UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Dirección Académica

Octavo semestre
Carrera de Economía

Plan de Estudios 2012

Aprobado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas según Acta Nº 24 Resolución Nº 2 del 20 de diciembre de 2011 y por Acta Nº 4 Resolución Nº 0075-00-2012 del Consejo Superior Universitario del 22 de febrero de 2012.

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 Curricular 2012 ..... **¡Error! Marcador no definido.**
CARRERA DE ECONOMÍA ..... **¡Error! Marcador no definido.**
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN 4
EMPRENDEDORISMO I 7
ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL 10
POLÍTICA ECONÓMICA II 13
CUENTAS SOCIALES 15
FINANZAS II 17

Malla curricular CARRERA DE ECONOMÍA

En horas reloj

Código	Asignatura	Carga Horaria		Prerrequisito
		Total	Semanal	
Primer Semestre				
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
Segundo Semestre				
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
Tercer Semestre				
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
Cuarto Semestre				
941	Geografía Económica	56	3,5	Teoría Económica
942	Contabilidad de Gestión	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
Quinto Semestre				
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

Malla curricular CARRERA DE ECONOMÍA

En horas reloj

Código	Asignatura	Carga Horaria		Prerrequisito
		Total	Semanal	
Sexto Semestre				
961	Economía Urbana y Regional	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
Séptimo Semestre				
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
Octavo Semestre				
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
Noveno Semestre				
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
Décimo Semestre				
1000	Trabajo de Monografía	350	Séptimo semestre aprobado	
	Pasantía supervisada	150		
Total		**3796**		

I IDENTIFICACIÓN

Asignatura: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
Semestre: Octavo Código: 981
Prerrequisito: Metodología de las Ciencias Sociales
Carga horaria: 56 Horas por semana: 3,5

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 & Asociates, 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 semanales: 3,5

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 auto diálogos, la baja autoestima, la falta de asertividad, la tendencia a la sobrerracionalidad. 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 alternas 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.

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 semanales: 3,5

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: uniproducto y multiproducto. Poder de mercado. El índice de Lerner uniproducto y multiproducto.
Costos sociales de monopolio. Modelo de Willianson 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. Cárteles. 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 limite. 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 predatarios. 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, l. (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 semanales: 3,5

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 semanales: 3,5

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.

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 — Subárea: Finanzas
Semestre: Octavo — Código: 986
Prerrequisito: Finanzas I
Carga horaria: 56 — Horas semanales: 3,5

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 Betra). 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.