ciencias Sociales

Carga horaria: 56 horas reloj

Horas por semana: 3,5 horas reloj

## II FUNDAMENTACIÓN

La asignatura permite comprender, analizar y utilizar los instrumentos básicos de la teoría económica a la luz de sus propias actitudes de aprendizaje y de sus planes futuros, considerando el actual contexto socioeconómico en el ámbito nacional y regional, y con miras al desarrollo de propuestas de solución a los problemas socioeconómicos que se plantean en el país y en la región dentro del contexto territorial de influencia.

En ese sentido, se fomenta el trabajo en equipo mediante un liderazgo participativo fundado en principios, y permita elaborar trabajos escritos profesionales donde se exprese conocimiento, asumiendo un compromiso protagónico de desarrollo personal y del entorno.

## III OBJETIVOS

1. Analizar los instrumentos básicos para la consolidación de los conocimientos teóricos-prácticos y utilizarlo en el proceso de investigación científica.
2. Elaborar trabajos escritos profesionales que permita expresar conocimientos.
3. Asumir un compromiso protagónico de desarrollo personal, del entorno y de la sociedad.
4. Valorar el trabajo en equipo mediante un liderazgo participativo fundado en principios ético.

## IV CONTENIDO

### UNIDAD I

#### Motivación para la investigación

Auto aceptación y compromiso. Plan de marketing personal. Discernimiento de prioridades de vida y carrera. Primero lo primero. Los hábitos para una persona íntegra. Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva y el 8vo. Hábito. Formación del economista como líder sinérgico. Como crear el EAR, el liderazgo centrado en principios y todo es negociable.

### UNIDAD II

#### Aspectos conceptuales

Tesis de grado. Razones para elaborar la tesis. Las condiciones necesarias para la elaboración de tesis. El trabajo científico. Noción del trabajo científico. Modelo de Ordenamiento General del Trabajo Científico.

### UNIDAD III

#### Marco metodológico

Metodología: definición, ámbito, clase. Método: definición, clase, característica, condición. Métodos principales: análisis, síntesis, objetivismo, subjetivismo, inducción, deducción. Estático y dinámico. Métodos de investigación histórica. Método histórico de investigación, macroeconomía. Métodos auxiliares: matemática, contabilidad, estadística. Tecnología: definición, aporte. Técnica: definición, clase, característica. La investigación en ciencias



sociales. Tipos de investigación. La investigación bibliográfica o documental. Diseño de investigación documental. La investigación de campo. Diseño de investigación de campo. La investigación de laboratorio. Diseño de investigación de laboratorio.

#### **UNIDAD IV**

##### **Técnicas de investigación**

Concepto. Etapas previas. Recolección de fuentes de información. Herramientas de recolección de fuentes (tipos de fichas). Selección del asesor de tesis. Etapas de la Investigación. Elaboración de propuesta de tesis (Protocolo de Investigación). Elección del tema de la investigación. Planteamiento del Problema. Objetivos de la investigación. Justificación de la investigación. Marco teórico/referencia, conceptual, contextual. Revisión bibliográfica. Hipótesis de la investigación. Metodología de la investigación. Elaboración de un esquema provisorio. Desarrollo de la tesis. Estructura. Partes: resumen/abstract, introducción, desarrollo, conclusión, bibliografía.

#### **UNIDAD V**

##### **Presentación y publicación de los resultados. Estructura del informe. Partes**

Aspectos formales de presentación de la investigación. Arreglos definitivos a la obra. Presentación de la versión preliminar de la tesis. Defensa de tesis. Presentación final y publicación de la tesis. Marco Legal vigente para monografías. Resolución de Monografía. Guía de elaboración de trabajos de investigación. Reglamento de tesis.

#### **V METODOLOGÍA**

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico
- Estudio de caso
- 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**

- Aranda Prette, Gabriel. (2002). Aspectos Guía de Metodología de la Investigación metódicos-técnicos procesales y formales. Asunción: Editora Litocolor.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista, L. (1991). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.
- Hermann, Max. (1998). Investigación Económica: Su metodología y su Técnica. (5ª ed.). México: Fondo de Cultura Económica.



### Complementaria

- Biblioteca de Manuales Prácticos de Marketing. (1989). El Plan de Marketing Personal. Editorial Díaz de Santos S.A. ISBN 84-87189-02-4.
- Buchholz, S. y Roth, S. (1992). Como crear un equipo de alto rendimiento en su empresa. Buenos Aires: Editorial Atlántida.
- Carnegie, Dale & Associates, Inc. (1994). Descúbrase como líder: Cómo ganar amigos, influir sobre las personas y tener éxito en un mundo cambiante. Editorial Sudamericana S.A. Autor. ISBN 950-07-0931-7.
- Cohen, Herb. (1993). Todo es negociable: Cómo conseguir lo que se quiere. Editorial Planeta Argentina S.A.I.C. ISBN 950-9216-68-2.
- Covey, Stephen R., (1993). El liderazgo centrado en principios. Editorial Paidós Empresa 22. ISBN 950-12-1022-7.
- Covey, Stephen R., (1997). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Editorial Paidós Empresa 16. (9ª ed.). ISBN 950-12-1016-2.
- Covey, Stephen R., (2004). El 8ª hábito: De la efectividad a la grandeza. México: Editorial Paidós. ISBN 968-853-595-8.
- Covey, Stephen R., et al. (1996). Primero lo Primero: Vivir, aprender, dejar un legado. Editorial Paidós Empresa 22. (2ª ed.). ISBN 950-12-1032-4.
- Goleman, Daniel. (2000). La inteligencia emocional: Porque es más importante que el cociente intelectual. Ediciones B. Argentina S.A.



## I IDENTIFICACIÓN

### Asignatura: EMPRENDEDORISMO I

Semestre: Octavo

Código: 982

Prerrequisito: Microeconomía II

Carga horaria: 56 horas reloj

Horas semanales: 3,5 horas reloj

## II FUNDAMENTACION

Esta materia responde a las nuevas demandas del contexto nacional, de apertura a la creación de nuevas empresas que dinamicen la economía, motivando la incorporación de la misma con el objetivo de desarrollar competencias de emprendedores, para propiciar el cambio de paradigma de egresado-empleado a egresado-empleador. La metodología adoptada se fundamenta en el modelo de formación de emprendedores de enfoque cualitativo.

Para desenvolverse en este contexto, se necesita desarrollar nuevas destrezas y habilidades para transitar exitosamente desde su etapa de educación a la etapa del trabajo.

## III OBJETIVOS

1. Desarrollar actitudes y habilidades en un creador de empresa con calidad y eficiencia.
2. Comprender el proceso de generación e implementación de la idea de negocio
3. Aplicar las funciones del proceso administrativo en la nueva empresa.
4. Aprender lo que hace “singular” a un negocio y descubrir los nichos de mercado.
5. Utilizar los recursos disponibles y la tecnología para concretar y optimizar emprendimientos
6. Definir la idea de negocio y presentar el estudio de mercado, con el fin de demostrar la factibilidad comercial.

## IV CONTENIDO

### UNIDAD I

#### Espíritu emprendedor

Concepto. Factores motivacionales. Características emprendedoras personales. Características físicas. Características intelectuales. Competencias. Actitudes. Ventajas y desventajas de ser emprendedor. Como emprender con éxito una empresa. Barreras: económicas, psicológicas, culturales. Estilo de aprendizaje para los emprendedores: visual, auditivo, kinestésico. La personalidad del emprendedor: el analizador. El socializador. El promotor. El controlador. Dinámica de grupo: los sombreros de Bonnet. Concepto de calidad. Las 5 “S”: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke.

### UNIDAD II

#### Generación de nuevas ideas de negocios

Generación de ideas de creativas. Capacidad creativa. Proceso creativo. Factores que inhiben a la creatividad: los autos diálogos, la baja autoestima, la falta de asertividad, la tendencia a la sobreracionalidad. Como incrementar la creatividad. Trabajo en equipo: significado, ventajas y desventajas. Como formar equipos exitosos. Métodos y estrategias para generar ideas de negocios: el pensamiento paralelo o lateral, la analogía, el análisis de fuentes de ideas de negocio. Otras técnicas de generación de ideas creativas: grupos de foco, tormenta de ideas, inventario de problemas. El pensamiento realista como base



de selección de ideas de negocio. Falta de realismo en las expectativas. Atención selectiva. Magnificación y minimización. Sistemas de retroalimentación deficientes. El terrible simplificar. Ejercicios prácticos.

### **UNIDAD III**

#### **Análisis del mercado**

Beneficio de análisis del mercado. Identificación de la competencia. Recopilación de información acerca de los competidores. Identificación de ventas y utilidades por segmento de mercado. Otras fuentes de información. Investigación profunda de mercados. Segmentos de mercado e innovación. Cálculo del tamaño y la participación del mercado. Determinación del tamaño de mercado. Área del mercado. Factores externos. Análisis de la tecnología. Análisis del mercado muestra. Perfil y preferencias del cliente. Análisis del cliente. Casos prácticos: prepare un perfil de necesidades y preferencias del cliente. Análisis de los proveedores.

### **UNIDAD IV**

#### **Análisis de las grandes empresas**

Enfoque de grupo para preparar el plan de negocios. Ambiente competitivo, tendencias de la industria o servicios y ambiente del mercado. Rol de los altos ejecutivos en el proceso de planeación de negocio. Análisis de la industria o servicio muestra. Clima económico. El papel de la tecnología. Regulaciones gubernamentales. Tendencias demográficas.

### **UNIDAD V**

#### **Nuevas tendencias de administración y marketing**

El marketing: desarrollo de relaciones. El liderazgo como clave para alcanzar el éxito de la empresa. Administración de la TIC y los e-business. Redes sociales, página web, marketing digital.

### **UNIDAD VI**

#### **Consideraciones especiales para negocios específicos**

Planeación de negocios para empresas pequeñas y medianas. Microempresas. El crecimiento como prioridad. Potencial de crecimiento. Crecimiento de los recursos humanos. Tendencias económicas y comerciales. Como subcontratar trabajos de empresas más grandes. Flujo de efectivos mediante la administración del proceso de ventas. Análisis de la industria. Estrategia de marketing. Plan financiero. Estrategia de salida. Planeación de negocios: minoristas, mayorista de servicio, de empresas que cotizan en la bolsa. Estudio de casos.

### **UNIDAD VII**

#### **Fuentes de financiamiento**

Como solicitar un préstamo comercial. Tomadores de decisiones ocultos. Rol del funcionario de préstamos. Planear con anticipación. Trabajar con el sistema financiero. Sustentar los documentos para un préstamo comercial. Proceso de solicitud de un préstamo comercial. Opciones alternativas de financiamiento. Asociarse con otros emprendedores (Joint-venture). Financiamiento de franquicias y de inversionistas.



## UNIDAD VIII

### Legalización de marca y de la propiedad intelectual

Código de barra. Regulaciones gubernamentales. Ventanilla Única de Registro- Ministerio de Industria y Comercio. Tipos de Sociedades: aspecto legal, aspecto formal, plazos de constitución. Normas de calidad – ISO.

## UNIDAD IX

### Idea de negocio

Presentación de la idea de un negocio: productos o servicios. Mercado de clientes. Estudio de mercado: fundamentos y objetivos del negocio a ser creado. Procedimientos del estudio. Presentación de los datos. Análisis de los datos. Conclusiones del estudio de mercado. Fuentes de información.

### V METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico y otras fuentes de consulta
- Estudio de caso
- Elaboración y presentación de trabajos grupales
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares
- Los conocimientos teóricos serán aplicados a situaciones concretas por medio de la resolución de problemas.
- Dinámica de grupo

### 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

- Balanko – Dickson, Greg. *Como Preparar un plan de Negocios Exitoso*. McGraw-Hill.
- Nanning, Marta. *Creación de Nuevos Negocios*.
- González Salazar, Diana M. *Plan de negocios para emprendedores al éxito*.
- Kottler, Philip. (2006). *Dirección de Marketing*. (12ª ed.). México: Prentice Hall.
- Incubadura de empresas UNA

#### Complementaria

- Chamorro, Sebastián. *Organización y Dirección de Empresas*.
- Mateo Dueñas, Ricardo y Sagarra Porta, Ramón. *Creación de Empresas - Teoría y Práctica*. McGraw-Hill.
- Ferrell & Geoffrey A. Hirt, Linda Ferrell. *Introducción a los Negocios: en un mundo cambiante*. O.C. McGraw-Hill.



## I IDENTIFICACIÓN

### Asignatura: ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

Área: Profesional

Subárea: Análisis Económico

Semestre: Octavo

Código: 983

Prerrequisito: Microeconomía II

Carga horaria: 56 horas reloj

Horas semanales: 3,5 horas reloj

## II FUNDAMENTACIÓN

La asignatura proporciona conocimiento de los métodos de análisis en el estudio de la conducta de las empresas en mercados imperfectos, es decir, donde no se cumplen los supuestos básicos de la competencia perfecta. Se basa en el análisis de modelos microeconómicos para desarrollar los conceptos de esta área de estudios de la economía.

Está estructurado en dos partes, en la primera se presentan los fundamentos de la teoría de la Organización Industrial, considerando los aspectos teóricos del funcionamiento de los mercados imperfectos enfocándose en el estudio del Monopolio y Oligopolio, en la segunda parte, se introduce al análisis de la Teoría Económica de la Regulación, iniciando con la regulación de los monopolios naturales, y el análisis de diversos modelos aplicados a sectores industriales regulados de la economía.

## III OBJETIVOS

1. Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
2. Comprender del comportamiento de los agentes económicos y de los mecanismos de funcionamiento de mercados imperfectos.
3. Conocer los modelos económicos utilizados para hacer predicciones acerca del funcionamiento de la economía.
4. Diagnosticar la situación actual y la posible evolución de las empresas y los mercados.
5. Aplicar al análisis de los problemas económicos el manejo de instrumentos técnicos.
6. Desarrollar habilidades para argumentar y expresarse de forma rigurosa al presentar los resultados de un estudio económico.

## III CONTENIDO

### UNIDAD I

#### Introducción

Enfoques para el análisis de la Economía Industrial. Marco analítico. Escuelas de pensamiento. Medidas de concentraciones. Aplicaciones

### UNIDAD II

#### El monopolio

Características fundamentales del monopolio. Monopolio no discriminador: uniproducción y multiproducción. Poder de mercado. El índice de Lerner uniproducción y multiproducción. Costos sociales de monopolio. Modelo de Williamson y el modelo de Liebnstein. Monopolio discriminador: discriminación de precios y tarifas no lineales. Monopolio natural. Subaditividad de costos. Regulación del monopolio natural. Mercados replicables, precios sostenibles. Aplicaciones.



### UNIDAD III

#### Teoría del oligopolio

Características del comportamiento estratégico. Competencia en cantidades. Equilibrio Cournot-Nash. Equilibrio para  $n$  – firmas. Competencia en precios. Equilibrio de Bertrand. Cournot vs. Bertrand. El Modelo de Stackelberg. Modelo de la firma dominante y la franja competitiva. Soluciones a la paradoja de Bertrand. Cáteles. Colusión tácita, juegos repetidos. Aplicaciones.

### UNIDAD IV

#### Diferenciación de productos y publicidad

Diferenciación de Productos: horizontal y vertical, definiciones. Mercados con competencia monopolística. Diferenciación horizontal con localización. Modelo de Hotelling. Modelo de Salop. El papel de la Publicidad.

### UNIDAD V

#### Barreras a la entrada

Caracterización. Teoría del precio límite. Compromisos estratégicos. Otras posibilidades estratégicas.

### UNIDAD VI

#### Teoría de la regulación y defensa de la competencia

Precios óptimos y regulación del monopolio natural. Tarifas Ramsey-Boiteaux. Modelo de regulación de: tasa de retorno, precios máximos, competencia referencial, principal-agente, con información asimétrica.

Regulación de sectores: eléctrico, de telecomunicaciones, de agua potable. Optimalidad sin regulación. Competencia por el mercado. Defensa de la competencia: concentraciones y fusiones. Abuso de posición dominante. Prácticas y conductas anticompetitivas. Precios predatorios. Determinación de mercados relevantes.

### UNIDAD VII

#### Otros tópicos de organización industrial

Integración vertical. Cambio técnico Investigación y Desarrollo (I + D).

### V METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico y otras fuentes de consulta
- Estudio de caso
- Elaboración y presentación de trabajos grupales
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares
- Los conocimientos teóricos serán aplicados a situaciones concretas por medio de la resolución de problemas.

### 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

- Fernández de Castro, J. y Duch B., N. (2003). Economía Industrial: un enfoque estratégico. Madrid: McGraw-Hill.
- Cabral, I. (1997). Economía Industrial. Madrid: McGraw-Hill.
- Tirole, J. (1990). La Teoría de la Organización Industrial. Barcelona: Ariel.

### Complementaria

- Varian, H. R. (2007). Microeconomía Intermedia. (7ª ed.). Antoni Bosh.
- Baye, M. (2006). Economía de Empresa. (5ª ed.). McGraw-Hill.



## I IDENTIFICACIÓN

### Asignatura: POLÍTICA ECONÓMICA II

Área: Profesional

Subárea: Análisis Económico

Semestre: Octavo

Código: 984

Prerrequisito: Política Económica I

Carga horaria: 56 horas reloj

Horas semanales: 3,5 horas reloj

## II FUNDAMENTACIÓN

La globalización impulsa a mejorar la competitividad haciendo necesaria la adopción e implementación de políticas eficaces que ayuden a disminuir la brecha entre países en desarrollo y las naciones más avanzadas, conduciendo a una mayor equidad social y a un mejor bienestar de la sociedad.

Es importante que los diversos actores sociales participen en este proceso, en el cual es fundamental contar con analistas de políticas capaces de proponer medidas para mejorar la situación actual.

## III OBJETIVOS

1. Identificar las herramientas básicas de la Política Económica.
2. Comprender el funcionamiento del proceso de toma de decisiones vinculadas a la Política Económica.
3. Conocer los principales actores involucrados en el proceso de formulación de políticas.
4. Realizar un diagnóstico y evaluar los resultados de las políticas económicas aplicadas en diversos países.
5. Analizar propuestas de políticas considerando el entorno sociocultural e institucional del país.

## IV CONTENIDO

### UNIDAD I

#### Introducción

Política Económica: concepto, objetivos básicos e instrumentos. Ciencias Políticas: reseña de su nacimiento y desarrollo. Democratización en el mundo. Globalización. El modelo tradicional de Administración Pública. La Política Económica en el mundo globalizado.

### UNIDAD II

#### Gestión estratégica

Gestión pública: redimensionamiento, democratización, racionalidad. El papel de la comunicación y movilización social en las políticas públicas. El proyecto de Nación. Construcción de los bienes públicos y colectivos.

### UNIDAD III

#### Políticas públicas

Conocimiento y política: concepto, relación. Análisis de políticas y la política.

### UNIDAD IV

#### Políticas públicas en países en desarrollo

El proceso de formulación de políticas públicas en América Latina. Características comunes en los diferentes países.



## UNIDAD V

### **Actores y escenarios del proceso de formulación de políticas**

Los partidos políticos, las legislaturas y los presidentes. El gabinete, la burocracia, los gobiernos subnacionales y el Poder Judicial. Actores de la sociedad civil.

## UNIDAD VI

### **Modelos de desarrollo y políticas sociales en América Latina**

Características de las políticas sociales en los paradigmas dominante y emergente. Las instituciones políticas, el funcionamiento del sistema de formulación y resultados de las políticas en Latinoamérica.

## UNIDAD VII

### **Administración pública en Paraguay**

Características. Descentralización. Reformas del Estado en Paraguay. Privatizaciones. Relacionamiento entre Poder Ejecutivo y Legislativo: su influencia en el proceso de formulación de políticas públicas.

## **V METODOLOGÍA**

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico y otras fuentes de consulta
- Elaboración y presentación de trabajos grupales
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares
- Los conocimientos teóricos serán aplicados a situaciones concretas por medio de la resolución de problemas.

## **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**

- Aguilar Villanueva, L. F. (2000). El estudio de las políticas públicas. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Aguilar Villanueva, L. F. (2003). El estudio de las políticas públicas. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2006). La Política de las Políticas Públicas. Progreso Económico y Social en América Latina.

### **Complementaria**

- Franco, R. (1996). Los paradigmas de la Política Social en América Latina.
- Lynn, Naomi B. y Wildavsky, Aaron. Administración Pública: El estado actual. Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Ocampo, J.A. (2007). Los paradigmas del desarrollo en la historia latinoamericana.
- Owens, Hughes. Public Management and Administration, an introduction.
- Torgenson, D. (1994). Entre el conocimiento y la política tres caras del análisis de políticas.
- Toro, B. y Rodríguez, M. (2001). La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos.



## I IDENTIFICACIÓN

### Asignatura: CUENTAS SOCIALES

Área: Profesional

Subárea: Análisis Económico

Semestre: Octavo

Código: 985

Prerrequisito: Macroeconomía II

Carga horaria: 56 horas reloj

Horas semanales: 3,5 horas reloj

## II FUNDAMENTACIÓN

La asignatura permite conocer los conceptos generales de las cuentas nacionales, la contabilidad social y la actividad económica. El estudio exhaustivo de las Cuentas Sociales se convierte en un instrumento de suma utilidad para la toma de decisiones en materia de la política macroeconómica.

## III OBJETIVOS

1. Identificar los principales elementos de la contabilidad nacional.
2. Conocer el funcionamiento del sistema económico nacional.
3. Comprender los sistemas de clasificación y medición de las variables macroeconómicas.
4. Analizar las tendencias de los principales indicadores socioeconómicos.

## IV CONTENIDO

### UNIDAD I

#### Cuentas nacionales

Conceptos generales. La contabilidad social y la actividad económica. Antecedentes en el Paraguay.

### UNIDAD II

#### Conceptos básicos de clasificación y medición de la economía

Medición: concepto. Principales agregados macroeconómicos: producto, valor agregado, ingreso y gasto. Bases de valuación. Métodos de cálculo. Problemas de comparabilidad. Números índice. Precios corrientes y constantes. Índice de precios implícito. Sistema de cuentas nacionales. Recomendaciones internacionales. Las revisiones recientes y su aplicación en el país.

### UNIDAD III

#### Balanza de pagos, criterios de contabilización

Concepto. Estructura. Sistema de registración. Relaciones comerciales y financieras con el exterior. Transacciones en cuenta corriente y de capital. Concepto y utilización de los distintos saldos en la Balanza de Pagos. Balanza comercial, en cuenta corriente. Variación de la Reserva Monetaria Internacional (RMI).

### UNIDAD IV

#### Modelo insumo-producto

Concepto. Estructura. Transacciones intersectoriales. Coeficientes técnicos de producción y la matriz de requerimientos directos e indirectos. Soluciones al modelo. Aplicaciones.



## UNIDAD V

### Los indicadores económicos y sociales

Concepto. Aplicaciones derivadas y complementarias de la información del sistema de cuentas nacionales. Indicadores económicos, demográficos y sociales. Participación económica de la población. Tasas de actividad. Población Económicamente Activa (PEA): empleo, desempleo y subempleo. Precios implícitos. Índices de precios al consumidor y mayorista. Salario real y nominal.

### V METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Estudio de caso
- Elaboración y presentación de trabajos grupales
- Utilización de plataformas virtuales y otros recursos auxiliares
- Los conocimientos teóricos serán aplicados a situaciones concretas por medio de la resolución de problemas.

### 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

- Muller, Alberto. (1998). Economía descriptiva. Nociones de cuentas nacionales e indicadores socioeconómicos: Catálogos. Buenos Aires.
- Monteverde, Ernesto. Conceptos e interpretación de las Cuentas Nacionales. Buenos Aires: Macchi.
- Valdez Caro Aurelio. Introducción a las Cuentas Nacionales. Concepto y aplicación Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Peru
- Fabozzi, Frank y Modigliani Franco, Ferri Michael (1996) Mercados e instituciones Financieras
- Brealey, Richard y Myers, Stewart. (1998). Fundamentos de Financiacion Empresarial (5ª ed.)

#### Complementaria

- PNUD. Sistema de Cuentas Nacionales.
- Fondo Monetario Internacional. Manual de Balanza de Pagos.
- Banco Central de Paraguay. Boletín de Cuentas Nacionales.



## I IDENTIFICACIÓN

### Asignatura: FINANZAS II

Área: Profesional

Semestre: Octavo

Prerrequisito: Finanzas I

Carga horaria: 56 horas reloj

Subárea: Finanzas

Código: 986

Horas semanales: 3,5 horas reloj

## II FUNDAMENTACIÓN

La asignatura permite afianzar los conocimientos aprendidos en el área de las finanzas. Enfatiza la composición y el funcionamiento del mercado bursátil, a través de la utilización eficiente de los instrumentos financieros en diferentes periodos de tiempo, lo que permite minimizar riesgos y aumentar ganancias.

## III OBJETIVOS

1. Comprender las teorías y el funcionamiento de los mercados bursátiles.
2. Conocer el proceso de la intermediación y desintermediación financiera con sus respectivos beneficios.
3. Entender el funcionamiento de los mercados de valores y de productos.
4. Utilizar los principios e instrumentos bursátiles para la obtención de resultados financieros.
5. Analizar el marco legal de los mercados e instrumentos desarrollados.

## IV CONTENIDO

### UNIDAD I

#### Mercados bursátiles

Intermediación financiera: características, beneficios. Desintermediación financiera: características, beneficios. Mercados de valores y de productos. Integrantes. Clasificación de los Mercados.

### UNIDAD II

#### Mercados primarios y secundarios

Emisión de nuevos valores: características. Función de los mercados secundarios. Eficiencias de los mercados.

### UNIDAD III

#### Instrumentos básicos

Acciones: concepto, clases, tipos, precio, volatilidad (desviación estándar y Beta). Teoría de la cartera: riesgo y rendimiento. Modelo de Markowitz. Valuación de activos de capital. Modelo de la teoría de arbitraje de precios: gestión del riesgo.

Bonos: concepto, clases, precio, volatilidad (duración y convexidad). Gestión del riesgo. Diferencias de volatilidad entre bonos y acciones.

### UNIDAD IV

#### Teoría de las tasas de interés y determinantes de su estructura

Enfoque clásico de Fisher. Teoría de los fondos susceptibles. Teoría de la preferencia de la liquidez. Cambios en la disponibilidad de dinero y tasas de interés. Curva de Rendimiento y estructura del término. Estructura temporal de las tasas de interés.



## UNIDAD V

### Productos derivados

Concepto. Derivados y gestión del riesgo. Contratos: adelantados, de futuros y forwards. Contratos a futuros y forwards: fijación de precios, riesgos. Micro y macro cobertura.

## UNIDAD VI

### Opciones y warrants

Opciones: concepto, características, compra y venta, escritura. Opciones sobre: acciones, índices de acciones, tasas de interés. Estrategias simples y compuestas con opciones. Métodos de cobertura de riesgos financieros con opciones.

## UNIDAD VII

### SWAPS

Swaps de tasas de interés y de tipo de cambio. Riesgos de créditos y swaps.

## UNIDAD VIII

### Secularización

Concepto. Mecanismos. Innovaciones en instrumentos.

## UNIDAD IX

### Fideicomiso

Concepto. Clases. Beneficios.

## UNIDAD X

### Regulación de los mercados financieros

Teoría de la regulación. Características de la regulación en los mercados de derivados más desarrollados.

## V METODOLOGÍA

- Clases magistrales con apoyo de equipos audiovisuales
- Trabajo con material bibliográfico y otras fuentes de consulta
- Estudio de caso
- Elaboración y presentación de trabajos grupales
- 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
- Los conocimientos teóricos serán aplicados a situaciones concretas por medio de la resolución de problemas.

## 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

- Fabozzi, Frank y Modigliani Franco, Ferri Michael. (1996). *Mercados e Instituciones Financieras*. México: Prentice-Hall.



- Brealey, Richard y Myers, Stewart. (1998). *Fundamentos de Financiación Empresarial*. (5ª ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Saunders, Anthony. (1999). *Financial Institution Management*. (3ª ed.). McGraw-Hill.
- Mansell Castrens, Catharine *Las nuevas finanzas en México*.

#### **Complementaria**

- Abelló, J., Oller, J y Vila, J. (2000). *Introducción a las Opciones Financieras*. (2ª ed.). Eada Gestión.
- Miller, Merton. (1999). *Los Mercados de Derivados*. Gestión 2000.