

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada

No. 129-91-CONESUP

San José, 13 de junio 1991

Señor
Lic. Miguel Angel Gutiérrez A.; Rector
Universidad Internacional de las Américas
S. D.

Estimado señor:

Me permito transcribirle el artículo tercero de la sesión No. 176-91 de 29 de mayo de 1991.

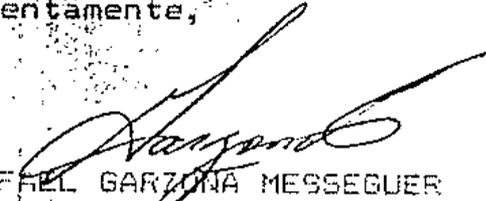
"A petición del Consejo, el Secretario General presenta un informe sobre la nueva solicitud de aprobación de la Universidad Internacional de las Américas para que la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas se imparta con cinco énfasis; dicha carrera había sido denegada por cuanto no se habían cumplido con todos los requisitos reglamentarios. En su dictamen, el citado Secretario manifiesta que dicha Universidad ya subsanó lo omitido, cuando hizo la petición inicial. (Anexo 3)

Por lo anterior, se ACUERDA:

Aprobar el plan de estudios propuesto, para que la Universidad Internacional de las Américas imparta la Licenciatura en Administración de Empresas con los siguientes énfasis:

- Gerencia
- Sistemas de Información
- Finanzas
- Mercadeo y Publicidad"

Atentamente,


RAFAEL GARZÓN MESSEGUER
Secretario General
CONESUP

R. Soto

I N F O R M E

PARA: Señores Miembros del CONESUP

DE: Secretario General del CONESUP

ASUNTO: Informe sobre la solicitud de autorización para impartir la carrera de Administración de Empresas en su grado de Licenciatura con énfasis en Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo, y Publicidad.

FECHA: 17 de mayo 1991

ANTECEDENTES:

1. El 6 de mayo de 1987, el Consejo Nacional de Enseñanza Superior Universitaria Privada, en su sesión No. 93-87 aprueba la carrera de Bachillerato y Licenciatura en Administración de Empresas a la Universidad Internacional de las Américas.

2. La carrera se aprueba con un total de 128 créditos para el Bachillerato y 48 créditos adicionales para la licenciatura así como con 8 cuatrimestres para el Bachillerato y 11 para la licenciatura.

3. El 1 de octubre de 1990, se recibe la solicitud formal de la Universidad Internacional de las Américas para impartir cinco énfasis en el nivel de Licenciatura, a saber:

- Gerencia
- Sistemas de Información
- Finanzas
- Mercadeo, y
- Publicidad

4. Por consulta a la DPES se determinan que hacen falta la valoración en crédito de cada materia, así como su distribución según el tiempo semanal. Asimismo, requiere la información de los profesores de los cursos nuevos que aparecen en los énfasis.

5. El 5 de noviembre de 1990, le son remitidos las observaciones de DPES a la Universidad Internacional de las Américas para que se refieran a ellas.



Universidad Internacional de las Américas

San José, 14 de Marzo de 1991
R-032-03

Señor
Lic. Rafael Garzona M.
Secretario General
CONESUP
S. M.

CONESUP	
Recibido	<i>Ronald S. G.</i>
Fecha:	19 MAR 1991
Hora	1:34 p.m.

Estimado don Rafael:

En relación con la carta entregada el 5 de marzo, con fecha 21 de febrero, mediante la que aportábamos la documentación requerida para tramitar la autorización de varios énfasis en la Licenciatura en Administración de Empresas, hemos observado se cometió un error de omisión en la hoja del Anexo No. 1, donde se describe la distribución de horas de los diversos cursos del Énfasis en Mercadeo.

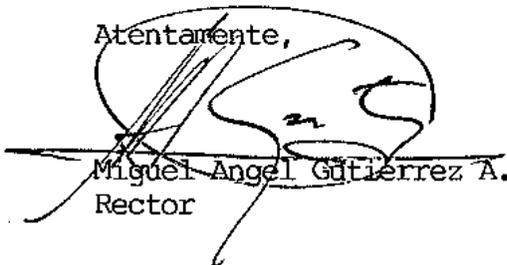
Por este medio le ruego se sirva incluir en dicha hoja el curso de:

	Créditos	Horas clase	Horas de práctica o Laboratorio	Horas estudio	Total horas
AE-40 METODOS DE INVESTIGACION	4	3	5	5	12

y darle el trámite correspondiente para que se tenga por subsanado este error.

Le agradezco sus buenos oficios al respecto y le saludo.

Atentamente,


Miguel Angel Gutiérrez A.
Rector

ecm.
cc.: Archivo





Universidad Internacional de las Américas

San José, 21 de febrero de 1991

Señor
Lic. Rafael Garzona M., Secretario General
CONESUP
Presente



Estimado don Rafael:

En atención a su oficio No 297-90 Conesup, del 5 de noviembre de 1990, le solicito reabrir el expediente para recibir la información y documentación que nos fue solicitada.

Adjunto le remito la información adicional requerida sobre la solicitud de autorización para impartir los énfasis de Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo y Publicidad en la Licenciatura en Administración de Empresas.

La información solicitada en el primer punto de su nota, se brinda en el Anexo #1 de la presente con un cuadro que resume la misma. Sobre el segundo punto consultado, se brinda la información en los numerales siguientes:

1- De seguido se anotan los cursos nuevos y los profesores asignados a los mismos (adjuntos al presente documento, en el Anexo #2, se entregan las cartas de aceptación y los títulos debidamente autenticados):

-Política de Empresas	Lic. Marvin Umaña Blanco
-Pascal	Lic. Wenceslao Rodríguez Rodríguez
-Producción Publicitaria	Lic. Eduardo Jiménez Blanco
-Métodos y Técnicas Publicitarias I	Lic. Ricardo Rodríguez Hernández
-Métodos y Técnicas Publicitarias II	Lic. Rubén Carmona Astorga
-Auditoría III	Lic. Jorge Madrigal Ceciliano

2- Se modifican, ya que originalmente así se habían establecido, los nombres de los cursos presentados en la propuesta, según sigue:

- Curso Técnicas Estadísticas, debe llamarse Econometría
- Curso Estrategias Publicitarias, debe llamarse Publicidad



Universidad Internacional de las Américas

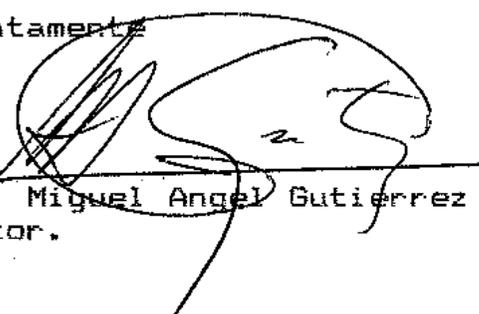
Los demás cursos, ya han sido autorizados por el Conesup para las diferentes carreras de la Universidad Internacional de la Américas. De seguido se hace una relación de las mismas:

<u>Curso</u>	<u>Carrera</u>
-Sistemas de Información	Administración de Empresas
-Dirección Comercial	Administración de Empresas
-Lenguaje de Computación	Administración de Empresas
-Econometría	Administración de Empresas
-Finanzas Avanzadas	Administración de Empresas
-Publicidad	Administración de Empresas
-Métodos de Investigación	Administración de Empresas
-Producción	Administración de Empresas
-Control Gerencial	Administración de Empresas
-Estrategia Empresarial	Administración de Empresas
-Auditoria de Sistemas Computacionales	Ingeniería de Sistemas
-Sistemas de Información II	Ingeniería de Sistemas
-Administración de Centros de Cómputo	Ingeniería de Sistemas
-Administración y Control de Proyectos	Ingeniería de Sistemas
-Finanzas Internacionales	Comercio Internacional
-Teoría del Comercio	Comercio Internacional
-Investigación de Mercados	Comercio Internacional
-Mercadeo Internacional	Comercio Internacional
-Comercio Internacional	Comercio Internacional

De este modo, estimamos cumplir a plenitud la información solicitada por usted en el oficio anteriormente citado.

Quedo a su disposición para cualquier otra aclaración que requiera la presente solicitud.

Atentamente


Lic. Miguel Angel Gutierrez A.
Rector.

cc: Señores miembros del CONESUP.

Distribución de Horas por Curso (1):

Enfasis en: Finanzas

Código curso:	Nombre curso:	Créditos:	Horas clase:	Horas de práctica o laboratorio	Horas estudio:	Total horas:
AE-37	Sistemas de Información	4	3	4	5	12
AE-34	Dirección Comercial	4	3	4	5	12
AE-35	Lenguaje de Computación *	4	3	5	4	12
AE-36	Econometría *	4	3	3	6	12
AE-41	Finanzas Avanzadas *	4	3	4	5	12
AE-81	Auditoría III	4	3	4	5	12
AE-40	Métodos de Investigación *	4	3	5	4	12
AE-39	Estrategia Empresarial *	4	3	4	5	12
AE-74	Finanzas Internacionales *	4	3	4	5	12
AE-75	Teoría del Comercio *	4	3	4	5	12
AE-42	Control Gerencial	4	3	4	5	12
AE-46	Tesis	4	-	6	6	12

(1): Horas sobre la base semanal.

Distribución de Horas por Curso (1):

Enfasis en: Mercadeo

Código curso:	Nombre curso:	Créditos:	Horas clase:	Horas de práctica ó laboratorio	Horas estudio:	Total horas:
AE-37	Sistemas de Información	4	3	4	5	12
AE-34	Dirección Comercial	4	3	4	5	12
AE-35	Lenguaje de Computación *	4	3	5	4	12
AE-36	Econometría	4	3	3	6	12
AE-41	Finanzas Avanzadas *	4	3	4	5	12
AE-76	Investigación de Mercados *	4	3	6	3	12
AE-39	Estrategia Empresarial	4	3	4	5	12
AE-77	Mercadeo Internacional *	4	3	4	5	12
AE-73	Comercio Internacional *	4	3	4	5	12
AE-44	Publicidad *	4	3	4	5	12
AE-46	Tesis	4	-	6	6	12

(1): Horas sobre la base semanal.

Anexo # 1

Distribución de Horas por Curso (1):

Enfasis en: Gerencia

Código curso:	Nombre curso:	Créditos:	Horas clase:	Horas de práctica o laboratorio	Horas estudio:	Total horas:
AE-37	Sistemas de Información	4	3	4	5	12
AE-34	Dirección Comercial	4	3	4	5	12
AI	Lenguaje de Computación *	4	3	5	4	12
AE-36	Econometría	4	3	3	6	12
AE-41	Finanzas Avanzadas	4	3	4	5	12
AE-44	Publicidad *	4	3	4	5	12
AE-40	Métodos de Investigación	4	3	5	4	12
AE-67	Política de Empresas	4	3	2	7	12
AE-43	Producción *	4	3	4	5	12
AE-42	Control Gerencial	4	3	4	5	12
AE-39	Estrategia Empresarial *	4	3	4	5	12
AE-44	Tesis *	4	-	6	6	12

(1): Horas sobre la base semanal.

Distribución de Horas por Curso (1):

Enfasis en: Sistemas de Información

Código curso:	Nombre curso:	Créditos:	Horas clase:	Horas de práctica ó laboratorio	Horas estudio:	Total horas:
AE-68	Pascal	4	3	5	4	12
AE-34	Dirección Comercial	4	3	4	5	12
AE-37	Sistemas de Información	4	3	4	5	12
AE-40	Auditoría de Sist. Comput	4	3	4	5	12
AE-41	Finanzas Avanzadas	4	3	4	5	12
AE-70	Sistemas de Información I	4	3	4	5	12
AE-40	Métodos de Investigación	4	3	5	4	12
AE-71	Administrac. Centros Cómput	4	3	4	5	12
AE-72	Adm. y Control de Proyect	4	3	5	4	12
AE-39	Estrategia Empresarial	4	3	4	5	12
AE-35	Lenguaje Computacional	4	3	4	5	12
AE-46	Tesis	4	-	6	6	12

(1): Horas sobre la base semanal.

Distribución de Horas por Curso (1):

Enfasis en: Publicidad

Código curso:	Nombre curso:	Créditos:	Horas clase:	Horas de práctica ó laboratorio	Horas estudio:	Total horas:
AE-37	Sistemas de Información	4	3	4	5	12
AE-34	Dirección Comercial	4	3	4	5	12
AE-86	Producción Publicitaria	4	3	5	4	12
AE-74	Econometría	4	3	3	6	12
AE-78	Métodos y Técn. Public. I	4	3	5	4	12
AE-40	Métodos de Investigación	4	3	5	4	12
AE-42	Control Gerencial	4	3	4	5	12
AE-41	Finanzas Avanzadas	4	3	4	5	12
AE-80	Métodos y Técn. Public. II	4	3	5	4	12
AE-44	Publicidad	4	3	4	5	12
AE-39	Estrategia Empresarial	4	3	4	5	12
AE-46	Tesis	4	-	6	6	12

(1): Horas sobre la base semanal.

A N E X O N º 2

PROFESORES ASIGNADOS A LOS NUEVOS CURSOS
(CARTAS DE ACEPTACION Y ATESTADOS)



Universidad Internacional de las Américas

Señores
Miembros
Honorable Consejo Nacional de Enseñanza
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimados señores:

Yo, Marvin Umaña Blanco, mayor, casado, con cédula No. 1-561-070, vecino de San José, acepto desempeñar tareas docentes en la Licenciatura de Administración de Empresas, a impartirse en la Universidad Internacional de las Américas, durante el periodo 1991-1992.

Firmo en San José, a los veintiun días del mes de Noviembre de mil novecientos noventa.

Marvin Umaña Blanco
Es Auténtica

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN

ABOGADO | NOTARIO





Universidad Internacional de las Américas

Por cuanto

Marwin Umaña Blanco

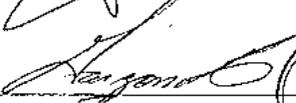
ha cumplido satisfactoriamente con el plan de estudios y demás requisitos de graduación,
correspondientes al grado y carrera cursados,
la Universidad Internacional de las Américas, con fundamento en las leyes de la República,
le confiere el grado de

Licenciado en Administración de Empresas

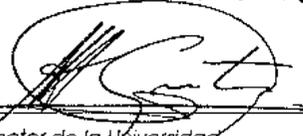
con todos los derechos y deberes inherentes al mismo.

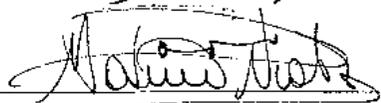
Dado en San José de Costa Rica, a los **3** días del mes de **abril** del año **1990**


Director de la Carrera


Secretario del CONESUP




Rector de la Universidad


Presidente de la Fundación Internacional de las Américas

El suscrito Notario Certifica que la anterior
copia es fiel y exacta de su original. San José,
tres de diciembre de mil novecientos noventa.
Agrego y cancelo timbres de ley. *Maximo Sequeira Aleman*

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN
ABOGADO y NOTARIO





Universidad Internacional de las Américas

A QUIEN INTERESE

La Universidad Internacional de las Américas hace constar que el señor MARVIN UMAÑA BLANCO, con cédula No. 1-561-070, presta sus servicios en esta Institución como Profesor, desde enero de 1988 hasta la fecha. Durante este tiempo ha impartido el curso de Matemática Financiera el cual pertenece al programa de Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas.

Se extiende la presente a los doce días del mes de Febrero de mil novecientos noventa y uno.

Atentamente,


Cristina Solís L.
Directora

ecm.
cc.: Archivo





Universidad Internacional de las Américas

Señores
Miembros
Honorables Consejo Nacional de Enseñanza
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimados señores:

Yo, Wenceslao Rodríguez Rodríguez, mayor, casado, con cédula No. 9-067-616, vecino de Alajuela, acepto desempeñar tareas docentes en la Licenciatura de Administración de Empresas, a impartirse en la Universidad Internacional de las Américas, durante el período 1991-1992.

Firmo en San José, a los veintiun días del mes de Noviembre de mil novecientos noventa.

Wenceslao Rodríguez Rodríguez
Es Auténtica

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN

ABOGADO | NOTARIO



Universidad de Costa Rica

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva,
se confiere a

Wenceslao Rodríguez Rodríguez

el grado académico de Licenciado en Computación e Informática,
con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado.

Dado en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
el 25 de marzo de 1987.

En fe de lo cual firmamos junto al sello de la Universidad.



Alcides

Decano

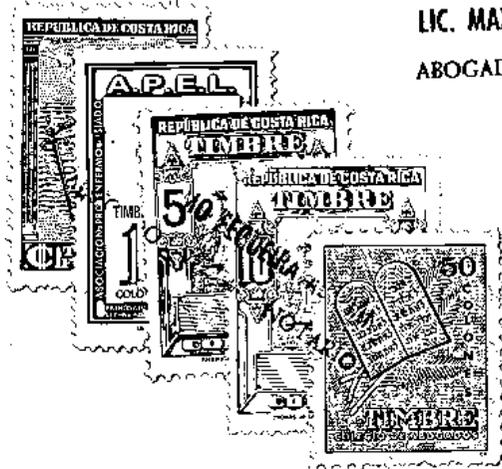
Facultad de Ingeniería

Rector

El suscrito Notario Certifica que la anterior
copia es fiel y exacta de su original. San José,
tres de diciembre de mil novecientos noventa.
Agrego y cancelo timbres de ley.

Maximo Sequeira Aleman

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN
ABOGADO NOTARIO



COLLEGIUM MAGISTER

C. 23 - AVE. CTL. Y 1º - SAN JOSE, COSTA RICA
APDO. 1106 CODIGO 2050 - TELS. 21-21-76 22-08-64

A QUIEN INTERESE

EL COLLEGIUM MAGISTER DE LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA,
HACE CONSTAR QUE EL SEÑOR WENCESLAO RODRIGUEZ RODRIGUEZ CON
CEDULA DE IDENTIDAD NUMERO 9-067-616, LABORO PARA ESTA
INSTITUCION DESDE DEL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO MIL
NOVECIENTOS OCHENTA Y CINCO HASTA EL SEGUNDO CUATRIMESTRE DE
MIL NOVECIENTOS OCHENTA Y SIETE.

SE EXTIENDE LA PRESENTE A SOLICITUD DE LA INTERESADO A
LOS DOCE DIAS DEL MES DE ENERO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y
UNO.

LIC. CARLOS FERRER APARICIO
DIRECTOR ADMINISTRATIVO



A QUIEN INTERESE

EL COLLEGIUM MAGISTER DE LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA,
FACE CONSTAR QUE EL SEÑOR MENCIONADO RODRIGUEZ RODRIGUEZ CON
CEDULA DE IDENTIDAD NUMERO 9-007-010, LABORO PARA ESTA
INSTITUCION DESDE DEL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO MIL
NOVECIENTOS CUARENTA Y CINCO HASTA EL SEGUNDO CUATRIMESTRE DE
MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y SIETE.

SE EXTIENDE LA PRESENTE A SOLICITUD DE LA INTERESADO A
LOS DOCE DIAS DEL MES DE ENERO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y

190.

LIC. CARLOS FERRERES VILLALBA

DIRECTOR ADMINISTRATIVO



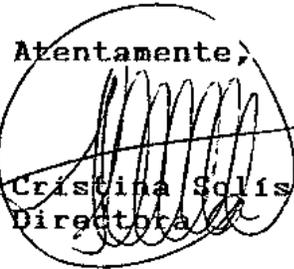
Universidad Internacional de las Américas

A QUIEN INTERESE

La Universidad Internacional de las Américas hace constar que el señor WENCESLAO RODRIGUEZ RODRIGUEZ, con cédula No. 9-067-616, presta sus servicios en esta Institución como Profesor, desde setiembre de 1987 hasta la fecha. El señor Rodríguez ha impartido cursos de Programación, Administración de Centros de Cómputo e Investigación de Operaciones, los cuales pertenecen al programa de Bachillerato de la Carrera de Ingeniería de Sistemas

Se extiende la presente a los doce días del mes de Febrero de mil novecientos noventa y uno.

Atentamente,


Cristina Solís L.
Directora

ecm.
cc.: Archivo





Universidad Internacional de las Américas

Señores
Miembros
Honorable Consejo Nacional de Enseñanza
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimados señores:

Yo, Eduardo Jiménez Blanco, mayor, casado, con cédula No. 1-457-562, vecino de San José, acepto desempeñar tareas docentes en la Licenciatura de Administración de Empresas, a impartirse en la Universidad Internacional de las Américas, durante el período 1991 - 1992.

Firmo en San José, a los cuatro días del mes de Diciembre de mil novecientos noventa.

Eduardo Jiménez Blanco
Es Auténtica

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN

ABOGADO *Maximo* NOTARIO *Sequeira*





Universidad Internacional de las Américas

Por cuanto

Eduardo Francisco Jiménez Blanco

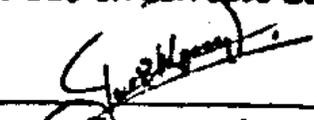
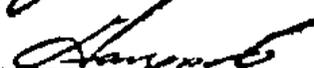
ha cumplido satisfactoriamente con el plan de estudios y demás requisitos de graduación,
correspondientes al grado y carrera cursados.

la Universidad Internacional de las Américas, con fundamento en las leyes de la República,
le confiere el grado de

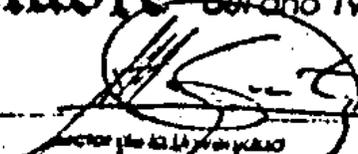
Licenciado en Administración de Empresas

con todos los derechos y deberes inherentes al mismo.

Dado en San José de Costa Rica, a los **24** días del mes de **Octubre** del año 19 **90**


Director de la Carrera

Rector del CONESUP




Rector de la Universidad

Presidente de la Universidad Internacional de las Américas

El suscrito Notario Certifica que la anterior copia es fiel y exacta de su original. San José, cinco de diciembre de mil novecientos noventa.

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN

ABOGADO NOTARIO

Maximo Sequeira





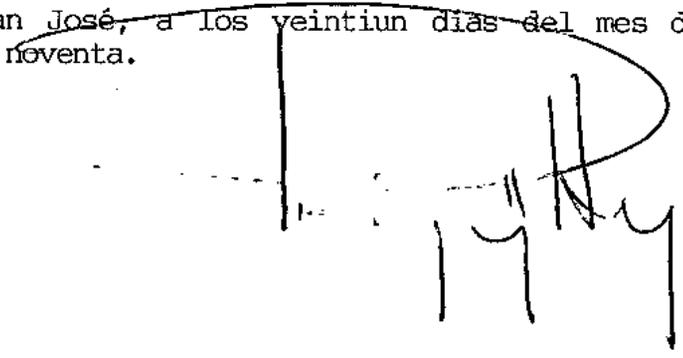
Universidad Internacional de las Américas

Señores
Miembros
Honorable Consejo Nacional de Enseñanza
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimados señores:

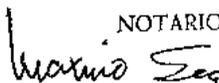
Yo, Ricardo Rodríguez Hernández, mayor, casado, con cédula No. 1-608-193, vecino de San José, acepto desempeñar tareas docentes en la Licenciatura de Administración de Empresas, a impartirse en la Universidad Internacional de las Américas, durante el período 1991 - 1992.

Firmo en San José, a los veintinueve días del mes de Noviembre de mil novecientos noventa.


Ricardo Rodríguez Hernández
Es Auténtica

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMÁN

ABOGADO NOTARIO



LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMÁN

ABOGADO NOTARIO





Universidad Internacional de las Américas

Por cuanto

Ricardo Adolfo Rodríguez Hernández

ha cumplido satisfactoriamente con el plan de estudios y demás requisitos de graduación,
correspondientes al grado y carrera cursados,

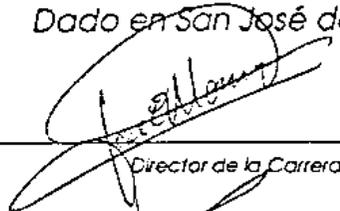
la Universidad Internacional de las Américas, con fundamento en las leyes de la República,

le confiere el grado de

Licenciado en Administración de Empresas

con todos los derechos y deberes inherentes al mismo.

Dado en San José de Costa Rica, a los 28 días del mes de marzo del año 1990


Director de la Carrera


Secretario del CONESUP



Anotado CONESUP Tomo: II Folio: 107 Número: 353


Rector de la Universidad


Presidente de la Fundación Internacional de las Américas

Anotado REGISTRO U.I.A. Tomo: I Folio: 01 Número: 0008

El suscrito Notario Certifica que la anterior
copia es fiel y exacta de su original. San José,
tres de diciembre de mil novecientos noventas
Agrego y cancelo timbres de ley.

Maximo Seg

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN
ABOGADO NOTARIO





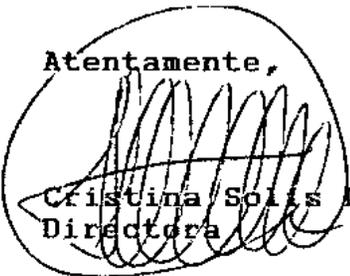
Universidad Internacional de las Américas

A QUIEN INTERESE

La Universidad Internacional de las Américas hace constar que el señor RICARDO RODRIGUEZ HERNANDEZ, con cédula No. 1-608-193, presta sus servicios en esta Institución como Profesor, desde mayo de 1988 hasta la fecha. Durante este tiempo ha impartido el curso de Administración de Recursos Humanos, el cual pertenece al programa de Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas.

Se extiende la presente a los doce días del mes de Febrero de mil novecientos noventa y uno.

Atentamente,


Cristina Solís L.
Directora

ecm.
cc.: Archivo





Universidad Internacional de las Américas

Señores
Miembros
Honorable Consejo Nacional de Enseñanza
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimados señores:

Yo, Jorge Madrigal Ceciliano, mayor, casado, con cédula No. 1-429-234, vecino de San José, acepto desempeñar tareas docentes en la Licenciatura de Administración de Empresas, a impartirse en la Universidad Internacional de las Américas, durante el período 1991-1992.

Firmo en San José, a los veintiun días del mes de Noviembre de mil novecientos noventa.

J. Madrigal Ceciliano
1-429-234

Jorge Madrigal Ceciliano
Es Auténtica

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMÁN

ABOGADO NOTARIO



Maximo Sequeira Aleman

Universidad de Costa Rica

Por haber cumplido con los requisitos reglamentarios
de la carrera respectiva
se confiere a

Jorge William Madrigal Carrizano

el grado académico

Licenciado en Administración de Negocios
con énfasis en Contabilidad

con todos los derechos y deberes
inherentes a tal grado

Hecho en la Ciudad de San José, Costa Rica, a los 28 de agosto de 1980.
Fue leída en la sesión de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.



[Signature]
Rector de la Universidad de Costa Rica

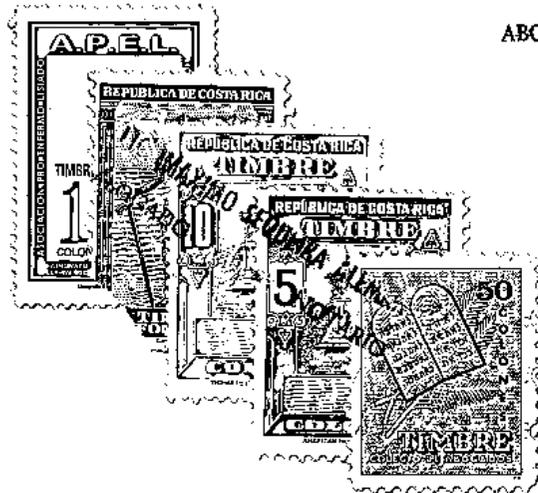
[Signature]
Decano

El suscrito Notario Certifica que la anterior copia es fiel y exacta de su original. San José, tres de diciembre de mil novecientos noventa. Agrego y cancelo timbres de ley.

Maximo Sequeira Aleman

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN

ABOGADO NOTARIO





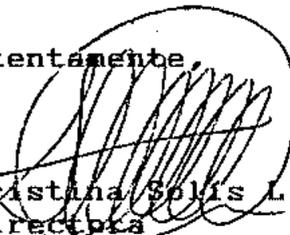
Universidad Internacional de las Américas

A QUIEN INTERESE

La Universidad Internacional de las Américas hace constar que el señor JOSE MADRIGAL CECILIANO, con cédula No. 1-429-234, presta sus servicios en esta Institución como Profesor, desde setiembre de 1990 hasta la fecha. Durante este tiempo ha impartido los cursos de Costos II el cual pertenece al programa de Licenciatura de Contaduría Pública y Contabilidad II el cual pertenece al programa de Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas.

Se extiende la presente a los doce días del mes de Febrero de mil novecientos noventa y uno.

Atentamente,


Cristina Solís L.
Directora

ecm.
cc.: Archivo





Universidad Internacional de las Américas

Señores
Miembros
Honorable Consejo Nacional de Enseñanza
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimados señores:

Yo, Rubén Carmona Astorga, mayor, casado, con cédula No. 1-560-869, vecino de San José, acepto desempeñar tareas docentes en la Licenciatura de Administración de Empresas, a impartirse en la Universidad Internacional de las Américas, durante el período 1991 - 1992.

Firmo en San José, a los seis días del mes de Diciembre de mil novecientos noventa.


RUBÉN CARMONA ASTORGA
ES AUTÉNTICA

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN
ABOGADO NOTARIO





Universidad Internacional de las Américas

Por cuanto

Rubén Carmona Astorqa

ha cumplido satisfactoriamente con el plan de estudios y demás requisitos de graduación,
correspondientes al grado y carrera cursados,
la Universidad Internacional de las Américas, con fundamento en las leyes de la República,
le confiere el grado de

Licenciado en Administración de Empresas

con todos los derechos y deberes inherentes al mismo.

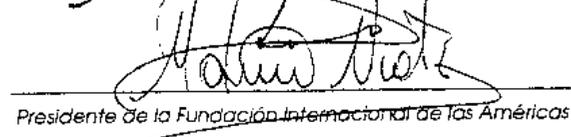
Dado en San José de Costa Rica, a los **19** días del mes de **Septiembre** del año 19**90**


Director de la Carrera


Secretario del CONESUP




Rector de la Universidad

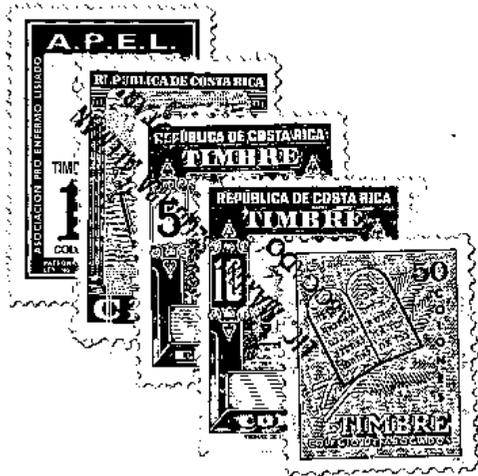

Presidente de la Fundación Internacional de las Américas

El suscrito Notario Certifica que la anterior copia es fiel y exacta de su original. San José, cinco de diciembre de mil novecientos noventa.
Agrego y Cancelo timbres de Ley

LIC. MAXIMO SEQUEIRA ALEMAN

ABOGADO NOTARIO

Maximo Sequeira Aleman





Universidad Internacional de las Américas

A QUIEN INTERESE

La Universidad Internacional de las Américas hace constar que el señor RUBEN CARMONA ASTORGA, con cédula No. 1-560-869, presta sus servicios en esta Institución como Profesor, desde mayo de 1987 hasta la fecha. El señor Carmona ha impartido cursos de Mercadeo, para el programa de Bachillerato de la Carrera de Administración de Empresas.

Se extiende la presente a los doce días del mes de Febrero de mil novecientos noventa y uno.

Atentamente,


Cristina Solís L.
Directora

ecm.
cc.: Archivo



merce
MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada
San José, Costa Rica

No. 024-91-CONESUP

8 de febrero de 1991

Señor
Lic. Miguel Angel Gutiérrez A., Rector
Universidad Internacional de las Américas
Presente

Estimado señor:

Le transcribo el artículo cuarto de la sesión No. 169-91, celebrada el 31 de enero de 1991.

"El Consejo estudia la solicitud de la Universidad Internacional de las Américas, para que la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas se imparta con los énfasis de Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas y Mercadeo y Publicidad. De previo a resolver el CONESUP consultó a la Oficina de Planificación de la Educación Superior, quienes no emitieron su dictamen por cuanto faltaba información.

Dado que la valoración técnica de la Oficina de Planificación de la Educación Superior, que fue transcrita a la Universidad Internacional de las Américas, no ha sido contestada dentro del margen de nuestra regulaciones, se ACUERDA, en firme:

Denegar la supracitada solicitud, por cuanto no se han cumplido todos los requisitos establecidos en el Reglamento General del CONESUP."

Atentamente,

CONESUP

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
CONSEJO NACIONAL DE ENSEÑANZA SUPERIOR
UNIVERSITARIA PRIVADA

No. 331-90-CONESUP
San José, 05 de diciembre 1990

Señor
Lic. Minor Blanco Maroto, Director
Colegio de Profesionales en Ciencias
Económicas y Sociales
Presente

Estimado señor:

En virtud de lo dispuesto por el artículo 26 del Reglamento General del Consejo Nacional de Enseñanza Superior Universitaria Privada, que a la letra dice:

"Previamente a resolver sobre cualquier materia referente a autorización de funcionamiento, creación de escuelas, carreras y planes de estudio, CONESUP deberá conferir audiencia por el término de ocho días hábiles a los colegios profesionales universitarios, a la Federación de Colegios Profesionales Universitarios y a las organizaciones de estudiantes o docentes interesadas en el acto respectivo."

Por lo anterior, el CONESUP dispuso conferir audiencia al Colegio de Profesionales en Ciencias Económicas y Sociales por el término de ocho días hábiles, para que se refieran a la solicitud de la Universidad Internacional de las Américas de que la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas -ya aprobada por este Consejo- se imparta con los siguientes énfasis: Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo y Publicidad.

Para efectos de tiempo la audiencia empieza el viernes 7 de diciembre 1990 y termina el martes 19 de diciembre 1990, ambos días inclusive.

Sin otro particular, lo saluda cordialmente.

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General
CONESUP
R. Soto

Anexo: Documento en mención.

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada
San José Costa Rica

No. 297-90-CONESUP

5 de noviembre de 1990

Señor
Lic. Miguel Angel Gutiérrez A., Rector
Universidad Internacional de las Américas
Presente

Estimado señor:

Este Consejo trasladó a la Oficina de Planificación de la Educación Superior la solicitud de esa Universidad, para que la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, ya aprobada, se imparta con los siguientes énfasis: Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo y Publicidad. Mediante oficio No. 764-90-A nos informan que la División Académica de ese organismo, requiere para efectuar el estudio correspondiente, que a la U.I.A., le suministre la información que a continuación transcribo, con el fin de que se refieran a ella.

" La valoración en créditos de cada materia, así como su distribución según el tiempo semanal que cada estudiante deba destinar a cada una de ellas.

La información sobre los profesores (y sus correspondientes calidades) que se encargarían de ofrecer los cursos nuevos de cada énfasis según lo especificado en los artículos 15 y 27 del Reglamento del CONESUP, en vigencia."

Sin otro particular, lo saluda.

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General
CONESUP

1 Sesión # 163-90 del 7-11-90
Acta de Sesión (Anexo 3)
Se transcribió el texto
a la UIA.

24 de octubre de 1990
OPES-20764-90-A

Secretario General
CONESUP
S. O.

Estimado señor:

En referencia a su nota NQ266-90-CONESUP del día 16 de los corrientes, concerniente a la solicitud de la Universidad Internacional de las Américas (UIA), para que la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas se imparta con los énfasis de: Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo y Publicidad; la División Académica de la OPES revisó los documentos que el CONESUP nos envió y se pudo constatar que para efectuar el estudio correspondiente haría falta que la UIA suministrará la información siguiente:

- La valoración en créditos de cada materia, así como su distribución según el tiempo semanal que cada estudiante deba destinar a cada una de ellas.
- La información sobre los profesores (y sus correspondientes calidades) que se encargarían de ofrecer los cursos nuevos de cada énfasis según lo especificado en los artículos 15 y 27 del reglamento del CONESUP, en vigencia.

Le saluda atentamente,


José Andrés Masis Bermúdez
Director OPES

c.c. Dr. Luis Garita Bonilla. Presidente CONARE
M.B.A. Minor Martín G., Jefe División Académica
Archivo

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada

No. 266-90-CONESUP

16 de octubre de 1990

Señor
José Andrés Masís B., M.Sc.
Director Ejecutivo, OPES
Presente

Estimado señor:

Atentamente, me permito trasladarle la solicitud de la Universidad Internacional de las Américas, para que la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas se imparta con los énfasis de: Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo y Publicidad. Lo anterior, con el fin de contar con los criterios técnicos sobre este particular.

Lo saluda cordialmente,

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General
CONESUP

merce

Anexo: uno

Copia: Lic. Miguel Angel Gutiérrez A., Rector
Universidad Internacional de las Américas

25-1-01-1
Adm. Empresa El Cofre (L.C.)

- Gerencia
- Sist. Informacion
- Finanzas.
- Mercado y Publicidad.

TOMO I

CONESUP

Recibido

Ronald D. SBC

01 OCT 1990

Fecha:

Hora

10,15 a.m.



Universidad Internacional de las Américas

CONESUP	
Recibido	<i>Ronald P. SBC.</i>
Fecha:	01 OCT 1990
Hora	10:15 a.m.

San José, 19 de Setiembre 1990

Señor
Lic. Rafael Garzona, Secretario
CONESUP
PRESENTE

Estimado don Rafael :

Con el fin de atender mejor las necesidades de especialización en la carrera de Administración de Empresas, la Universidad Internacional de las Américas por este medio solicita la autorización para impartir los siguientes énfasis a nivel de Licenciatura en dicha carrera aprobada en Abril de 1987 : Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo y Publicidad.

Se adjuntan los programas de los cursos para cada uno de los énfasis propuestos.

Agradeciendo su atención, se despide.

ATENTAMENTE


Miguel Angel Gutiérrez
Rector

aut:
Lic. Máximo Scastrón Alvarado
Abogado y Notario
San José



Máximo Scastrón

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

PROGRAMA DE ENFASIS EN LICENCIATURA DE ADMINISTRACION

ENFASIS EN GERENCIA

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-35	LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-44	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-67	POLITICA DE EMPRESAS
AE-43	PRODUCCION
AE-42	CONTROL GERENCIAL
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-46	TESIS

ENFASIS EN SISTEMAS DE INFORMACION

CODIGO	NOMBRE
AE-68	PASCAL
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION I
AE-69	AUDITORIA DE SISTEMAS COMPUTACIONALES
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-70	SISTEMAS DE INFORMACION II
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-71	ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO
AE-72	ADMINISTRACION Y CONTROL DE PROYECTOS
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-35	LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-46	TESIS

ENFASIS EN FINANZAS

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-35	→ LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-81	AUDITORIA III
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-74	FINANZAS INTERNACIONALES
AE-75	TEORIA DEL COMERCIO
AE-42	CONTROL GERENCIAL
AE-46	TESIS

ENFASIS EN MERCADEO

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-35	LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-76	INVESTIGACION DE MERCADOS
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-77	MERCADEO INTERNACIONAL
AE-73	COMERCIO INTERNACIONAL
AE-44	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS
AE-46	TESIS

ENFASIS EN PUBLICIDAD

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-86	PRODUCCION PUBLICITARIA
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS

AE-78 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS I
AE-40 METODOS DE INVESTIGACION
AE-42 CONTROL GERENCIAL
AE-41 FINANZAS AVANZADAS

AE-80 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS II
AE-44 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS
AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-46 TESIS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-37 SISTEMAS DE INFORMACION

OBJETIVO:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante habrá adquirido conocimientos acerca del concepto de sistemas de información aplicados a la organización. Conocerá y comprenderá la dinámica de la formulación, el desarrollo y la implantación de sistemas de información en las organizaciones.

Contenido:

- 1.- El enfoque de sistemas:
 - 1.1) Introducción a los sistemas
 - 1.2) El marco natural
 - 1.3) El marco de la empresa
- 2.- Las aplicaciones del enfoque de sistemas
 - 2.1) A las organizaciones empresariales
 - 2.2) A las organizaciones sociales
- 3.- Puntos de vista de la teoría general de sistemas
- 4.- El proceso de toma de decisiones
- 5.- El proceso de diseño de sistemas
- 6.- Los objetivos y la interacción con los sistemas
- 7.- La moralidad de los sistemas
- 8.- Cuantificación y medición
- 9.- Problemas de medición y dominio de las ciencias sociales
- 10.- El control y los sistemas de información
- 11.- Macrotendencias:
 - 11.1) De una sociedad industrial a una sociedad de información
 - 11.2) De la tecnología obligada a la alta tecnología
 - 11.3) De la economía nacional a la economía mundial
 - 11.4) De corto a largo plazo.
 - 11.5) De centralización a descentralización
 - 11.6) De la ayuda nacional a la autoayuda
 - 11.7) De las jerarquías a las redes
 - 11.8) De la alternativa a la opción múltiple

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-34 CURSO DE DIRECCION COMERCIAL

Objetivos del curso:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de:

Desarrollar las diferentes etapas que deben llevarse a cabo para la elaboración de un plan estratégico de mercadeo, enfocándolos desde el punto de vista del análisis de mercados.

Desarrollar el conocimiento teórico y/o práctico de los principales conceptos de mercadotecnia, adquiriendo capacidad analítica para la formulación de estrategias comerciales.

Contenidos:

- 1.- Introducción al sistema de mercado
- 2.- Composición integral de la mezcla de mercadeo.
- 3.- El papel de la investigación de mercados dentro de la planificación.
 - 3.1 Determinación de necesidades insatisfechas.
 - 3.2 Cuándo utilizar la fuerza de ventas para la investigación de mercados?
 - 3.3 Investigación de mercados al estilo japonés
- 4.- Decisiones sobre segmentación de mercados.
 - 4.1 Tipos de segmentación.
 - 4.2 Papel de los canales de comercialización.
- 5.- La planificación estratégica y su relación con el mercadeo.
 - 5.1 Estrategia y supervivencia.
 - 5.2 La fuerza impulsora.
 - 5.3 El poder de la fuerza impulsora
 - 5.4 Cómo realizar la estrategia?
 - 5.5 Los retos de la dirección estratégica
 - 5.6 Como organizarse para formular la estrategia
 - 5.7 Auditoraje de la situación (FODA)
- 6.- Posicionamiento. Su relación con la comunicación publicitaria.
 - 6.1 Opciones clave en la planificación de producto y la selección de mercados.
 - 6.2 Estrategias exitosas para incrementar la participación de mercado
 - 6.3 Como hacer más rentables los medios de comunicación.

- 7.- El mercadeo en la época actual. Factores controlables y no controlables.
- 8.- El ambiente organizacional cambiante
- 9.- Tendencia del mercadeo a corto, mediano y largo plazo
 - 9.1 Escogiendo la estrategia para los cambios
 - 9.2 Considere a los clientes como inversión
 - 9.3 No hay camino fácil para la orientación al mercadeo
 - 9.4 Qué deben saber los mercadólogos acerca de las mujeres?
 - 9.5 Mercadotecnia directa. Cambio rápido o lento
Demostración práctica sobre las bases de datos en mercadeo.
- 10.- Desarrollo de un plan estratégico para un caso real

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---------------------|---|
| SCHEWE Y SMITH | Mercadotecnia, concepto y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill. |
| KOTLER PHILIP | Fundamentos de mercadotecnia
Editorial Prentice Hall Int. |
| REVISTA HARVARD | |
| STANTON, JAMES | Fundamentos de Marketing
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Otto Kepner's
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Artrim William
Editorial Mc Graw Hill |
| MC CARTHY, JEROME O | Comercialización
Editorial El Ateneo |
| TAYLOR, WELDON | Mercadotecnia
Editorial Mc Graw Hill |
| BOYD, HOPER | New Dimensions in Consumer Analysis
Editorial Prentice Hall |

LEVIT, THEODORE	La moda del mercadeo Editorial Limusa
STIGLER, GEORGE	La teoría de los precios Editorial Mc Graw Hill
SCHWARTZ, DAVID	El mercadeo de hoy Editorial Mc Graw Hill
WARREN, DIRK	Como planear un nuevo producto Editorial Prentice Hall
AAKER, DAVID	Investigación de mercados Editorial Limusa
CANFIELD, BERTRAND	Administración de ventas Editorial Diana
BELL, MARTIN	Mercadotecnia Editorial Mc Graw Hill
COHEN, DOROTHY	Publicidad Comercial Editorial Prentice Hall
REWOLDT, STEWART	Dirección Comercial Editorial Prentice Hall.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-35 LENGUAJE DE COMPUTACION

Objetivo General:

El objetivo de este curso es el de introducir al estudiante al conocimiento de la ingeniería de sistemas y al manejo de paquetes para uso en microcomputadores.

Objetivos Específicos:

El estudiante estará en capacidad de manejar y utilizar diversos paquetes especializados así como el sistema operativo MS-DOS.

Contenidos:

- I. Concepto de Computador
 - Componentes de "Hardware"
 - Diagrama de unidades básicas
 - Memoria Principal
 - Unidad central de proceso
 - Operadores aritméticos
 - Operadores relacionales
 - Operadores lógicos
 - Unidad de Control
 - Unidades de entrada y salida
 - Discos
 - Cintas

Aspectos de "Software"

- Proceso de generación de un programa
- Compiladores e interpretadores

Introducción a conceptos de manejo de información

- Organización de datos
- Concepto de bit
- Concepto de byte
- Concepto de kbyte
- Concepto de Megabyte
- Concepto de Gygabyte
- Definición de campo elemental
- Definición de registro de datos
- Definición de Archivo

Utilización del comando HELP
Selección del tipo de ayuda

Entrada y formatos de datos
Entrada de datos
Entrada de etiquetas rótulos
Formateo de campos
Definición de formatos numéricos (ENTERO, CIENTIFICO,
CON SIGNO, CON DECIMALES, PORCENTAJE)

Edición de la hoja Electrónica
Edición de Campos
Borrado e inclusión de filas y columnas
Definición individual de anchos de las columnas
Borrado de un rango de valores o etiquetas
Copia de celdas
Mover celdas a una nueva localización
Protección de celdas

Manejo de Archivos
Cargar archivos
Salvar archivos
Borrar archivos
Listar archivos
Ver archivos
Combinar archivos
Extraer archivos

Impresión
Definición de encabezados
Definición de notas de pie de página
Márgenes de impresión
Longitud de la página
Selección de rangos de impresión

Uso de Fórmulas
Fórmulas de modo relativo
Fórmulas de modo absoluto
Sumarizar columnas
Sumarizar renglones
Funciones matemáticas
Funciones estadísticas
Funciones financieras

Sistema Administrador de Bases de Datos en Lotus
Almacenamiento de datos en registros
Estructura de la base de datos

- Ordenamiento de datos
- Usa del comando "FILL"
- Criterios de selección de rangos
- Como usar el comando "FIND"
- Extracción de registros seleccionados
- El concepto de ventana en LOTUS
- Regresión de datos
- Distribución de datos
- Funciones estadísticas para la base de datos

II. Sistema Operativo MS-DOS

- Definición de sistema operativo
- Definición y manejo de Directorios y Subdirectorios
- Tipos de Archivos
 - Texto
 - Datos
 - Ejecutables
- Comandos básicos del MS-DOS
 - BACKUP, CHDIR, CHKDSK, COPY, DATE, DELETE, DIR,
 - DISKCOMP, DISKCOPY, FORMAT, MORE, PATH, PRINT, RESTORE,
 - TIPE, MKDIR, RENAME.

III. Procesador de palabras --"SMART"--

- Generalidades
 - Breve descripción de la filosofía del paquete
 - Acceso y salida del procesador de textos
 - Modo de ayuda (Help y Autohelp)

Creación y Edición de Textos

- Creación de un archivo de texto
- Carga de un archivo de texto (load)
- Salvar y descargar archivos de texto (Save, Unload)
- Modo de transferir información entre los programas (Read, Write, Send, Graphics).

Manejo del Texto

- Copiar partes, borrar, mover e insertar información en el archivo de texto (COPY, INSERT, MOVE, DELETE, FIND, REPLACE)
- Formateado del texto (CHANGE-TYPE, MARGIN-REFORMAT, TABS, JUSTIFY, NEWPAGE, SPACING).
- Creación y edición de pies de página (FOOTNOTE)
- Subrayado, negrita y tipo de letra (BOLD, FONT, UNDERSCORE)

Impresión del texto (PRINT)

Manejo de ventanas (SPLIT, ZOOM, CLOSE, GOTO)

Como hacer cálculos (COMPUTE, TEXT-SORT, F-CALCULATOR)

Comandos especiales para control de pantalla, teclado, obtener información de archivos existentes. (BORDER, BEEP, DISPLAY, CONFIDENCE, PAINT, RULER, VISIBLE, MACRO, DIRECTORY, INDEX).

Uso de comandos REMEMBER, INPUT-SCREEN Y EXECUTE.

IV. Hoja Electrónica Lotus 1-2-3

Introducción al Lotus 1-2-3-

Acceso al sistema

Uso del menú principal

Utilización del teclado y teclas especiales

Movimiento del cursor dentro de las celdas

Creación de Gráficos

Definición de encabezados

Definición de sub encabezados

Encabezado de los ejes "X" y "Y" respectivamente

Tipos de gráfico

Salvando el gráfico para impresión

Introducción a las Macros

V. Software para diseño de flujogramas -"FLOW"-

Generalidades

Entrada/Salida del paquete

Edición del gráfico

Símbolos

Líneas

Texto

Borrado

Relocalización

Copiado

Generación de imágenes

Recuperación de imágenes

Impresión del gráfico

Cargar un gráfico

Salvar un gráfico

Ver el directorio actual de gráficos

Cambio de disco de trabajo

Configuración del "software"

Cambio de directorio

Impresión múltiple

Bibliografía

- Thomas Sheldon PC-DOS

- Albrecht, Robert Lenguaje Basic

- Zwass, Vladimir Introducción a la Ciencia de la
Computación.

- RS COBOL SYSTEM

- Bazaraa, Makntar Programación lineal y flujo de redes

- Chai, Winchung Programing Standar Cobol

- Deiteal, Harvey Introducción a los Sistemas
Operativo

- Keller, Arthur Manejo de paquetes

- Levine, Guillermo Introducción a la computación y a la
programación

- Lang, Larry Introducción a la Informática

- G. Michael Schneir Estructura y Organización de los
Sistemas de Computación

- Sawnders, Donald H. Informática presente y futura.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-42 CONTROL GERENCIAL

OBJETIVOS:

Introducir los conceptos necesarios para diseñar una estructura organizacional que cumpla con los requisitos básicos que establecen las normas de Control Operativo y Gerencial.

CONTENIDO:

- TEMA 1 -Generalidad del curso
-Sistemas de evaluación
-Aspectos generales sobre control gerencial
- TEMA 2 -Concepto de Control Gerencial
-La naturaleza del Control Gerencial o características del Control Gerencial
-Conceptos relativos
-Fundamentos de la Contabilidad de Costos
- TEMA 3 -Nota sobre centros de responsabilidad
-Nota sobre costos administrativos
-Comparación de la real y la estándar
- TEMA 4 -El análisis de ejecutoria
-Variaciones combinadas
-Evaluación de un sistema de control
- TEMA 5 -El M.I.S.
-La desintegración de un sistema de información
-Directrices para un sistema de planificación y control
- TEMA 6 -Implantación del control de gestión
-Descentralización una filosofía gerencial
-Notas sobre precios de transferencia
-Precios de transferencia
-La fijación interdivisional de precios
-Medición de la ejecutoria de ganancias de Gerentes de División
-Presupuesto
-Control presupuestario
-Preparación de presupuestos
-Presupuesto base cero

BIBLIOGRAFIA:

- El Control Integrado de Gestión. Blanca Illescas.
- Tiempos y Tareas. Cardiel Mateos, Luis.
- Principios contables Anthony, Robert
- Contabilidad Acelerada Nelson, Toun
- Guía para controlar el futuro de la Empresa. Ackoff, Rusell
- Modernos métodos de dirección de empresas. Dale, Ernest
- Computers: Auditing y Control Petrocelli
- Planeación Financiera Estratégica. Bierman, Harold.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-77 MERCADEO INTERNACIONAL

OBJETIVO :

TRANSMITIR LAS BASES PARA LA IMPLEMENTACION DE PROGRAMAS DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL.

CONTENIDOS :

- 1.- BASES PARA LA PROMOCION DE MERCADOS INTERNACIONALES
- 2.- POSICION DE COSTA RICA EN LA PROMOCION DE MERCADOS INTERNACIONALES
- 3.- ANALISIS DE MERCADOS EXTRANJEROS
- 4.- PROMOCION DE GOBIERNOS EXTRANJEROS
- 5.- PROMOCION DE ORGANIZACIONES PRIVADAS
- 6.- ESTABLECIMIENTO DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR
- 7.- CANALES DE COMERCIALIZACION DE MERCADOS INTERNACIONALES
- 8.- EMPRESAS PRODUCTORAS Y COMERCIALES EXTRANJERAS
- 9.- VENEDORES DE EXPORTACION Y COMPRADORES DE IMPORTACION
- 10- LICENCIAS PARA OPERACIONES EXTRANJERAS
- 11- MEDIOS DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL
- 12- COOPERACION CON LOS DISTRIBUIDORES Y POLITICA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL.
- 13- COMUNICACIONES INTERNACIONALES
- 14- COOPERACION EN LA EXPORTACION

- 15- COTIZACION DE PRECIOS INTERNACIONALES
- 16- EMPAQUES, TRANSPORTES NAVALES Y SEGUROS
- 17- PAGOS COMERCIALES INTERNACIONALES
- 18- SERVICIOS BANCARIOS INTERNACIONALES
- 19- LEGISLACION COMERCIAL EXTRANJERA
- 20- ARREGLOS DE DISPUTAS COMERCIALES

BIBLIOGRAFIA :

- CHASE,STUART ROADS TO AGREEMENT
- DOMKE, MARTIN INTERNATIONAL TRADE ARBITRATION
- HECK, HAROLD COMMERCE
- HORN, PAUL INTERNATIONAL TRADE PRINCIPLES & PRACTICES

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-36 TECNICAS ESTADISTICAS

I. OBJETIVOS GENERALES

El contenido del curso está diseñado para lograr que el estudiante sea capaz de:

1. Manejar una serie de técnicas estadísticas de descripción y análisis de datos, con un conocimiento preciso acerca de los supuestos y las limitaciones de cada técnica.
2. Analizar la forma correcta de plantear los problemas y realizar una interpretación sustantiva y clara de los resultados que obtenga en cada caso específico, sin dejar de lado su función de administrador.
3. Utilizar los conceptos como una introducción a la teoría de las decisiones y sus posibles aplicaciones en la administración.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Al finalizar el curso, el estudiante debe estar en capacidad de:

1. Exponer los conceptos y técnicas de la estadística descriptiva.
2. Definir los conceptos básicos de probabilidad y entender las distribuciones de probabilidad.
3. Examinar los temas de muestreo y distribuciones muestrales y de inferencia.
4. Entender como las análisis de regresión y correlación determinan la naturaleza y la fuerza de una relación entre dos variables.
5. Analizar como la teoría económica puede a veces sugerir la forma funcional de una relación.

6. Describir los cambios que con el tiempo tienen lugar en un evento determinada y predecir el comportamiento.
7. Hacer aplicaciones de los números índices.
8. Explicar los métodos para la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

CONTENIDOS:

TESIS I

INTRODUCCION:

1. La estadística moderna
2. La estadística en la administración de empresas
3. La investigación operativa
4. Utilización de las técnicas estadísticas

Lecturas Básicas

Levin R.I. Capítulo 1

Freund, J.E. y Frank, J.W. Capítulo 1

Ramírez, F. "Como utilizar correctamente las técnicas estadísticas". Nota técnica de National University. Abril 1990.

TESIS II

Conceptos y Técnicas de la Estadística Descriptiva

1. Organización de los datos para que transmitan un significado: tablas y gráficas.

TESIS III

PROBABILIDAD

1. Importancia de la teoría de la probabilidad.
2. Revisión de conceptos básicos de probabilidad

3. Tipos de probabilidad
4. Reglas de probabilidad
5. Probabilidades en condiciones de independencia estadística
6. Revisión de las estimaciones previas de probabilidad: el teorema de Bayes.
7. Distribuciones de probabilidad
8. Variables aleatorias
9. Uso del valor esperado en la toma de decisiones
10. La distribución binomial
11. La distribución Poisson
12. La distribución normal
13. Elección de la correcta distribución de probabilidad

TESIS IV

INFERENCIA ESTADISTICA

1. Muestreo y distribuciones muestrales.
2. Estimación
3. Prueba de hipótesis
4. Aplicaciones al mundo real.

TESIS V

REGRESION Y CORRELACION SIMPLES

1. Introducción
2. Estimación mediante la línea de regresión
3. Análisis de correlación
4. Inferencias sobre los parámetros de la población
5. Uso de los análisis de regresión y correlación: limitaciones, errores y advertencias.
6. Aplicaciones al mundo real

TESIS VI

SERIES DE TIEMPO

1. Uso del análisis de series de tiempo
2. Variaciones en las series de tiempo
3. Análisis de tendencias
4. Variación cíclica
5. Variación estacional
6. Variación irregular

7. Ejemplo que incluye los cuatro componentes de una serie de tiempo.
8. Análisis de las series de tiempo en los pronósticos
9. Aplicaciones al mundo real.

BIBLIOGRAFIA

1. Berenson, M.L. y Levine, D.M. Estadísticas para Administración y Economía. Conceptos y aplicaciones. Nueva Editorial Interamericana, S.A. DE C.V. México. D.F. Primera edición, 1987.
2. Freund, J.E y Williams, F.J Elementos modernos de Estadística Empresarial. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Primera edición, 1985.
3. Hu, Teh-Wel. Econometría. Un análisis Introductorio. Fondo de Cultura Económica. México. Primera edición en español, 1979.
4. Kazmier, L.J. Estadística Aplicada a la Administración y Economía. Libros Mc-Graw Hill de México, S.A. de C.V. Serie de Compendios Schaum. México, D.F., 1987.
5. Levin R.I. Estadística para Administradores. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Segunda edición, 1988.
6. Salvatore, D. Econometría. Mc-Graw-Hill de México, S.A. 1985.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-40 METODOS DE INVESTIGACION

OBJETIVOS:

A. COMPRENSION:

1. Comprender el proceso de investigación científica en las áreas de la ciencia.
2. Comprender cuáles son la amplitud y los límites de la investigación científica, sus aplicaciones y usos.
3. Comprender las ventajas de la investigación científica realizada en forma colectiva, multidisciplinaria e institucional.
4. Comprender que las actividades de la investigación científica; los descubrimientos; las técnicas; los métodos y los instrumentos trascienden todas las barreras creadas por el hombre, así como también las barreras de tiempo y espacio.

B. ACTITUDES:

1. Fomentar en el estudiante el uso del pensamiento reflexivo y la rigurosidad metodológica al planificar y desarrollar la investigación científica.
2. Promover la adopción de principios éticos, profesionales y de respeto a la dignidad y sentimiento humano al usar sujetos de estudio de esta especie para la investigación científica.
3. Generar en los estudiantes una motivación para compartir, sin reservas ni egoísmos profesionales, sus experiencias, descubrimientos e inventos con los demás por medio de publicaciones orales y escritas.

C. CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES:

1. Aplicar el método científico a la investigación de problemas e hipótesis en el campo investigador.
2. Seleccionar el diseño experimental adecuado para maximizar la varianza experimental o sistemática, minimizar la varianza error y controlar las variables extrañas en las hipótesis sometidas a prueba experimental en sus investigaciones.
3. Establecer la diferencia entre las tipologías del conocimiento.
4. Diseñar proyectos de investigación.
5. Formular problemas de investigación en el campo específico de su especialidad.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-67 POLITICA DE EMPRESAS

1. OBJETIVO:

Establecer los conceptos básicos que se deben de tomar en cuenta a la hora de definir las políticas en el área financiera, de producción, mercadeo, administración de Recursos Humanos y políticas económicas, de modo tal que se tomen en cuenta los elementos de riesgo, oportunidad, amenaza, fortaleza, debilidad y responsabilidad empresarial, tomando en cuenta los valores corporativos y personales.

2. CONTENIDO:

TEMA 1. Naturaleza e importancia de la planeación estratégica. Qué es la planeación estratégica?. Por qué beneficia la planeación.

TEMA 2. La organización para la planeación estratégica Organización del proceso de la planeación estratégica. El ejecutivo en jefe y la planeación estratégica. La superación de los prejuicios en contra de la planeación.

TEMA 3. Consideraciones clave en la planeación, enfoques, alternativas de planeación, estilos cognoscitivos y valores. El análisis de la situación. Desarrollar misiones y propósitos comerciales. Desarrollar objetivos de la planeación a largo plazo. Formulación del programa de estrategias . Programación funcional a mediano plazo. Conversión de planeaciones estratégicas en decisiones actuales. Planeación de contingencia y exploraciones de futuros alternativos. La opinión del ejecutivo acerca de las técnicas analíticas para la planeación.

TEMA 4. Implantación de planes. Naturaleza y diseño de sistemas de control. Dimensión humana en la implantación.

TEMA 5. Evaluar y reactivar el sistema. Peligros a evitarse en la planeación estratégica. Evaluar el sistema de planeación y mantener un resultado alto.

TEMA 6. Aplicación de la experiencia con la planeación comercial en otras áreas. Planeación de la vida personal. Que le puede enseñar el sector privado al sector no lucrativo.

TEMA 7. Observaciones concluyentes. Estado actual del arte y tendencias futuras.

BIBLIOGRAFIA:

- SEXTON, WILLIAM P. Teorías de la Organización.
- JUN, JONG S. SORM, WILLIAM B. Las Organizaciones del mañana.
- YAVITZ, BORIS. Estrategia en acción
- BIERMAN, HAROLDK. Planeación Financiera Estratégica
- KAST, FREMANT. Administración en las Organizaciones
- ROBINS, STEPLEN. Comportamiento Organizacional
- FISTER, ROGER. El arte de negociar sin ceder
- DUBIN, ROBERT. La Estrategia y las Relaciones Humanas

6. Plantear hipótesis; objetivos (generales, específicos y metodológicos) en las investigaciones del campo sujeto de estudio.
7. Conocer los pasos del método científico y aplicarlos en las investigaciones que realice.
8. Conocer la teoría general del conocimiento desde una perspectiva epistemológica, psicológica y fenomenológica.
9. Establecer las diferencias entre un proceso evaluativo y el proceso investigativo.
10. Conocer y aplicar diferentes tipos de investigación
11. Conocer y aplicar el modelo clásico de la investigación científica.
12. Diferenciar la investigación cuantitativa de la cualitativa.

CONTENIDO:

1. Teoría general del conocimiento
2. Posibilidades del conocimiento
3. El origen del conocimiento
4. Principios éticos, ontológicos, etc. del conocimiento.
5. La ciencia y la investigación científica
 - 5.1 La Ciencia
 - Antecedentes
 - La ciencia y el método científico
 - Características del método científico
 - Métodos del conocimiento
 - Objetivos de la ciencia
 - La teoría en la ciencia
 - La teoría como sistema explicativo
 - Características de la teoría
 - Ciencias actuales y formales, y otras clasificaciones
 - La ley en la ciencia
 - 5.2 La investigación científica
 - Definición de investigación científica
6. La investigación y la evaluación
7. Tipos de investigación
 - Exploratoria
 - Descriptiva
 - Histórica
 - Causal-comparativo

- Cuasi-experimental y experimental
- Experimento de laboratorio, de campo y estudios de campo
- Ex post facto (no experimental)
- Estudios de correlación
- Participativa
- 8. El diseño de investigación
 - Significado
 - Propósito
 - Principios
 - Diseño de investigación: pre-experimentales, experimentales y cuasi-experimentales
- 9. Pasos del proceso investigativo.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. Ander-Egg | Técnicas de investigación social |
| 2. Brenes, A. | Los trabajos finales de graduación |
| 3. Bunge, Mario | La ciencia, el método y su filosofía |
| 4. Bunge, Mario | Ciencia y desarrollo |
| 5. Best, J.W. | Como investigar en educación |
| 6. Campbell y Sbanley | Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social |
| 7. Galturg, J. | Teoría y métodos en la investigación social |
| 8. Selltiz, C. y otros | Métodos de investigación en las relaciones humanas |
| 9. Messen, J. | Teoría del conocimiento |
| 10. Kerlinger, F.N. | Investigación del comportamiento |
| 11. Sierra Bravo, R. | Técnicas de investigación social |
| 12. Sierra Bravo, R. | Epistemología, Lógica y Metodología |
| 13. Venegas, P. | Algunos elementos de la investigación |
| 14. Pardinás, F.. | Metodología y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales |
| 15. Rodríguez, R. | Introducción a la Investigación. |
| 16. Barahona, Abel y Francisco. | Metodología de los trabajos científicos. |
| 17. Weiss Carol. | Investigación Evaluativa. |
| 18. | Normas sobre Tesis y Tesinas
Universidad Internacional de las Américas. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-44 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

OBJETIVOS DEL CURSO:

Conocer y analizar los diferentes aspectos que afectan la toma de decisiones en Publicidad desde un punto de vista gerencial.

Analizar algunos temas actuales de interés nacional, relacionados con el mercadeo internacional.

Conocer y analizar las etapas relevantes que afectan un proyecto de exportación.

CONTENIDOS:

1. Introducción
2. La mezcla de mercadeo. Segmentación de mercados.
3. Introducción al mercadeo internacional, etapas de un proyecto de exportación. Requisitos y trámites.
4. Penetración de un mercado extranjero y presentación de factores actuales que afectan el mercadeo internacional.
5. Introducción a la Publicidad, antecedentes de la publicidad moderna.
6. Funciones de la publicidad. Tipos de publicidad.
7. Proceso de planeación de la publicidad. La espiral de la publicidad. Etapas de la publicidad. Mercadotecnia meta. Posicionamiento de un producto.
8. Proceso de administración de la publicidad. Agencias publicitarias. Selección, contratación, organización, coordinación y control. Asignación de presupuestos.
9. Estrategia de medios publicitarios. Terminología de medios. Metas de publicidad y metas de mercadotecnia.
10. Medios publicitarios. Televisión, prensa, revistas, radio y publicidad exterior. Ventajas y desventajas de cada medio. Datos sobre hábitos de exposición del costarricense a los principales medios publicitarios.

11. Mercadeo directo. Aplicación actual. Medición de la respuesta. Combinación de medios publicitarios. Correo directo y telemercadeo.
12. Promociones y ventas. Tipos de promociones. Objetivos de publicidad y las promociones.
13. Aspectos legales de la publicidad en Costa Rica. Código de ética publicitaria.

BIBLIOGRAFIA:

PUBLICIDAD:	Otto Klepner's.
PUBLICIDAD:	Antrim William A.
FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA:	Kotler Phillip.
INVESTIGACION DE MERCADOS	Aaker, David
MERCADOTECNIA	Bell, Arthur
MERCADOTECNIA DIRECTA	Edward, L.
INSVESTIGACION DE MERCADOS	Kinnear, Thomas
DIRECCION COMERCIAL	Rewoldt, Stewart
ROSIONAMIENTO	Ries, Al
MERCADOTECNIA	Schewe, Charles.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

CURSO: FINANZAS AVANZADAS

CODIGO: AE-41

OBJETIVOS:

Estimular en el estudiante una actividad de análisis crítica y rigurosa de los criterios que se siguen en la toma de decisiones financieras relacionadas con situaciones complejas e inciertas.

Conocer cómo afecta la inflación y devaluación a los diferentes aspectos financieros y los presupuestos de capital.

Evaluar el riesgo en las decisiones de inversión.

Conocer y ver diferentes puntos para la toma de decisiones sobre el costo de capital.

CONTENIDO:

- 1- Presentación, introducción y definición.
- 2- Consideraciones especiales en los métodos de evaluación de inversión: vidas económicas desiguales. CAUE. Tires múltiples. Analogía y diferencias: VAN Y TIR
- 3- Rentabilidad Recursos Propios
- 4- Efectos en inflación, devaluación
- 5- Costo de capital
- 6- Costo de capital y rendimiento requerido
- 7- Arriendo vs compra
- 8- El riesgo y la incertidumbre. Decisiones de inversión
- 9- Simulación en la presupuestación de inversión
- 10- Programación lineal en decisiones de inversión

BIBLIOGRAFIA:

- Decisiones de inversión en la Empresa
Marín, Kethelhon

- Análisis de proyectos
Marín, Kethelhon

- Administración Financiera Bajo riesgo
González, Cortés

- Administración financiera e inflación
Bierman, Harold

- Fundamentos de Administración Financiera
Block, Stantley

- Análisis Financiera
Mao, Jones

- Fundamentos de Administración Financiera
Van Horne, James

- Strategie Hurdle Rates for Cafial Investment
Donald Son, G.

- Risk Analysis in Capital Investment
Hertz, D.B.

- Three problems in rationing capital
Lorie, JH.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-43 PRODUCCION

OBJETIVO:

El curso de producción tiene el objetivo de que los estudiantes de la carrera de Administración se preparen en el uso de las técnicas para el análisis de procesos productivos de tal forma que puedan determinar la productividad en el uso de los recursos.

CONTENIDOS:

1. PLANEACION DE LA PRODUCCION:
Objetivos de la planeación, lineamientos, métodos de planeación.
2. PRONOSTICOS:
Importancia, variables de decisión, métodos de progresión y correlación, promedios móviles, suavización exponencial. Método de Winter.
3. MODELOS DE INVENTARIOS:
Compra y producción, con o sin déficit.
4. DIAGRAMAS E INTRODUCCION AL ESTUDIO DE METODOS:
5. BALANCEO DE LINEAS.
6. PROGRAMACION DE PRODUCCION: Proceso continuo.
7. PROGRAMACION DE PRODUCCION: Proceso intermitente.
8. PROGRAMACION LINEAL: Definición, planteamiento de problemas, método gráfico.
9. LOCALIZACION DE PLANTA.
10. DISTRIBUCION DE PLANTA.

BIBLIOGRAFIA:

1. "Gerencia de Producción y Operaciones". Raymond Mayer.
2. "Administración y Dirección Técnica de la Producción". Elwood Buffa.
3. "Sistemas de Producción". James L. Riggs.
4. "Distribución de Planta". MOTHER.
5. "Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa". C.O.EPPEN Y F.J. GOULD.
6. Administración de la Producción y de las Operaciones. EVERETT. E. ADAM, Jr. & RONALD J. EBERT.
7. Ingeniería Industrial: Estudio de tiempos y movimientos. BENJAMIN NIEBEL.
8. "La Producción Industrial". KEITH LOCKYER.
9. Sistemas de Producción. Irwin, HS.
10. Nuevos niveles y sistemas de distribución. Kaish, WC.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO GENERAL:

El estudiante desarrollará la capacidad para analizar y tomar decisiones estratégicas. Para esto requiere que aplique los conocimientos de las áreas funcionales (principalmente mercadeo, producción y finanzas).

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Saber identificar las diferentes estrategias genéricas en diferentes tipos de empresas.

Poder identificar la responsabilidad del gerente general dentro del proceso estratégico.

Saber que es un planeamiento estratégico, su utilidad y sus limitaciones.

Poder identificar la mejor estrategia según las características del sector industrial.

Identificar las reacciones que podrá tener la organización a un cambio de estrategia.

CONTENIDOS:

- 1.- Introducción a la estrategia empresarial.
- 2.- Crown Cork and Seal Co.
- 3.- La Estrategia Competitiva en acción
- 4.- Aplicaciones de la Estrategia Competitiva
- 5.- El Arte de la Estrategia Planificada
- 6.- El Arte del Pensamiento Estratégico
- 7.- Elaboración de estrategias a partir de la curva de experiencia.
- 8.- Diagnósis Organizativa.
- 9.- Acción Organizacional.

- 10.- El Gerente General en el papel de estratega.
- 11.- La Gerencia General nos incumbe a todos.
- 12.- Estrategia Competitiva.
- 13.- El papel del liderazgo en la consecución de los fines.

BIBLIOGRAFIA:

- Sexton, William Teorías de la Organización

- Jun, Jong Las Organizaciones del Mañana
 Storm, William

- Thomas, John El Control Estratégico

- Uyterhaeven, Hugo La estrategia y la organización

- Kast, Fremont Administración en las organizaciones

- Yavitz, Boris Estrategia en acción

- Levin, Richard Enfoques cuantitativos a la
 Administración

- Wehrich, Heinz Excelencia administrativa

- Porter, Michael Estrategia competitiva

- Ackoff, Russell Cápsulas de Ackoff

- Gilbreath, Robert La estrategia del cambio

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-68 PASCAL

OBJETIVO :

INTRODUCIR AL ESTUDIANTE EN EL AMBIENTE DE PROGRAMACION DE COMPUTADORES. ENSEÑAR Y DESARROLLAR EL LENGUAJE PASCAL.

CONTENIDOS :

- 1.- CONCEPTOS BASICOS
 - 1.1 CONCEPTO DE PROGRAMA
 - 1.2 COMPILACION
 - 1.3 CONCEPTO DE VARIABLES
 - 1.4 TIPO DE VARIABLES SIMPLES
 - 1.5 REGLAS DE SINTAXIS EN PASCAL
 - 1.6 USO BASICO DE ARCHIVOS

- 2.- ESTRUCTURAS BASICAS
 - 2.1 CONDICIONES
 - 2.2 IF, CASE
 - 2.3 CICLOS
 - 2.4 TIPOS DE CICLO
 - 2.5 WHILE
 - 2.6 FOR, REPEAT COMO ALTERNATIVAS

- 3.- PROCEDIMIENTO Y FUNCIONES
 - 3.1 CONCEPTO Y USO DE SUBROUTINAS
 - 3.2 PROCEDIMIENTO PARA AHORRO DE CODIGO
 - 3.3 PARAMETROS
 - 3.4 USO DE FUNCIONES

- 4.- ARREGLOS
 - 4.1 UTILIDAD DE LOS ARREGLOS
 - 4.2 ARREGLOS DE UNA DIMENSION
 - 4.3 ARREGLOS COMO PARAMETROS

- 5.- ARREGLOS MULTIDIMENSIONALES
 - 5.1 CONCEPTO
 - 5.2 DEFINICION
 - 5.3 MAS DE DOS DIMENSIONES

BIBLIOGRAFIA :

- PASCAL OPERATIVO
WOOD, PHILLIPH
- PROGRAMACION PASCAL
WHITE, THOMAS
- TURBO PASCAL
BARLAND INTERNATIONAL
- PASCAL
DALE, MELL
- MP/PASCAL PROGRAMMER'S REFERENCIAL
DATA GENERAL CORP.
- PROGRAMACION EN PASCAL
GOTTFRIED, BRYAN
- PROGRAMACION EN PASCAL
KELLER, ARTHUR
- PASCAL
KOFFMAN, ELIOTT
- PASCAL AVANZADO
SAND, PAUL
- ESTRUCTURA DE DATOS EN PASCAL
TENEMBAUM, AARON.
- PASCAL HAND BOOK
- HENNESELD, JULIAM
TURBO PASCAL CON APLICACIONES
- BAJAR, RIOS
LENGUAJE PASCAL

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS
AE-69 AUDITORIA DE SISTEMAS COMPUTACIONALES

Objetivos

Proporcionar al estudiante los conceptos de auditoría más importantes, para el desempeño de los sistemas de información, con énfasis en procesamiento de datos y toma de decisiones.

Contenidos:

1- Introducción a los conceptos de procesamiento de datos e información .

1.1.Datos e información.

1.1.1.- Definición de datos

1.1.2.- Definición de información

1.1.3.- La función de la información

1.2. Producción de información.

1.2.1.- Operaciones con los datos

1.2.2.- Método de procesamiento de datos

1.3.- Aspectos económicos de la información.

1.3.1.- El costo de la información

1.3.2.- El valor de la información

1.4.- Estudio general de los sistemas de información .

1.4.1.- Definición de los sistemas de información .

1.4.2.- La función de la computadora y su tecnología

2- MARCO TEORICO DE LA AUDITORIA DE SISTEMAS

2.1.- Seguridad en los sistemas de información

2.2.- Relación entre seguridad e integridad

2.3.- Por qué Auditoría de Sistemas

2.4.- La Auditoría de los Controles

2.5.- La responsabilidad de Auditoría de Sistemas

3. CONTROLES INTERNOS EN EL PROCESAMIENTO ELECTRONICO DE DATOS.

3.1.- Uso de la computadora para evaluar

3.2.- Auditoría operacional del P.E.D.

3.3.- Análisis operativo del P.E.D.

3.4.- Estudio organizacional

3.5.- Controles

3.5.1.- Entrada de datos

3.5.2.- Consistencia y Validación

3.5.3.- Integridad y Exactitud de los datos fijos

3.5.4.- Transacciones rechazadas

3.5.5.- Datos de Salida

3.5.6.- Software

3.5.7.- Sobre las operaciones

3.5.8.- Generales

3.5.9.- Continuidad del procesamiento

3.5.10.-Recuperación de Sistemas en línea

3.6.- Auditoría en la Investigación de sistemas

3.6.1.- Control Administrativo del Proceso de Desarrollo

3.6.2.- Control de Prueba de Sistemas Nuevos

3.6.3.- Implantación de Sistemas Nuevos

3.7.- Auditoría posterior a la implantación

4- PROBLEMAS CLAVES DE SISTEMAS DE INFORMACION

4.1.-Planificación de los Sistemas

4.2.-Computación para usuarios finales

4.3.-Desarrollo de "software"

4.4.-Eficacia y productividad del Departamento de S.L.

4.5.-Tecnologías de Sistemas de Información

4.6.-Recursos Humanos de Sistemas de Información

5.- EVALUACION Y AUDITORIA DE "SOFTWARE"

5.1.- Prueba con los datos del Auditor

5.2.- Simulación en paralelo

5.3.- Verificación integrada de la instalación

5.4.- Método de rastreo

6- EL PLAN DE CONTINGENCIAS

6.1.- Planeación del Proyecto

6.1.1.- Consideraciones Principales

6.1.2.- Matriz de contingencia

6.2.- Evaluación de daños

6.3.- Adquisición de Equipos

6.4.- Comunicaciones

6.5.- Suministros

6.6.- Preparación de Datos

6.7.- Recuperación de Programas

7- AUDITORIA EN MICROCOMPUTADORES

7.1. Implicaciones de los Microcomputadores

7.2. Auditoría de Microcomputadores

7.3. Amenazas y Riesgos

7.4. Cómo controlar los microcomputadores

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|--------------------|--|
| WEBER, Ron. | EDP Auditing. Conceptual, Foundations and Practice. Mc. Graw Will. |
| BAZORAA, Makuter | Programacion Lineal y Flujo en Redes |
| CHORAJAS, Dimitris | Computer Information Systems |
| CHORAJAS, | Dimitris de la Communications for Distributed Information |
| DAVIS, William | Sistemas Operativos de la Computación |
| DE MARCO, Tom | Sistemas De Información |
| DEITEL, Harvey | Introduction to Operating Systems |
| DIXON, Doll | Data Communications |

2.6.3. Controles a la entrada de datos

2.6.4. Matriz de controles de entrada

2.7. CONSIDERACIONES DEL DISEÑO FISICO

2.7.1. Determinación

2.7.2. Cálculo para el diseño físico

2.7.3. Respaldo de archivos

2.7.4. Recuperación de Archivos

4. DISEÑO DE LOS CONTROLES DEL SISTEMA

3.1. Controles externos y seguridad

3.2. Controles internos

3.3. Uso de matrices de controles

4. IMPLEMENTACION E IMPLANTACION

4.1. Pruebas

4.2. Métodos de conversión

BIBLIOGRAFIA:

1. SILVA, B. Federico, Análisis Diseño y Práctica, Editorial: Tecnología de Costas.
2. SENN, James. Análisis y Diseño de Sistemas. Editorial Mc Graw-Hill. Mexico

- 1.5. ESTRATEGIA DE DESARROLLO MONOLITICO
 - 1.5.1. Características de la estrategia
 - 1.5.2. Condiciones para su uso
- 1.6. ESTRATEGIA DE DESARROLLO INCREMENTAL
 - 1.6.1. Características de la Estrategia
 - 1.6.2. Condiciones para su uso
- 1.6. ESTRATEGIA DE DESARROLLO INCREMENTAL
 - 1.6.1. Características de la Estrategia
 - 1.6.2. Condiciones para su uso
- 1.7. ESTRATEGIA DE DESARROLLO EVOLUTIVO
 - 1.7.1. Características de la Estrategia
 - 1.7.2. Condiciones para su uso
- 1.8. CAMINO DE DESARROLLO:
 - SENN
 - SILVA
 - PROPUESTA PRIVADA

2- DISEÑO DEL SISTEMA COMPUTARIZADO

- 2.1. CONCEPTO DE DISEÑO
- 2.2. OBJETIVOS DEL DISEÑO CONCEPTUAL
 - 2.2.1. Documentación del diseño conceptual
 - 2.2.2. Fases del diseño conceptual
 - 2.2.3. Diagrama de diseño conceptual
- 2.3. CONCEPTOS DE DISEÑO ESTRUCTURADO
 - 2.3.1. Concepto de módulo
 - 2.3.2. Concepto de vinculación y tipos
 - 2.3.3. Concepto de cohesividad y tipos
 - 2.3.4. Concepto de estructura
- 2.4. DIAGRAMA DE LA ESTRUCTURA LOGICA DE DATOS
- 2.5. DISEÑO DE LA SALIDA DE SISTEMAS
 - 2.5.1. Diseño lógico de la salida
 - 2.5.2. Selección de los métodos de salida
 - 2.5.3. Matriz de controles de salida
- 2.6. DISEÑO A LA ENTRADA DE SISTEMAS
 - 2.6.1. Objetivos del diseño de entrada.
 - 2.6.2. Diseño de documentos fuentes para captura de datos.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-70 CURSO SISTEMAS DE INFORMACION II

OBJETIVO:

Desarrollar los enfoques teóricos y prácticos que permitan al estudiante una capacitación tal, que puedan realizar el desarrollo de sistemas de información, con énfasis en las etapas de diseño e implantación de los mismos.

Este curso se fundamenta en un alto desarrollo teórico de sistemas, que serán la base necesaria para una fácil asimilación de técnicas y estrategias que podrán ser usadas en el desarrollo real y práctico de sistemas de información de cualquier índole.

Se capacitará al estudiante con el uso de metodologías estructuradas para el desarrollo de sistemas, de manera tal que el desarrollo de los mismos satisfaga los requerimientos de los usuarios de una manera eficaz y eficiente.

CONTENIDO:

1. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE SISTEMAS

1.1. CARACTERISTICAS DE LOS SISTEMAS

1.1.1. Sistemas de procedimiento de transacciones

1.1.2. Sistemas de decisiones administrativas

1.1.2.1. Sistemas de apoyo a la toma de decisiones.

1.1.2.2. Sistemas de Información Gerencial.

1.2. CLASIFICACION DE LAS SOLICITUDES DE DESARROLLO.

1.2.1. Solicitudes operacionales

1.2.2. Solicitudes gerenciales

1.3. CLASIFICACION DE APLICACIONES

1.3.1. Estructuradas, su concepto y desarrollo

1.3.2. No estructurada, su concepto y desarrollo

1.4. EL CONCEPTO DEFECTO DE DURACION EN EL DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACION.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS
AE-71 ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO

OBJETIVO:

Brindarle al estudiante los conocimientos básicos sobre la planificación, desarrollo, organización, ejecución y control en centros de cómputo.

CONTENIDOS:

1. Gerencia y planificación estratégica
2. Conceptos básicos de administración y organización
3. Organización del centro de cómputo
 - 3.1- Localización
 - 3.2- Organización
 - 3.3- Centralización
 - 3.4- Descentralización
 - 3.5- Dotación y motivación del personal
4. El plan de informática
 - 4.1- Recolección de información
 - 4.2- Preparación del plan
 - 4.3- Aprobación de los planes
 - 4.4- Ejecución del plan
5. Planificación y administración de los recursos
 - 5.1- Presupuestos
 - 5.2- Capacitación
 - 5.3- Proyectos
 - 5.4- Operaciones
 - 5.5- Costos
6. Control y evaluación
 - 6.1- "Software" de cuarta generación
 - 6.2- Adquisición de "software"
7. Licitaciones

BIBLIOGRAFIA

- Sallenave, Jean-Paul. Gerencia y Planeación Estratégica. Editorial Norma S.A. Colombia 1985.
- Alberth, Kenneth J. Manual de Administración Estratégica. Mc Graw Hill. México 1980.
- Terry George R. Principios de Administración. Editorial Continental. México 1980.
- Chruden/Sherman. Administración de Personal. Cecsá. México, 1986.
- Pfiffner/Sherwood. Organización Administrativa. Herrera, Hnos. México 1977.
- Benjamín, Robert I Control del ciclo de desarrollo de sistemas de información. Limusa, México. 1973.
- Talbot, J.R. La Dirección y Seguridad del Ordenador. Hispano Europea S.A. España, 1984.
- Tangui, J. Elección y compra del software de gestión. Deusto S.A. España, 1984.
- Hannam, James. EDP Auditing. Aurbach. U.S.A. 1982.
- G. Davis y M. Olson. Sistemas de Información Gerencial Mc Graw Hill. México. 1989.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS
AE-72 ADMINISTRACION Y CONTROL DE PROYECTOS

OBJETIVO:

Capacitar al estudiante con herramientas que le permitan el establecimiento de una metodología, para la PLANIFICACION, EJECUCION, CONTROL Y EVALUACION de proyectos automatizados.

CONTENIDOS:

1. Conceptos Generales:
 - 1.1- El concepto de proyecto
 - 1.2- Necesidad de la administración
 - 1.3- El ciclo del proceso administrativo de un proyecto.
 - 1.4- Elementos de la organización
 - A. Unidad de tiempo
 - B. Especificación de la semana de trabajo
 - C. Calendarización de las actividades
 - D. Recursos

2. El estudio de la factibilidad
 - 2.1- Estudio de mercado
 - 2.2- El sistema existente
 - 2.3- Análisis de paquetes
 - 2.4- Criterios de decisión
 - 2.5- Análisis de opciones
 - 2.6- Factibilidad técnica
 - Factibilidad operacional
 - Factibilidad económica

3. Administración de Proyectos
 - 3.1- Elementos fundamentales
 - A. La administración del proyecto
 - B. Metodología para el desarrollo
 - C. Técnicas o herramientas
 - 3.2- Funciones del director de proyecto
 - A. Planificación
 - B. Organización
 - C. Administración de personal
 - D. Dirección
 - E. Control

4. Planificación de proyectos
 - 4.1- Proyectos pequeños
 - A. Especificación de objetivos

- B. División del trabajo en tareas
- C. Estimación de recursos
- D. Normas y procedimientos
- E. Calendarización
- F. Presupuesto

4.2- Planificación de proyectos grandes

- A. Plan general
- B. Plan de fases
- C. Plan de organización
- D. Plan metodológico
- E. Administración de la configuración
- F. Administración de recursos
- G. Documentación, pruebas e instalación
- H. Calendarización de actividades

5. Organización del Proyecto

- 5.1- Estructura organizacional
- 5.2- Organización funcional
- 5.3- Organización de proyectos
- 5.4- Organización matricial
- 5.5- Estructura del grupo de trabajo

6. Dirección del proyecto

- 6.1- Selección del personal
- 6.2- Adiestramiento y evaluación
- 6.3- Control del proyecto
 - A. Control de tiempo, costo y recursos
 - B. Control de calidad
- 6.4- Herramientas para control
 - A. PERT/CPM
 - B. Matriz de seguimiento
 - C. Desarrollo de unidades

7. Análisis de costos y beneficios

- 7.1- Costo del sistema actual
- 7.2- Costo estimado para desarrollo del sistema propuesta
- 7.3- Costo de operación del sistema propuesto
 - A. Clasificación de beneficios (tangibles/intangibles)
 - B. Punto de equilibrio

8. Estudio financiero

- A. Vida útil esperada
- B. Flujo de efectivo
- C. Resumen de costos
 - a) Mano de obra
 - b) Equipo

- c) Espacio
 - d) Servicios auxiliares
 - e) Materiales
 - f) Gastos generales
- 8.1- Valor actual neto (VAN)
8.2- Tasa interna de retorno (TIR)

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---|--|
| LUCAS JR, HENRY C. | Sistemas de Información,
Editorial PARANINFO,
Madrid, España 1984 |
| LUCAS JR, HENRY C. | Conceptos de los Sistemas
de Información para la
Administración, Editorial
Mc Graw Hill |
| BURCH Jr. JOHN G. Y
STRATER Jr. FELIX R. | Sistemas de Información
Teoría y Práctica.
Editorial LIMUSA. |
| ASHLEY, Ruth. | Diseño de Proyectos
Computacionales |
| BERS, Lucas. | Desarrollo y Control de
Proyectos. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-81 AUDITORIA III

OBJETIVO :

DAR A CONOCER AL ESTUDIANTE LA IMPORTANCIA DE LA AUDITORIA COMO PROFESION Y ACTIVIDAD, Y DOTARLO DE LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EJERCER EN FORMA EFICIENTE ESTA PROFESION.

CONTENIDOS :

- 1.- EL CONTADOR PUBLICO
- 2.- LA CONTADURIA PUBLICA COMO PROFESION
- 3.- LA ETICA PROFESIONAL
- 4.- DIFERENCIA ENTRE AUDITORIA INTERNA Y EXTERNA
- 5.- EL ARCHIVO PERMANENTE
- 6.- PAPELES DE TRABAJO EN LA AUDITORIA
- 7.- INICIACION DE LA AUDITORIA
- 8.- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE ACTIVO CORRIENTE
- 9.- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE OTROS ACTIVOS
- 10- AUDITORIA SOBRE ACTIVOS DE LARGO PLAZO
- 11- AUDITORIA SOBRE PASIVOS
- 12- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE CAPITAL
- 13- PLANEACION Y CONTROL DE PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIA
- 14- NORMAS DE CONTROL INTERNO

- 15- LOS PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD Y SU APLICACION
- 16- EL PROCESO ELECTRONICO DE INFORMACION
- 17- EL MUESTREO ESTADISTICO
- 18- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE RESULTADOS
- 19- CONCLUSION DE UNA AUDITORIA
- 20- INFORME DE AUDITORIA Y SU FORMULACION

BIBLIOGRAFIA :

- INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PUBLICOS.-
DECLARACION SOBRE NORMAS DE AUDITORIA,
- MEIGS, WALTER.- PRINCIPIOS DE AUDITORIA, EDITORIAL
DIANA, MEXICO.
- COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DE COSTA RICA
NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIA.
- THIERAUF, ROBERT J.- AUDITORIA ADMINISTRATIVA
EDITORIAL LIMUSA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-74 FINANZAS INTERNACIONALES

OBJETIVO :

ANALIZAR LAS REGLAS QUE RIGEN LAS FINANZAS INTERNACIONALES, INCIDENCIAS EN LA BALANZA COMERCIAL, LAS RESERVAS MONETARIAS, Y LOS FACTORES CONDICIONANTES DEL TIPO DE CAMBIO.

CONTENDIOS :

- 1.- CONSIDERACIONES DEL RIESGO INTERNACIONAL
- 2.- INVERSIONES EN EL EXTRANJERO
- 3.- GRAVAMENES FISCALES
- 4.- RIESGO POLITICO
- 5.- TRATAMIENTO CONTABLE
- 6.- ADMINISTRACION DEL RIESGO MONETARIO
- 7.- PROTECCION CONTRA FLUCTUACIONES
- 8.- MERCADO DE CAMBIOS A FUTURO
- 9.- INFLACION, TASAS DE INTERES Y TASAS DE CAMBIO
- 10- TRUEQUE DE MONEDA EXTRANJERA
- 11- PRESTAMOS PARALELOS
- 12- AJUSTE DE LAS CUENTAS INTERCOMPAÑIAS
- 13- FINANCIAMIENTO MULTINACIONAL
- 14- FINANCIAMIENTO EXTERNO
- 15- PRESTAMOS DE BANCOS COMERCIALES Y CUENTAS MERCANTILES
- 16- FINANCIAMIENTO MEDIANTE EURODOLARES
- 17- FINANCIAMIENTO INTERNACIONAL POR BONOS

BIBLIOGRAFIA :

- BUCHANAN** **INTERNATIONAL FINANCE**
- CROOME** **THE DILEMMA OF DEVELOPMENT**
- FERN** **THE ESTABLISHMENT OF BRITISH INVESTMENT IN ARGENTINA**
- RIPPY** **BRITISH INVESTMENTS IN LATIN AMERICA**
- TEW** **INTERNATIONAL MONETARY COOPERATION**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-75 TEORIA DEL COMERCIO

1.- OBJETIVO:

Tiene por objetivo analizar el marco de referencia Nacionales y Mundiales en el que se desenvuelven las Relaciones Internacionales en el presente, tanto desde el punto de vista teórico como práctico. Dar al estudiante, en forma pormenorizada, el panorama institucional y funcionamiento de los organismos y mecanismos que rigen y conforman estas relaciones, proyectando su accionar hacia los años venideros.

2.- CONTENIDO:

- 1- Relaciones Económicas Internacionales
- 2- División internacional del trabajo
- 3- Movimientos Internacionales de Mercancías
- 4- Los Sujetos de las Relaciones Económicas Internacionales.
- 5- Términos del intercambio.
- 6- Los países en vías de desarrollo en el comercio internacional.
- 7- Ley del valor y formación de precios.

3.- BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|------------------------------|---|
| SABORIO SYLVIA. | Elementos de Economía UNED, 1979. |
| PIEDRA SANTA ARANDI, RAFAEL. | Moneda Desarrollo Capitalista. Problemas Monetarios de Post-Guerra, #1 U. de Guatemala, 1978. |
| MANUAL DE ECONOMIA POLITICA. | ED. Riunite , Madrid. |

- BERTEL, OHLIN. COMERCIO INTERREGIONAL E INTERNACIONAL.
BARCELONA, 1971.
- WARD RICHARD. FINANZAS INTERNACIONALES, ED TROQUEL.
- P.T. ELLSWORTH-J. CLARK LECTH. Comercio Internacional.
- B.S. COHEN. Política de Balanza de Pagos.
- SAVELLY, WILLIAM P. Teoría de los Sistemas Económicos.
- KAPLAN. Cooperación Económica Internacional.
- P. NIKITIN. Economía Internacional.
- SALVATORE, DOMINICK. Economía Internacional. Ed. Mc Graw-Hill.
- A. RUMIANTSEV. Economía Política. Ed. Progreso Moscú.
- FURTADO, CELSO. Teoría y Política del Desarrollo Económico.
Ed. siglo XXI.
- DIAZ ARIAS, RAFAEL. Financiamiento externo.
- GONZALEZ TRUQUE, GUILLERMO. Apuntes sobre economía
costarricense. U.C.R.
- LIPSEY, RICHARD E. Introducción a la economía positiva.
Barcelona, 1977.
- M.H. SPENCER. Economía Contemporánea. Ed. Reverté S.A.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-76 INVESTIGACION DE MERCADOS

OBJETIVO :

ANALIZAR Y DESARROLLAR LOS ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL DESARROLLO DE UNA INVESTIGACION DE MERCADOS.

CONTENIDOS :

- 1.- FORMULACION DE LOS PROBLEMAS A ANALIZAR
- 2.- FORMULACION DE LA HIPOTESIS DEL PROYECTO DE INVESTIGACION
- 3.- CONSTRUCCIONES VARIABLES Y DEFINICION DE VARIABLES
- 4.- PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACION
 - 4.1 INVESTIGACION PREVIA
 - 4.2 INVESTIGACION DEFINITIVA
- 5.- METODOS BASICOS DE RECOLECCION DE DATOS
- 6.- FORMULARIOS PARA LA RECOPIACION DE DATOS
- 7.- TECNICAS DE MUESTREO
 - 7.1 MUESTREO PROBABILISTICO
 - 7.2 PRUEBA DE HIPOTESIS
- 8.- ANALISIS DE LOS DATOS
- 9.- ACEPTACION Y RECHAZO DE LAS HIPOTESIS

BIBLIOGRAFIA :

- | | |
|--------------------|---------------------------|
| -WESTFALL, RALPH | INVESTIGACION DE MERCADOS |
| -BAYD, HARPER | INVESTIGACION DE MERCADOS |
| -HORNGUEN, CHARLES | COST ACCOUNTING |
| -KETELHOHN, WERNER | MUESTREO PROBABILISTICO |
| -LINDENBERG, MARC | DISENO DE INVESTIGACION |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-73 COMERCIO INTERNACIONAL

1- OBJETIVO:

Estudiar la evolución e importancia del comercio internacional a través de distintas etapas, hasta la época actual.

2- CONTENIDO:

1. El comercio internacional dentro de las relaciones económicas internacionales.
2. La teoría del comercio internacional.
3. Principales características de la evolución del comercio internacional contemporáneo.
- 4- El comercio exterior de los diferentes grupos de países (desarrollados, en vías de desarrollo y socialismo).
- 5- Instrumentos de política comercial.
- 6- La promoción de las exportaciones.
- 7- La importancia del Gatt y la Unctad en el comercio internacional.
- 8- El sistema generalizado de preferencias.
- 9- Los mercados internacionales y el Marketing Internacional
- 10- El contrato de compra-venta internacional.
- 11- El comercio exterior de Costa Rica.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|-----------------------|---|
| KINDELBERGER. | Economía Internacional. |
| ELLSWORTH Y LEEILLITH | Comercio Internacional. |
| HERNANDEZ, JOSE | Repercusión en las Exportaciones de los Métodos Comerciales |
| SANCHEZ, ANA TERESA | Las "Tradings Companies" |
| MONGE, RICARDO | Políticas de Protección e Incentivos |
| RAMIREZ, GONZALO | Finanzas Internacionales |
| TACSAN, RODOLFO | Comercio Internacional |
| RIVERA, JOSE | Banca Internacional |
| GRANELL, FRANCISCO | La exportación y los mercados internacionales |
| CADEXCO | Exportación. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-86 PRODUCCION PUBLICITARIA

I. OBJETIVOS:

1. Conocimientos de los elementos y pasos necesarios para la producción impresa en publicidad desde el diseño hasta la impresión final.
2. Desarrollo de las habilidades requeridas para el manejo del proceso de producción impresa.
3. Que los alumnos se capaciten para la realización de comerciales de T.V., así como cuñas de radio.

II. CONTENIDOS:

TEMA 1- DEPARTAMENTO DE ARTE: ORGANIZACION

- Diferentes Sistemas de Trabajo:
- Grupos de Diseño
- Grupos de Diseño Creativo
- Como Trabaja un Diseñador
- Elementos que Utiliza un Diseñador
- Como Presentar los Trabajos de Diseño
- Especializaciones en el Area de Diseño Publicitario.
- Diseño de Empaques
- Diseño Infantil
- Diseño Humorístico
- Diseño Prensa
- Diseño P.O.P
- Lo Debe de Conocer un Diseñador
- Composición
- Moda
- Composición de Arte Pictórico (Técnicas)
- Conocer las Diferentes Tendencias en la que se Refiere a su campo.
- Por qué debe conocer un Diseñador lo anterior y en la que beneficia?
- Prácticas de Diseño, Concepto y Presentación.

TEMA 2. MONTAJE

- Labor del Montador
- Conocimientos del Montador (Tipografía, Fotomecánica, Impresión)
- Elementos de Uso Diario
- Sistemas de Trabajo
- Comunicación Entre Diseñador y Montador
- Responsabilidades

TEMA 3. TIPOGRAFIA

- Las Diferentes Tipografías (Serif.Sans Serif) y sus usos.
- Cómo escoger la tipografía con respecto al Producto.
- Cómo Identificar un producto por su tipo
- El uso de la Italic o Itarica
- Puntaje Mínima Recomendada
- Cálculo de Textos
- Cómo Indicar un Texto para Levantar
- La Ilustración y el Retoque Fotográfico
- Técnicas
- Proceso
- Aerógrafo y su uso
- Fotografía
- Formatos y usos
- Según el Mismo
- Separación de Color
- Cómo Indicar una Selección de Color
- Puntajes Usados
- Prensa
- Litografía
- Revistas
- Proceso
- Negativos Finales

TEMA 4. DIFERENTES TIPOS DE IMPRESION

IMPRESION:

- Uso General
- Métodos de Operaciones

LITOGRAFIA:

- Y sus Recursos de Alta Calidad Reimpresión
- Todo lo que Ofrecen
- Sistemas de Impresión según Máquinas

SERIGRAFIA:

- Y sus Diferentes Usos
- Ventajas y Limitaciones de Impresión

FLEXOGRAFIA:

- Su Utilización en los Diferentes Productos (Bolsas, Empaques)
- Sistemas de Impresión
- Impresión Continua

EL DUOTONO:

- Su Utilización en Prensa y Litografía.
- Papeles y Cartulina (Escogencia) Las Diferencias y usos según las Necesidades Gráficas (Texturas).

El Uso del Pantone y la Escala de Color Aprovechamiento.

Qué son los Troqueles y para que se Utilizan en Empaques y P.O.P.

Diferentes Tamaños de papeles y la Utilización al Máximo (Tamaños de Corte).

Diferentes Tipos de Dobleces y Cuándo Utilizarlos

El Uso del Relieve, Estampado y Troquelado.

Cómo Hacer una Cotización para una Impresión.

TEMA 5

INTRODUCCION:

- Video
- Cine
- Iluminación
- Equipo de Campo
- Equipo de Post-Producción

TEMA 6.

ESTRUCTURA GUIÓN PARA TELEVISION

- A) Audio - Video
- B) Direcciones de Guión
- C) Enlaces
- D) Elementos de Realización
 1. Escenografía
 2. Set. Ciclograma
 3. Locaciones
 4. Recordación
 5. Modelos
 6. Vestuario

Garland, Ken. Graphics Handbook.
Ed. Van Nostrand Reinhold.
New York, 1976.

Moriarity, Sandra E. Novelty. Vs. Practicality In
Advertising Tipography.
Journalism Quarterly.
New York, 1984.

Mandese, Joe. Holography.
Will Advertisers Grab A.
New York, 1984.

Doyle, Constance T. Computer Graphics Update.
Graphics Design.
U.S.A. 1983.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-78 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS I

OBJETIVOS :

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de aplicar diversas técnicas para el desarrollo de campañas publicitarias.

CONTENIDOS :

- 1.- Introducción a la publicidad :
 - 1.1 Desarrollos sociales de la Mercadotécnica
 - 1.2 Las cuatro P
 - 1.3 Confrontación de definiciones : Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas.
 - 1.4 Funciones de la Publicidad en el ámbito económico
 - 1.5 Tipos de publicidad
- 2.- Las instituciones de la publicidad
 - 2.1 El anunciante
 - 2.2 El medio
 - 2.3 La agencia de publicidad
 - 2.4 La gestión de la empresa publicitaria
- 3.- La estrategia publicitaria
 - 3.1 La campaña publicitaria
 - 3.2 La importancia de la información básica del mercado
 - 3.3 La definición de objetivos
 - 3.4 La elaboración de conceptos publicitarios
- 4.- El mensaje publicitario
 - 4.1 Redacción del mensaje publicitario
 - 4.2 Dibujos e ilustraciones
 - 4.3 Dinámica de la creación de un anuncio publicitario
 - 4.4 El uso del color en la publicidad
 - 4.5 El mensaje audiovisual
- 5.- Características de los medios
 - 5.1 Impresos
 - 5.2 Radio y T.V.
 - 5.3 Exteriores
 - 5.4 Otros

- 6.- Selección de los medios utilizando instrumentos tales como : Cobertura, rating, grupo, meta, C.P.M.,GRP's.
- 7.- Estrategia de demanda básica
 - 7.1 El consumidor
 - 7.2 Deseos y necesidades
 - 7.3 Naturaleza de los hábitos
 - 7.4 Motivos e impulsos de compra
 - 7.5 Demanda primaria
 - 7.6 Demanda selectiva
 - 7.7 Cuando activar cada tipo de demanda
- 8.- Efectividad publicitaria
 - 8.1 Importancia de realizar mediciones publicitarias
 - 8.2 Técnicas de medición
 - 8.3 Métodos
- 9.- Posicionamiento
 - 9.1 Teoría del posicionamiento
 - 9.2 Tipos de campañas
 - 9.3 Análisis de contenidos
 - 9.4 Tipos de campañas y ciclo de vida

BIBLIOGRAFIA :

PRINCIPIOS Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD
DIRKSEN

ADVERTISING
MANDELL

POSICIONAMIENTO
AL RIES

MEDIOS DE PRENSA Y PUBLICIDAD
CASTHING

DESARROLLO PUBLICITARIO MODERNO
LESLIE, CONRAD

COMO HACER DINERO CON PUBLICIDAD?
KELMER, CHESTER

FUNDAMENTOS DE MARKETING
STANTON

EL TRABAJO DEL PUBLICISTA
GONZALEZ

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-79 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS II

OBJETIVOS :

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de desarrollar y formular las técnicas del desarrollo de campañas publicitarias y la implantación de éstas al mercado comercial nacional.

CONTENIDOS :

- 1.- Connotación de las líneas. Formas bidimensionales y tridimensionales. Formatos de artes para impresos y sus usos.
- 2.- Como aplicar los principios del diseño :
 - 2.1 Balance
 - 2.2 Proporción
 - 2.3 Secuencia
 - 2.4 Unidad
 - 2.5 Enfasis
- 3.- Tipografía
- 4.- Diseño de campañas
 - 4.1 Producción
 - 4.2 Reproducción
 - 4.3 Tramas
 - 4.4 Líneas
 - 4.5 Proceso de impresión
 - 4.6 Uso y simbolismo de color
- 5.- El texto y sus diferentes significados
 - 5.1 Elementos del texto
 - 5.2 Estudio del mercado
- 6.- El encabezado o título del anuncio
- 7.- Tipos de textos

- 8.- Texto para empaques
- 9.- Importancia del logotipo
- 10- Publicidad y moda
- 11- Textos para órdenes por correo
- 12- Publicidad de exteriores y tránsito
- 13- Radio
- 14- Televisión

BIBLIOGRAFIA :

**PRINCIPIOS Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD
DIRKSEN**

**ADVERTISING
MANDELL**

**POSICIONAMIENTO
AL RIES**

**LA TELEVISION COMO INSTRUMENTO DE VENTA
WATSON**

**DESARROLLO PUBLICITARIO MODERNO
LESLIE, CONRAD**

**COMO HACER DINERO CON PUBLICIDAD?
KELMER, CHESTER**

**FUNDAMENTOS DE MARKETING
STANTON**

**EL TRABAJO DEL PUBLICISTA
GONZALEZ.**

Unidad Temática de las Américas.

Adm. de Empresas e/ Enfasis (Lic) 3627

- gerencia
- Sistema de información
- Finanzas
- Mercadeo y Publicidad.

Copie

TOMO I

3627



Universidad Internacional de las Américas

CONESUP	
Recibido	<i>Roull D. S. S.C.</i>
Fecha:	01 OCT 1990
Hora	10,15 a.m.

San José, 19 de Setiembre 1990

Señor

Lic. Rafael Garzona, Secretario

CONESUP

PRESENTE

Estimado don Rafael :

Con el fin de atender mejor las necesidades de especialización en la carrera de Administración de Empresas, la Universidad Internacional de las Américas por este medio solicita la autorización para impartir los siguientes énfasis a nivel de Licenciatura en dicha carrera aprobada en Abril de 1987 : Gerencia, Sistemas de Información, Finanzas, Mercadeo y Publicidad.

Se adjuntan los programas de los cursos para cada uno de los énfasis propuestos.

Agradeciendo su atención, se despide.

ATENTAMENTE

Miguel Angel Gutiérrez
Rector

aut:

Lic. Máximo Susueta Alén
Alcaldado y Heraldo
San José



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

PROGRAMA DE ENFASIS EN LICENCIATURA DE ADMINISTRACION

ENFASIS EN GERENCIA

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-35	LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-44	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-67	POLITICA DE EMPRESAS
AE-43	PRODUCCION
AE-42	CONTROL GERENCIAL
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-46	TESIS

ENFASIS EN SISTEMAS DE INFORMACION

CODIGO	NOMBRE
AE-68	PASCAL
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION I
AE-69	AUDITORIA DE SISTEMAS COMPUTACIONALES
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-70	SISTEMAS DE INFORMACION II
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-71	ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO
AE-72	ADMINISTRACION Y CONTROL DE PROYECTOS
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-35	LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-46	TESIS

ENFASIS EN FINANZAS

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-35	LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-81	AUDITORIA III
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-74	FINANZAS INTERNACIONALES
AE-75	TEORIA DEL COMERCIO
AE-42	CONTROL GERENCIAL
AE-46	TESIS

ENFASIS EN MERCADEO

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-35	LENGUAJE DE COMPUTACION
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS
AE-41	FINANZAS AVANZADAS
AE-76	INVESTIGACION DE MERCADOS
AE-40	METODOS DE INVESTIGACION
AE-39	ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-77	MERCADEO INTERNACIONAL
AE-73	COMERCIO INTERNACIONAL
AE-44	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS
AE-46	TESIS

ENFASIS EN PUBLICIDAD

CODIGO	NOMBRE
AE-37	SISTEMAS DE INFORMACION
AE-34	DIRECCION COMERCIAL
AE-86	PRODUCCION PUBLICITARIA
AE-36	TECNICAS ESTADISTICAS

AE-78 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS I
AE-40 METODOS DE INVESTIGACION
AE-42 CONTROL GERENCIAL
AE-41 FINANZAS AVANZADAS

AE-80 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS II
AE-44 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS
AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL
AE-46 TESIS

ENFASIS

EN

3627

GERENCIA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-37 SISTEMAS DE INFORMACION

OBJETIVO:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante habrá adquirido conocimientos acerca del concepto de sistemas de información aplicados a la organización. Conocerá y comprenderá la dinámica de la formulación, el desarrollo y la implantación de sistemas de información en las organizaciones.

Contenido:

- 1.- El enfoque de sistemas:
 - 1.1) Introducción a los sistemas
 - 1.2) El marco natural
 - 1.3) El marco de la empresa
- 2.- Las aplicaciones del enfoque de sistemas
 - 2.1) A las organizaciones empresariales
 - 2.2) A las organizaciones sociales
- 3.- Puntos de vista de la teoría general de sistemas
- 4.- El proceso de toma de decisiones
- 5.- El proceso de diseño de sistemas
- 6.- Los objetivos y la interacción con los sistemas
- 7.- La moralidad de los sistemas
- 8.- Cuantificación y medición
- 9.- Problemas de medición y dominio de las ciencias sociales
- 10.- El control y los sistemas de información
- 11.- Macrotendencias:
 - 11.1) De una sociedad industrial a una sociedad de información
 - 11.2) De la tecnología obligada a la alta tecnología
 - 11.3) De la economía nacional a la economía mundial
 - 11.4) De corto a largo plazo.
 - 11.5) De centralización a descentralización
 - 11.6) De la ayuda nacional a la autoayuda
 - 11.7) De las jerarquías a las redes
 - 11.8) De la alternativa a la opción múltiple

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-34 CURSO DE DIRECCION COMERCIAL

Objetivos del curso:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de:

Desarrollar las diferentes etapas que deben llevarse a cabo para la elaboración de un plan estratégico de mercadeo, enfocándolos desde el punto de vista del análisis de mercados.

Desarrollar el conocimiento teórico y/o práctico de los principales conceptos de mercadotecnia, adquiriendo capacidad analítica para la formulación de estrategias comerciales.

Contenidos:

- 1.- Introducción al sistema de mercado
- 2.- Composición integral de la mezcla de mercadeo.
- 3.- El papel de la investigación de mercados dentro de la planificación.
 - 3.1 Determinación de necesidades insatisfechas.
 - 3.2 Cuándo utilizar la fuerza de ventas para la investigación de mercados?
 - 3.3 Investigación de mercados al estilo japonés
- 4.- Decisiones sobre segmentación de mercados.
 - 4.1 Tipos de segmentación.
 - 4.2 Papel de los canales de comercialización.
- 5.- La planificación estratégica y su relación con el mercadeo.
 - 5.1 Estrategia y supervivencia.
 - 5.2 La fuerza impulsora.
 - 5.3 El poder de la fuerza impulsora
 - 5.4 Cómo realizar la estrategia?
 - 5.5 Los retos de la dirección estratégica
 - 5.6 Como organizarse para formular la estrategia
 - 5.7 Auditoraje de la situación (FODA)
- 6.- Posicionamiento. Su relación con la comunicación publicitaria.
 - 6.1 Opciones clave en la planificación de producto y la selección de mercados.
 - 6.2 Estrategias exitosas para incrementar la participación de mercado
 - 6.3 Como hacer más rentables los medios de comunicación.

7.- El mercadeo en la época actual. Factores controlables y no controlables.

8.- El ambiente organizacional cambiante

9.- Tendencia del mercadeo a corto, mediano y largo plazo

9.1 Escogiendo la estrategia para los cambios

9.2 Considere a los clientes como inversión

9.3 No hay camino fácil para la orientación al mercadeo

9.4 Qué deben saber los mercadólogos acerca de las mujeres?

9.5 Mercadotecnia directa. Cambio rápido o lento

Demostración práctica sobre las bases de datos en mercadeo.

10.- Desarrollo de un plan estratégico para un caso real

BIBLIOGRAFIA:

SCHEWE Y SMITH

Mercadotecnia, concepto y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill.

KOTLER PHILIP

Fundamentos de mercadotecnia
Editorial Prentice Hall Int.

REVISTA HARVARD

STANTON, JAMES

Fundamentos de Marketing
Editorial Mc Graw Hill

PUBLICIDAD

Otto Kepner's
Editorial Mc Graw Hill

PUBLICIDAD

Artrim William
Editorial Mc Graw Hill

MC CARTHY, JEROME O

Comercialización
Editorial El Ateneo

TAYLOR, WELDON

Mercadotecnia
Editorial Mc Graw Hill

BOYD, HOPER

New Dimensions in Consumer Analysis
Editorial Prentice Hall

LEVIT, THEODORE	La moda del mercadeo Editorial Limusa
STIGLER, GEORGE	La teoría de los precios Editorial Mc Graw Hill
SCHWARTZ, DAVID	El mercadeo de hoy Editorial Mc Graw Hill
WARREN, DIRK	Como planear un nuevo producto Editorial Prentice Hall
AAKER, DAVID	Investigación de mercados Editorial Limusa
CANFIELD, BERTRAND	Administración de ventas Editorial Diana
BELL, MARTIN	Mercadotecnia Editorial Mc Graw Hill
COHEN, DOROTHY	Publicidad Comercial Editorial Prentice Hall
REWOLDT, STEWART	Dirección Comercial Editorial Prentice Hall.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-35 LENGUAJE DE COMPUTACION

Objetivo General:

El objetivo de este curso es el de introducir al estudiante al conocimiento de la ingeniería de sistemas y al manejo de paquetes para uso en microcomputadores.

Objetivos Específicos:

El estudiante estará en capacidad de manejar y utilizar diversos paquetes especializados así como el sistema operativo MS-DOS.

Contenidos:

- I. Concepto de Computador
 - Componentes de "Hardware"
 - Diagrama de unidades básicas
 - Memoria Principal
 - Unidad central de proceso
 - Operadores aritméticos
 - Operadores relacionales
 - Operadores lógicos
 - Unidad de Control
 - Unidades de entrada y salida
 - Discos
 - Cintas

Aspectos de "Software"

- Proceso de generación de un programa
- Compiladores e interpretadores

Introducción a conceptos de manejo de información

- Organización de datos
- Concepto de bit
- Concepto de byte
- Concepto de kbyte
- Concepto de Megabyte
- Concepto de Gygabyte
- Definición de campo elemental
- Definición de registro de datos
- Definición de Archivo

Utilización del comando HELP
Selección del tipo de ayuda

Entrada y formatos de datos
Entrada de datos
Entrada de etiquetas rótulos
Formateo de campos
Definición de formatos numéricos (ENTERO, CIENTIFICO,
CON SIGNO, CON DECIMALES, PORCENTAJE)

Edición de la hoja Electrónica
Edición de Campos
Borrado e inclusión de filas y columnas
Definición individual de anchos de las columnas
Borrado de un rango de valores o etiquetas
Copia de celdas
Mover celdas a una nueva localización
Protección de celdas

Manejo de Archivos
Cargar archivos
Salvar archivos
Borrar archivos
Listar archivos
Ver archivos
Combinar archivos
Extraer archivos

Impresión
Definición de encabezados
Definición de notas de pie de página
Márgenes de impresión
Longitud de la página
Selección de rangos de impresión

Uso de Fórmulas
Fórmulas de modo relativo
Fórmulas de modo absoluto
Sumarizar columnas
Sumarizar renglones
Funciones matemáticas
Funciones estadísticas
Funciones financieras

Sistema Administrador de Bases de Datos en Lotus
Almacenamiento de datos en registros
Estructura de la base de datos

- Ordenamiento de datos
- Uso del comando "FILL"
- Criterios de selección de rangos
- Como usar el comando "FIND"
- Extracción de registros seleccionados
- El concepto de ventana en LOTUS
- Regresión de datos
- Distribución de datos
- Funciones estadísticas para la base de datos

II. Sistema Operativo MS-DOS

- Definición de sistema operativo
- Definición y manejo de Directorios y Subdirectorios
- Tipos de Archivos
- Texto
- Datos
- Ejecutables
- Comandos básicos del MS-DOS
- BACKUP, CHDIR, CHKDSK, COPY, DATE, DELETE, DIR, DISKCOMP, DISKCOPY, FORMAT, MORE, PATH, PRINT, RESTORE, TIPE, MKDIR, RENAME.

III. Procesador de palabras -"SMART"-

- Generalidades
- Breve descripción de la filosofía del paquete
- Acceso y salida del procesador de textos
- Modo de ayuda (Help y Autohelp)

Creación y Edición de Textos

- Creación de un archivo de texto
- Carga de un archivo de texto (load)
- Salvar y descargar archivos de texto (Save, Unload)
- Modo de transferir información entre los programas (Read, Write, Send, Graphics).

Manejo del Texto

- Copiar partes, borrar, mover e insertar información en el archivo de texto (COPY, INSERT, MOVE, DELETE, FIND, REPLACE)
- Formateado del texto (CHANGE-TYPE, MARGIN-REFORMAT, TABS, JUSTIFY, NEWPAGE, SPACING).
- Creación y edición de pies de página (FOOTNOTE)
- Subrayado, negrita y tipo de letra (BOLD, FONT, UNDERSCORE)

Impresión del texto (PRINT)

Manejo de ventanas (SPLIT, ZOOM, CLOSE, GOTO)

Como hacer cálculos (COMPUTE, TEXT-SORT, F-CALCULATOR)

Comandos especiales para control de pantalla, teclado, obtener información de archivos existentes. (BORDER, BEEP, DISPLAY, CONFIDENCE, PAINT, RULER, VISIBLE, MACRO, DIRECTORY, INDEX).

Uso de comandos REMEMBER, INPUT-SCREEN Y EXECUTE.

IV. Hoja Electrónica Lotus 1-2-3

Introducción al Lotus 1-2-3-

Acceso al sistema

Uso del menú principal

Utilización del teclado y teclas especiales

Movimiento del cursor dentro de las celdas

Creación de Gráficos

Definición de encabezados

Definición de sub encabezados

Encabezado de los ejes "X" y "Y" respectivamente

Tipos de gráfico

Salvando el gráfico para impresión

Introducción a los Macros

V. Software para diseño de flujogramas -"FLOW"-

Generalidades

Entrada/Salida del paquete

Edición del gráfico

Símbolos

Líneas

Texto

Borrado

Relocalización

Copiado

Generación de imágenes

Recuperación de imágenes

Impresión del gráfico

Cargar un gráfico

Salvar un gráfico

Ver el directorio actual de gráficos

Cambio de disco de trabajo

Configuración del "software"

Cambio de directorio

Impresión múltiple

Bibliografía

- Thomas Sheldon PC-DOS
- Albrecht, Robert Lenguaje Basic
- Zwass, Vladimir Introducción a la Ciencia de la
Computación.
- RS COBOL SYSTEM
- Bazaraa, Makntar Programación lineal y flujo de redes
- Chai, Winchung Programing Standar Cobol
- Deiteal, Harvey Introducción a los Sistemas
Operativa
- Keller, Arthur Manejo de paquetes
- Levine, Guillermo Introducción a la computación y a la
programación
- Lang, Larry Introducción a la Informática
- G. Michael Schneir Estructura y Organización de los
Sistemas de Computación
- Sawnders, Donald H. Informática presente y futura.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-36 TECNICAS ESTADISTICAS

I. OBJETIVOS GENERALES

El contenido del curso está diseñado para lograr que el estudiante sea capaz de:

1. Manejar una serie de técnicas estadísticas de descripción y análisis de datos, con un conocimiento preciso acerca de los supuestos y las limitaciones de cada técnica.
2. Analizar la forma correcta de plantear los problemas y realizar una interpretación sustantiva y clara de los resultados que obtenga en cada caso específico, sin dejar de lado su función de administrador.
3. Utilizar los conceptos como una introducción a la teoría de las decisiones y sus posibles aplicaciones en la administración.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Al finalizar el curso, el estudiante debe estar en capacidad de:

1. Exponer los conceptos y técnicas de la estadística descriptiva.
2. Definir los conceptos básicos de probabilidad y entender las distribuciones de probabilidad.
3. Examinar los temas de muestreo y distribuciones muestrales y de inferencia.
4. Entender como las análisis de regresión y correlación determinan la naturaleza y la fuerza de una relación entre dos variables.
5. Analizar como la teoría económica puede a veces sugerir la forma funcional de una relación.

6. Describir los cambios que con el tiempo tienen lugar en un evento determinado y predecir el comportamiento.
7. Hacer aplicaciones de los números índices.
8. Explicar los métodos para la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

CONTENIDOS:

TESIS I

INTRODUCCION:

1. La estadística moderna
2. La estadística en la administración de empresas
3. La investigación operativa
4. Utilización de las técnicas estadísticas

Lecturas Básicas

Levin R.I. Capítulo 1

Freund, J.E. y Frank, J.W. Capítulo 1

Ramírez, F. "Como utilizar correctamente las técnicas estadísticas". Nota técnica de National University. Abril 1990.

TESIS II

Conceptos y Técnicas de la Estadística Descriptiva

1. Organización de los datos para que transmitan un significado: tablas y gráficas.

TESIS III

PROBABILIDAD

1. Importancia de la teoría de la probabilidad.
2. Revisión de conceptos básicos de probabilidad

3. Tipos de probabilidad
4. Reglas de probabilidad
5. Probabilidades en condiciones de independencia estadística
6. Revisión de las estimaciones previas de probabilidad: el teorema de Bayes.
7. Distribuciones de probabilidad
8. Variables aleatorias
9. Uso del valor esperado en la toma de decisiones
10. La distribución binomial
11. La distribución Poisson
12. La distribución normal
13. Elección de la correcta distribución de probabilidad

TESIS IV

INFERENCIA ESTADISTICA

1. Muestreo y distribuciones muestrales.
2. Estimación
3. Prueba de hipótesis
4. Aplicaciones al mundo real.

TESIS V

REGRESION Y CORRELACION SIMPLES

1. Introducción
2. Estimación mediante la línea de regresión
3. Análisis de correlación
4. Inferencias sobre los parámetros de la población
5. Uso de los análisis de regresión y correlación: limitaciones, errores y advertencias.
6. Aplicaciones al mundo real

TESIS VI

SERIES DE TIEMPO

1. Uso del análisis de series de tiempo
2. Variaciones en las series de tiempo
3. Análisis de tendencias
4. Variación cíclica
5. Variación estacional
6. Variación irregular

7. Ejemplo que incluye los cuatro componentes de una serie de tiempo.
8. Análisis de las series de tiempo en las pronósticas
9. Aplicaciones al mundo real.

BIBLIOGRAFIA

1. Berenson, M.L. y Levine, D.M. Estadísticas para Administración y Economía. Conceptos y aplicaciones. Nueva Editorial Interamericana, S.A. DE C.V. México. D.F. Primera edición, 1987.
2. Freund, J.E y Williams, F.J Elementos modernos de Estadística Empresarial. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Primera edición, 1985.
3. Hu, Teh-Wel. Econometría. Un análisis Introductorio. Fondo de Cultura Económica. México. Primera edición en español, 1979.
4. Kazmier, L.J. Estadística Aplicada a la Administración y Economía. Libros Mc-Graw Hill de México, S.A. de C.V. Serie de Compendios Schaum. México, D.F., 1987.
5. Levin R.I. Estadística para Administradores. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Segunda edición, 1988.
6. Salvatore, D. Econometría. Mc-Graw-Hill de México, S.A. 1985.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

CURSO: FINANZAS AVANZADAS

CODIGO: AE-41

OBJETIVOS:

Estimular en el estudiante una actividad de análisis crítico y riguroso de los criterios que se siguen en la toma de decisiones financieras relacionadas con situaciones complejas e inciertas.

Conocer cómo afecta la inflación y devaluación a los diferentes aspectos financieros y los presupuestos de capital.

Evaluar el riesgo en las decisiones de inversión.

Conocer y ver diferentes puntos para la toma de decisiones sobre el costo de capital.

CONTENIDO:

- 1- Presentación, introducción y definición.
- 2- Consideraciones especiales en los métodos de evaluación de inversión: vidas económicas desiguales. CAUE. Tires múltiples. Analogía y diferencias: VAN Y TIR
- 3- Rentabilidad Recursos Propios
- 4- Efectos en inflación, devaluación
- 5- Costo de capital
- 6- Costo de capital y rendimiento requerido
- 7- Arriendo vs compra
- 8- El riesgo y la incertidumbre. Decisiones de inversión
- 9- Simulación en la presupuestación de inversión
- 10- Programación lineal en decisiones de inversión

BIBLIOGRAFIA:

- Decisiones de inversión en la Empresa
Marín, Kethelhon

- Análisis de proyectos
Marín, Kethelhon

- Administración Financiera Bajo riesgo
González, Cortés

- Administración financiera e inflación
Bierman, Harold

- Fundamentos de Administración Financiera
Block, Stantley

- Análisis Financiero
Mao, Jones

- Fundamentos de Administración Financiera
Van Horne, James

- Strategie Hurdle Rates for Cafial Investment
Donald Son, G.

- Risk Analysis in Capital Investment
Hertz, D.B.

- Three problems in rationing capital
Lorie, JH.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-44 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

OBJETIVOS DEL CURSO:

Conocer y analizar los diferentes aspectos que afectan la toma de decisiones en Publicidad desde un punto de vista gerencial.

Analizar algunos temas actuales de interés nacional, relacionados con el mercadeo internacional.

Conocer y analizar las etapas relevantes que afectan un proyecto de exportación.

CONTENIDOS:

1. Introducción
2. La mezcla de mercadeo. Segmentación de mercados.
3. Introducción al mercadeo internacional, etapas de un proyecto de exportación. Requisitos y trámites.
4. Penetración de un mercado extranjero y presentación de factores actuales que afectan el mercadeo internacional.
5. Introducción a la Publicidad, antecedentes de la publicidad moderna.
6. Funciones de la publicidad. Tipos de publicidad.
7. Proceso de planeación de la publicidad. La espiral de la publicidad. Etapas de la publicidad. Mercadotecnia meta. Posicionamiento de un producto.
8. Proceso de administración de la publicidad. Agencias publicitarias. Selección, contratación, organización, coordinación y control. Asignación de presupuestos.
9. Estrategia de medios publicitarios. Terminología de medios. Metas de publicidad y metas de mercadotecnia.
10. Medios publicitarios. Televisión, prensa, revistas, radio y publicidad exterior. Ventajas y desventajas de cada medio. Datos sobre hábitos de exposición del costarricense a los principales medios publicitarios.

11. Mercadeo directo. Aplicación actual. Medición de la respuesta. Combinación de medios publicitarios. Correo directo y telemercadeo.
12. Promociones y ventas. Tipos de promociones. Objetivos de publicidad y las promociones.
13. Aspectos legales de la publicidad en Costa Rica. Código de ética publicitaria.

BIBLIOGRAFIA:

PUBLICIDAD:	Otto Klepner's.
PUBLICIDAD:	Antrim William A.
FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA:	Kotler Phillip.
INVESTIGACION DE MERCADOS	Aaker, David
MERCADOTECNIA	Bell, Arthur
MERCADOTECNIA DIRECTA	Edward, L.
INSVESTIGACION DE MERCADOS	Kinnear, Thomas
DIRECCION COMERCIAL	Rewoldt, Stewart
ROSICIONAMIENTO	Ries, Al
MERCADOTECNIA	Schewe, Charles.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-40 METODOS DE INVESTIGACION

OBJETIVOS:

A. **COMPRESION:**

1. Comprender el proceso de investigación científica en las áreas de la ciencia.
2. Comprender cuáles son la amplitud y los límites de la investigación científica, sus aplicaciones y usos.
3. Comprender las ventajas de la investigación científica realizada en forma colectiva, multidisciplinaria e institucional.
4. Comprender que las actividades de la investigación científica; los descubrimientos; las técnicas; los métodos y los instrumentos trascienden todas las barreras creadas por el hombre, así como también las barreras de tiempo y espacio.

B. **ACTITUDES:**

1. Fomentar en el estudiante el uso del pensamiento reflexivo y la rigurosidad metodológica al planificar y desarrollar la investigación científica.
2. Promover la adopción de principios éticos, profesionales y de respeto a la dignidad y sentimiento humano al usar sujetos de estudio de esta especie para la investigación científica.
3. Generar en los estudiantes una motivación para compartir, sin reservas ni egoísmos profesionales, sus experiencias, descubrimientos e inventos con los demás por medio de publicaciones orales y escritas.

C. **CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES:**

1. Aplicar el método científico a la investigación de problemas e hipótesis en el campo investigador.
2. Seleccionar el diseño experimental adecuado para maximizar la varianza experimental o sistemática, minimizar la varianza error y controlar las variables extrañas en las hipótesis sometidas a prueba experimental en sus investigaciones.
3. Establecer la diferencia entre las tipologías del conocimiento.
4. Diseñar proyectos de investigación.
5. Formular problemas de investigación en el campo específico de su especialidad.

6. Plantear hipótesis; objetivos (generales, específicos y metodológicos) en las investigaciones del campo sujeto de estudio.
7. Conocer los pasos del método científico y aplicarlos en las investigaciones que realice.
8. Conocer la teoría general del conocimiento desde una perspectiva epistemológica, psicológica y fenomenológica.
9. Establecer las diferencias entre un proceso evaluativo y el proceso investigativo.
10. Conocer y aplicar diferentes tipos de investigación
11. Conocer y aplicar el modelo clásico de la investigación científica.
12. Diferenciar la investigación cuantitativa de la cualitativa.

CONTENIDO:

1. Teoría general del conocimiento
2. Posibilidades del conocimiento
3. El origen del conocimiento
4. Principios éticos, ontológicos, etc. del conocimiento.
5. La ciencia y la investigación científica
 - 5.1 La Ciencia
 - Antecedentes
 - La ciencia y el método científico
 - Características del método científico
 - Métodos del conocimiento
 - Objetivos de la ciencia
 - La teoría en la ciencia
 - La teoría como sistema explicativo
 - Características de la teoría
 - Ciencias actuales y formales, y otras clasificaciones
 - La ley en la ciencia
 - 5.2 La investigación científica
 - Definición de investigación científica
6. La investigación y la evaluación
7. Tipos de investigación
 - Exploratoria
 - Descriptivo
 - Histórico
 - Causal-comparativo

- Cuasi-experimental y experimental
- Experimento de laboratorio, de campo y estudios de campo
- Ex post facto (no experimental)
- Estudios de correlación
- Participativa
- 8. El diseño de investigación
 - Significado
 - Propósito
 - Principios
 - Diseño de investigación: pre-experimentales, experimentales y cuasi-experimentales
- 9. Pasos del proceso investigativo.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. Ander-Egg | Técnicas de investigación social |
| 2. Brenes, A. | Los trabajos finales de graduación |
| 3. Bunge, Maria | La ciencia, el método y su filosofía |
| 4. Bunge, Maria | Ciencia y desarrollo |
| 5. Best. J.W. | Como investigar en educación |
| 6. Campbell y Sbanley | Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social |
| 7. Galturg, J. | Teoría y métodos en la investigación social |
| 8. Selltiz, C. y otros | Métodos de investigación en las relaciones humanas |
| 9. Messen, J. | Teoría del conocimiento |
| 10. Kerlinger, F.N. | Investigación del comportamiento |
| 11. Sierra Bravo, R. | Técnicas de investigación social |
| 12. Sierra Bravo, R. | Epistemología, Lógica y Metodología |
| 13. Venegas, P. | Algunos elementos de la investigación |
| 14. Pardinias, F. | Metodología y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales |
| 15. Rodríguez, R. | Introducción a la Investigación. |
| 16. Barahona, Abel y Francisco. | Metodología de los trabajos científicos. |
| 17. Weiss Carol. | Investigación Evaluativa. |
| 18. | Normas sobre Tesis y Tesinas
Universidad Internacional de las Américas. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-67 POLITICA DE EMPRESAS

1. OBJETIVO:

Establecer los conceptos básicos que se deben de tomar en cuenta a la hora de definir las políticas en el área financiera, de producción, mercadeo, administración de Recursos Humanos y políticas económicas, de modo tal que se tomen en cuenta los elementos de riesgo, oportunidad, amenaza, fortaleza, debilidad y responsabilidad empresarial, tomando en cuenta los valores corporativos y personales.

2. CONTENIDO:

TEMA 1. Naturaleza e importancia de la planeación estratégica. Qué es la planeación estratégica?. Por qué beneficia la planeación.

TEMA 2. La organización para la planeación estratégica Organización del proceso de la planeación estratégica. El ejecutivo en jefe y la planeación estratégica. La superación de los prejuicios en contra de la planeación.

TEMA 3. Consideraciones clave en la planeación, enfoques, alternativas de planeación, estilos cognoscitivos y valores. El análisis de la situación. Desarrollar misiones y propósitos comerciales. Desarrollar objetivos de la planeación a largo plazo. Formulación del programa de estrategias. Programación funcional a mediano plazo. Conversión de planeaciones estratégicas en decisiones actuales. Planeación de contingencia y exploraciones de futuros alternativos. La opinión del ejecutivo acerca de las técnicas analíticas para la planeación.

TEMA 4. Implantación de planes. Naturaleza y diseño de sistemas de control. Dimensión humana en la implantación.

TEMA 5. Evaluar y reactivar el sistema. Peligros a evitarse en la planeación estratégica. Evaluar el sistema de planeación y mantener un resultado alto.

TEMA 6. Aplicación de la experiencia con la planeación comercial en otras áreas. Planeación de la vida personal. Que le puede enseñar el sector privado al sector no lucrativo.

TEMA 7. Observaciones concluyentes. Estado actual del arte y tendencias futuras.

BIBLIOGRAFIA:

- SEXTON, WILLIAM P. Teorías de la Organización.
- JUN, JONG S. SORM, WILLIAM B. Las Organizaciones del mañana.
- YAVITZ, BORIS. Estrategia en acción
- BIERMAN, HAROLDK. Planeación Financiera Estratégica
- KAST, FREMANT. Administración en las Organizaciones
- ROBINS, STEPLEN. Comportamiento Organizacional
- FISTER, ROGER. El arte de negociar sin ceder
- DUBIN, ROBERT. La Estrategia y las Relaciones Humanas

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-43 PRODUCCION

OBJETIVO:

El curso de producción tiene el objetivo de que los estudiantes de la carrera de Administración se preparen en el uso de las técnicas para el análisis de procesos productivos de tal forma que puedan determinar la productividad en el uso de los recursos.

CONTENIDOS:

1. PLANEACION DE LA PRODUCCION:
Objetivos de la planeación, lineamientos, métodos de planeación.
2. PRONOSTICOS:
Importancia, variables de decisión, métodos de progresión y correlación, promedios móviles, suavización exponencial. Método de Winter.
3. MODELOS DE INVENTARIOS:
Compra y producción, con o sin déficit.
4. DIAGRAMAS E INTRODUCCION AL ESTUDIO DE METODOS:
5. BALANCEO DE LINEAS.
6. PROGRAMACION DE PRODUCCION: Proceso continuo.
7. PROGRAMACION DE PRODUCCION: Proceso intermitente.
8. PROGRAMACION LINEAL: Definición, planteamiento de problemas, método gráfico.
9. LOCALIZACION DE PLANTA.
10. DISTRIBUCION DE PLANTA.

BIBLIOGRAFIA:

1. "Gerencia de Producción y Operaciones". Raymond Mayer.
2. "Administración y Dirección Técnica de la Producción". Elwood Buffa.
3. "Sistemas de Producción". James L. Riggs.
4. "Distribución de Planta". MUTHER.
5. "Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa". C.O.EPPEN Y F.J. GOULD.
6. Administración de la Producción y de las Operaciones. EVERETT. E. ADAM, Jr. & RONALD J. EBERT.
7. Ingeniería Industrial: Estudio de tiempos y movimientos. BENJAMIN NIEBEL.
8. "La Producción Industrial". KEITH LOCKYER.
9. Sistemas de Producción. Irwin, HS.
10. Nuevos niveles y sistemas de distribución. Kaish, WC.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-42 CONTROL GERENCIAL

OBJETIVOS:

Introducir los conceptos necesarios para diseñar una estructura organizacional que cumpla con los requisitos básicos que establecen las normas de Control Operativo y Gerencial.

CONTENIDO:

- TEMA 1 -Generalidad del curso
-Sistemas de evaluación
-Aspectos generales sobre control gerencial
- TEMA 2 -Concepto de Control Gerencial
-La naturaleza del Control Gerencial o características del Control Gerencial
-Conceptos relativos
-Fundamentos de la Contabilidad de Costos
- TEMA 3 -Nota sobre centros de responsabilidad
-Nota sobre costos administrativos
-Comparación de lo real y lo estándar
- TEMA 4 -El análisis de ejecutoria
-Variaciones combinadas
-Evaluación de un sistema de control
- TEMA 5 -El M.I.S.
-La desintegración de un sistema de información
-Directrices para un sistema de planificación y control
- TEMA 6 -Implantación del control de gestión
-Descentralización una filosofía gerencial
-Notas sobre precios de transferencia
-Precios de transferencia
-La fijación interdivisional de precios
-Medición de la ejecutoria de ganancias de Gerentes de División
-Presupuesto
-Control presupuestario
-Preparación de presupuestos
-Presupuesto base cero

BIBLIOGRAFIA:

- El Control Integrado de Gestión. Blanco Illescas.
- Tiempos y Tareas. Cardiel Mateos, Luis.
- Principios contables Anthony, Robert
- Contabilidad Acelerada Nelson, Toun
- Guía para controlar el futuro de la Empresa. Ackoff, Rusell
- Modernos métodos de dirección de empresas. Dale, Ernest
- Computers: Auditing y Control Petracelli
- Planeación Financiera Estratégica. Bierman, Harold.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO GENERAL:

El estudiante desarrollará la capacidad para analizar y tomar decisiones estratégicas. Para esto requiere que aplique los conocimientos de las áreas funcionales (principalmente mercadeo, producción y finanzas).

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Saber identificar las diferentes estrategias genéricas en diferentes tipos de empresas.

Poder identificar la responsabilidad del gerente general dentro del proceso estratégico.

Saber que es un planeamiento estratégico, su utilidad y sus limitaciones.

Poder identificar la mejor estrategia según las características del sector industrial.

Identificar las reacciones que podrá tener la organización a un cambio de estrategia.

CONTENIDOS:

- 1.- Introducción a la estrategia empresarial.
- 2.- Crown Cork and Seal Co.
- 3.- La Estrategia Competitiva en acción
- 4.- Aplicaciones de la Estrategia Competitiva
- 5.- El Arte de la Estrategia Planificada
- 6.- El Arte del Pensamiento Estratégico
- 7.- Elaboración de estrategias a partir de la curva de experiencia.
- 8.- Diagnósis Organizativa.
- 9.- Acción Organizacional.

- 10.- El Gerente General en el papel de estratega.
- 11.- La Gerencia General nos incumbe a todos.
- 12.- Estrategia Competitiva.
- 13.- El papel del liderazgo en la consecución de los fines.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|------------------------------|---|
| -Sexton, William | Teorías de la Organización |
| -Jun, Jong
Storm, William | Las Organizaciones del Mañana |
| -Thomas, John | El Control Estratégico |
| -Uyterhoeven, Hugo | La estrategia y la organización |
| -Kast, Fremont | Administración en las organizaciones |
| -Yavitz, Boris | Estrategia en acción |
| -Levin, Richard | Enfoques cuantitativos a la
Administración |
| -Weihrich, Heinz | Excelencia administrativa |
| -Porter, Michael | Estrategia competitiva |
| -Ackoff, Russell | Cápsulas de Ackoff |
| -Gilbreath, Robert | La estrategia del cambio |

ANÁLISIS

EN

SISTEMAS

DE

INFORMACIÓN

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-68 PASCAL

OBJETIVO :

INTRODUCIR AL ESTUDIANTE EN EL AMBIENTE DE PROGRAMACION DE COMPUTADORES. ENSEÑAR Y DESARROLLAR EL LENGUAJE PASCAL.

CONTENIDOS :

- 1.- CONCEPTOS BASICOS
 - 1.1 CONCEPTO DE PROGRAMA
 - 1.2 COMPILACION
 - 1.3 CONCEPTO DE VARIABLES
 - 1.4 TIPO DE VARIABLES SIMPLES
 - 1.5 REGLAS DE SINTAXIS EN PASCAL
 - 1.6 USO BASICO DE ARCHIVOS
- 2.- ESTRUCTURAS BASICAS
 - 2.1 CONDICIONES
 - 2.2 IF, CASE
 - 2.3 CICLOS
 - 2.4 TIPOS DE CICLO
 - 2.5 WHILE
 - 2.6 FOR, REPEAT COMO ALTERNATIVAS
- 3.- PROCEDIMIENTO Y FUNCIONES
 - 3.1 CONCEPTO Y USO DE SUBROUTINAS
 - 3.2 PROCEDIMIENTO PARA AHORRO DE CODIGO
 - 3.3 PARAMETROS
 - 3.4 USO DE FUNCIONES
- 4.- ARREGLOS
 - 4.1 UTILIDAD DE LOS ARREGLOS
 - 4.2 ARREGLOS DE UNA DIMENSION
 - 4.3 ARREGLOS COMO PARAMETROS
- 5.- ARREGLOS MULTIDIMENSIONALES
 - 5.1 CONCEPTO
 - 5.2 DEFINICION
 - 5.3 MAS DE DOS DIMENSIONES

BIBLIOGRAFIA :

- PASCAL OPERATIVO
WOOD, PHILLIPH
- PROGRAMACION PASCAL
WHITE, THOMAS
- TURBO PASCAL
BARLAND INTERNATIONAL
- PASCAL
DALE, MELL
- MP/PASCAL PROGRAMMER'S REFERENCIAL
DATA GENERAL CORP.
- PROGRAMACION EN PASCAL
GOTTFRIED, BRYAN
- PROGRAMACION EN PASCAL
KELLER, ARTHUR
- PASCAL
KOFFMAN, ELIOTT
- PASCAL AVANZADO
SAND, PAUL
- ESTRUCTURA DE DATOS EN PASCAL
TENEMBAUM, AARON.
- PASCAL HAND BOOK
- HENNESELD, JULIAM
TURBO PASCAL CON APLICACIONES
- BAJAR, RIOS
LENGUAJE PASCAL

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-34 CURSO DE DIRECCION COMERCIAL

Objetivos del curso:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de:

Desarrollar las diferentes etapas que deben llevarse a cabo para la elaboración de un plan estratégico de mercadeo, enfocándolos desde el punto de vista del análisis de mercados.

Desarrollar el conocimiento teórico y/o práctico de los principales conceptos de mercadotecnia, adquiriendo capacidad analítica para la formulación de estrategias comerciales.

Contenidos:

- 1.- Introducción al sistema de mercado
- 2.- Composición integral de la mezcla de mercadeo.
- 3.- El papel de la investigación de mercados dentro de la planificación.
 - 3.1 Determinación de necesidades insatisfechas.
 - 3.2 Cuándo utilizar la fuerza de ventas para la investigación de mercados?
 - 3.3 Investigación de mercados al estilo japonés
- 4.- Decisiones sobre segmentación de mercados.
 - 4.1 Tipos de segmentación.
 - 4.2 Papel de los canales de comercialización.
- 5.- La planificación estratégica y su relación con el mercadeo.
 - 5.1 Estrategia y supervivencia.
 - 5.2 La fuerza impulsora.
 - 5.3 El poder de la fuerza impulsora
 - 5.4 Cómo realizar la estrategia?
 - 5.5 Los retos de la dirección estratégica
 - 5.6 Como organizarse para formular la estrategia
 - 5.7 Auditoraje de la situación (FODA)
- 6.- Posicionamiento. Su relación con la comunicación publicitaria.
 - 6.1 Opciones clave en la planificación de producto y la selección de mercados.
 - 6.2 Estrategias exitosas para incrementar la participación de mercado
 - 6.3 Como hacer más rentables los medios de comunicación.

- 7.- El mercadeo en la época actual. Factores controlables y no controlables.
- 8.- El ambiente organizacional cambiante
- 9.- Tendencia del mercadeo a corto, mediano y largo plazo
- 9.1 Escogiendo la estrategia para los cambios
- 9.2 Considere a los clientes como inversión
- 9.3 No hay camino fácil para la orientación al mercadeo
- 9.4 Qué deben saber los mercadólogos acerca de las mujeres?
- 9.5 Mercadotecnia directa. Cambio rápido o lento
Demostración práctica sobre las bases de datos en mercadeo.
- 10.- Desarrollo de un plan estratégico para un caso real

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|-------------------|---|
| SCHEWE Y SMITH | Mercadotecnia, concepto y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill. |
| KOTLER PHILIP | Fundamentos de mercadotecnia
Editorial Prentice Hall Int. |
| REVISTA HARVARD | |
| STANTON, JAMES | Fundamentos de Marketing
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Otto Kepner's
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Artrim William
Editorial Mc Graw Hill |
| MC CARTHY, JEROME | Comercialización
Editorial El Ateneo |
| TAYLOR, WELDON | Mercadotecnia
Editorial Mc Graw Hill |
| BOYD, HOPER | New Dimensions in Consumer Analysis
Editorial Prentice Hall |

LEVIT, THEODORE	La moda del mercadeo Editorial Limusa
STIGLER, GEORGE	La teoría de los precios Editorial Mc Graw Hill
SCHWARTZ, DAVID	El mercadeo de hoy Editorial Mc Graw Hill
WARREN, DIRK	Como planear un nuevo producto Editorial Prentice Hall
AAKER, DAVID	Investigación de mercados Editorial Limusa
CANFIELD, BERTRAND	Administración de ventas Editorial Diana
BELL, MARTIN	Mercadotecnia Editorial Mc Graw Hill
COHEN, DOROTHY	Publicidad Comercial Editorial Prentice Hall
REWOLDT, STEWART	Dirección Comercial Editorial Prentice Hall.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-37 SISTEMAS DE INFORMACION

OBJETIVO:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante habrá adquirido conocimientos acerca del concepto de sistemas de información aplicados a la organización. Conocerá y comprenderá la dinámica de la formulación, el desarrollo y la implantación de sistemas de información en las organizaciones.

Contenido:

- 1.- El enfoque de sistemas:
 - 1.1) Introducción a los sistemas
 - 1.2) El marco natural
 - 1.3) El marco de la empresa
- 2.- Las aplicaciones del enfoque de sistemas
 - 2.1) A las organizaciones empresariales
 - 2.2) A las organizaciones sociales
- 3.- Puntos de vista de la teoría general de sistemas
- 4.- El proceso de toma de decisiones
- 5.- El proceso de diseño de sistemas
- 6.- Los objetivos y la interacción con los sistemas
- 7.- La moralidad de los sistemas
- 8.- Cuantificación y medición
- 9.- Problemas de medición y dominio de las ciencias sociales
- 10.- El control y los sistemas de información
- 11.- Macrotendencias:
 - 11.1) De una sociedad industrial a una sociedad de información
 - 11.2) De la tecnología obligada a la alta tecnología
 - 11.3) De la economía nacional a la economía mundial
 - 11.4) De corto a largo plazo.
 - 11.5) De centralización a descentralización
 - 11.6) De la ayuda nacional a la autoayuda
 - 11.7) De las jerarquías a las redes
 - 11.8) De la alternativa a la opción múltiple

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS
AE-69 AUDITORIA DE SISTEMAS COMPUTACIONALES

Objetivos

Proporcionar al estudiante los conceptos de auditoría más importantes, para el desempeño de los sistemas de información, con énfasis en procesamiento de datos y toma de decisiones.

Contenidos:

1- Introducción a los conceptos de procesamiento de datos e información .

1.1.Datos e información.

1.1.1.- Definición de datos

1.1.2.- Definición de información

1.1.3.- La función de la información

1.2. Producción de información.

1.2.1.- Operaciones con los datos

1.2.2.- Método de procesamiento de datos

1.3.- Aspectos económicos de la información.

1.3.1.- El costo de la información

1.3.2.- El valor de la información

1.4.- Estudio general de los sistemas de información .

1.4.1.- Definición de los sistemas de información .

1.4.2.- La función de la computadora y su tecnología

2- MARCO TEORICO DE LA AUDITORIA DE SISTEMAS

2.1.- Seguridad en los sistemas de información

2.2.- Relación entre seguridad e integridad

2.3.- Por qué Auditoría de Sistemas

2.4.- La Auditoría de los Controles

2.5.- La responsabilidad de Auditoría de Sistemas

3. CONTROLES INTERNOS EN EL PROCESAMIENTO ELECTRONICO DE DATOS.

3.1.- Uso de la computadora para evaluar

3.2.- Auditoría operacional del P.E.D.

3.3.- Análisis operativo del P.E.D.

3.4.- Estudio organizacional

3.5.- Controles

3.5.1.- Entrada de datos

3.5.2.- Consistencia y Validación

3.5.3.- Integridad y Exactitud de los datos fijos

3.5.4.- Transacciones rechazadas

3.5.5.- Datos de Salida

3.5.6.- Software

3.5.7.- Sobre las operaciones

3.5.8.- Generales

3.5.9.- Continuidad del procesamiento

3.5.10.-Recuperación de Sistemas en línea

3.6.- Auditoría en la Investigación de sistemas

3.6.1.- Control Administrativo del Proceso de Desarrollo

3.6.2.- Control de Prueba de Sistemas Nuevos

3.6.3.- Implantación de Sistemas Nuevos

3.7.- Auditoría posterior a la implantación

4- PROBLEMAS CLAVES DE SISTEMAS DE INFORMACION

4.1.-Planificación de los Sistemas

4.2.-Computación para usuarios finales

4.3.-Desarrollo de "software"

4.4.-Eficacia y productividad del Departamento de S.L.

4.5.-Tecnologías de Sistemas de Información

4.6.-Recursos Humanos de Sistemas de Información

5.- EVALUACION Y AUDITORIA DE "SOFTWARE"

5.1.- Prueba con los datos del Auditor

5.2.- Simulación en paralelo

5.3.- Verificación integrada de la instalación

5.4.- Método de rastreo

6- EL PLAN DE CONTINGENCIAS

6.1.- Planeación del Proyecto

6.1.1.- Consideraciones Principales

6.1.2.- Matriz de contingencia

6.2.- Evaluación de daños.

6.3.- Adquisición de Equipos

6.4.- Comunicaciones

6.5.- Suministros

6.6.- Preparación de Datos

6.7.- Recuperación de Programas

7- AUDITORIA EN MICROCOMPUTADORES

7.1. Implicaciones de los Microcomputadores

7.2. Auditoría de Microcomputadores

7.3. Amenazas y Riesgos

7.4. Cómo controlar los microcomputadores

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|--------------------|--|
| WEBER, Ron. | EDP Auditing. Conceptual, Foundations and Practice. Mc. Graw Will. |
| BAZORAA, Makuter | Programacion Lineal y Flujo en Redes |
| CHORAJAS, Dimitris | Computer Information Systems |
| CHORAJAS, | Dimitris de la Communications for Distributed Information |
| DAVIS, William | Sistemas Operativos de la Computación |
| DE MARCO, Tom | Sistemas De Información |
| DEITEL, Harvey | Introduction to Operating Systems |
| DIXON, Dall | Data Communications |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

CURSO: FINANZAS AVANZADAS

CODIGO: AE-41

OBJETIVOS:

Estimular en el estudiante una actividad de análisis crítico y riguroso de los criterios que se siguen en la toma de decisiones financieras relacionadas con situaciones complejas e inciertas.

Conocer cómo afecta la inflación y devaluación a los diferentes aspectos financieros y los presupuestos de capital.

Evaluar el riesgo en las decisiones de inversión.

Conocer y ver diferentes puntos para la toma de decisiones sobre el costo de capital.

CONTENIDO:

- 1- Presentación, introducción y definición.
- 2- Consideraciones especiales en los métodos de evaluación de inversión: vidas económicas desiguales. CAUE. Tires múltiples. Analogía y diferencias: VAN Y TIR
- 3- Rentabilidad Recursos Propios
- 4- Efectos en inflación, devaluación
- 5- Costo de capital
- 6- Costo de capital y rendimiento requerido
- 7- Arriendo vs compra
- 8- El riesgo y la incertidumbre. Decisiones de inversión
- 9- Simulación en la presupuestación de inversión
- 10- Programación lineal en decisiones de inversión

BIBLIOGRAFIA:

- Decisiones de inversión en la Empresa
Marín, Kethelhon
- Análisis de proyectos
Marín, Kethelhon
- Administración Financiera Bajo riesgo
González, Cortés
- Administración financiera e inflación
Bierman, Harold
- Fundamentos de Administración Financiera
Block, Stantley
- Análisis Financiero
Mao, Jones
- Fundamentos de Administración Financiera
Van Horne, James
- Strategie Hurdle Rates for Capital Investment
Donaldson, G.
- Risk Analysis in Capital Investment
Hertz, D.B.
- Three problems in rationing capital
Lorie, JH.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-70 CURSO SISTEMAS DE INFORMACION II

OBJETIVO:

Desarrollar los enfoques teóricos y prácticos que permitan al estudiante una capacitación tal, que puedan realizar el desarrollo de sistemas de información, con énfasis en las etapas de diseño e implantación de los mismos.

Este curso se fundamenta en un alto desarrollo teórico de sistemas, que serán la base necesaria para una fácil asimilación de técnicas y estrategias que podrán ser usadas en el desarrollo real y práctico de sistemas de información de cualquier índole.

Se capacitará al estudiante con el uso de metodologías estructuradas para el desarrollo de sistemas, de manera tal que el desarrollo de los mismos satisfaga los requerimientos de los usuarios de una manera eficaz y eficiente.

CONTENIDO:

1. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE SISTEMAS

1.1. CARACTERISTICAS DE LOS SISTEMAS

- 1.1.1. Sistemas de procedimiento de transacciones.
- 1.1.2. Sistemas de decisiones administrativas
 - 1.1.2.1. Sistemas de apoyo a la toma de decisiones.
 - 1.1.2.2. Sistemas de Información Gerencial.

1.2. CLASIFICACION DE LAS SOLICITUDES DE DESARROLLO.

- 1.2.1. Solicitudes operacionales
- 1.2.2. Solicitudes gerenciales

1.3. CLASIFICACION DE APLICACIONES

- 1.3.1. Estructuradas, su concepto y desarrollo
- 1.3.2. No estructurada, su concepto y desarrollo

1.4. EL CONCEPTO DEFECTO DE DURACION EN EL DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACION.

- 1.5. ESTRATEGIA DE DESARROLLO MONOLITICO
 - 1.5.1. Características de la estrategia
 - 1.5.2. Condiciones para su uso
- 1.6. ESTRATEGIA DE DESARROLLO INCREMENTAL
 - 1.6.1. Características de la Estrategia
 - 1.6.2. Condiciones para su uso
- 1.6. ESTRATEGIA DE DESARROLLO INCREMENTAL
 - 1.6.1. Características de la Estrategia
 - 1.6.2. Condiciones para su uso
- 1.7. ESTRATEGIA DE DESARROLLO EVOLUTIVO
 - 1.7.1. Características de la Estrategia
 - 1.7.2. Condiciones para su uso
- 1.8. CAMINO DE DESARROLLO:
 - SENN
 - SILVA
 - PROPUESTA PRIVADA

2- DISEÑO DEL SISTEMA COMPUTARIZADO

- 2.1. CONCEPTO DE DISEÑO
- 2.2. OBJETIVOS DEL DISEÑO CONCEPTUAL
 - 2.2.1. Documentación del diseño conceptual
 - 2.2.2. Fases del diseño conceptual
 - 2.2.3. Diagrama de diseño conceptual
- 2.3. CONCEPTOS DE DISEÑO ESTRUCTURADO
 - 2.3.1. Concepto de módulo
 - 2.3.2. Concepto de vinculación y tipos
 - 2.3.3. Concepto de cohesividad y tipos
 - 2.3.4. Concepto de estructura
- 2.4. DIAGRAMA DE LA ESTRUCTURA LOGICA DE DATOS
- 2.5. DISEÑO DE LA SALIDA DE SISTEMAS
 - 2.5.1. Diseño lógico de la salida
 - 2.5.2. Selección de los métodos de salida
 - 2.5.3. Matriz de controles de salida
- 2.6. DISEÑO A LA ENTRADA DE SISTEMAS
 - 2.6.1. Objetivos del diseño de entrada.
 - 2.6.2. Diseño de documentos fuentes para captura de datos.

2.6.3. Controles a la entrada de datos

2.6.4. Matriz de controles de entrada

2.7. CONSIDERACIONES DEL DISEÑO FISICO

2.7.1. Determinación

2.7.2. Cálculo para el diseño físico

2.7.3. Respaldo de archivos

2.7.4. Recuperación de Archivos

4. DISEÑO DE LOS CONTROLES DEL SISTEMA

3.1. Controles externos y seguridad

3.2. Controles internos

3.3. Uso de matrices de controles

4. IMPLEMENTACION E IMPLANTACION

4.1. Pruebas

4.2. Métodos de conversión

BIBLIOGRAFIA:

1. SILVA, B. Federico, Análisis Diseño y Práctica, Editorial: Tecnología de Costas..
2. SENN, James. Análisis y Diseño de Sistemas. Editorial Mc Graw-Hill. Mexico

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-40 METODOS DE INVESTIGACION

OBJETIVOS:

A. **COMPRESION:**

1. Comprender el proceso de investigación científica en las áreas de la ciencia.
2. Comprender cuáles son la amplitud y los límites de la investigación científica, sus aplicaciones y usos.
3. Comprender las ventajas de la investigación científica realizada en forma colectiva, multidisciplinaria e institucional.
4. Comprender que las actividades de la investigación científica; los descubrimientos; las técnicas; los métodos y los instrumentos trascienden todas las barreras creadas por el hombre, así como también las barreras de tiempo y espacio.

B. **ACTITUDES:**

1. Fomentar en el estudiante el uso del pensamiento reflexivo y la rigurosidad metodológica al planificar y desarrollar la investigación científica.
2. Promover la adopción de principios éticos, profesionales y de respeto a la dignidad y sentimiento humano al usar sujetos de estudio de esta especie para la investigación científica.
3. Generar en los estudiantes una motivación para compartir, sin reservas ni egoísmos profesionales, sus experiencias, descubrimientos e inventos con los demás por medio de publicaciones orales y escritas.

C. **CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES:**

1. Aplicar el método científico a la investigación de problemas e hipótesis en el campo investigador.
2. Seleccionar el diseño experimental adecuado para maximizar la varianza experimental o sistemática, minimizar la varianza error y controlar las variables extrañas en las hipótesis sometidas a prueba experimental en sus investigaciones.
3. Establecer la diferencia entre las tipologías del conocimiento.
4. Diseñar proyectos de investigación.
5. Formular problemas de investigación en el campo específico de su especialidad.

6. Plantear hipótesis; objetivos (generales, específicos y metodológicos) en las investigaciones del campo sujeto de estudio.
7. Conocer los pasos del método científico y aplicarlos en las investigaciones que realice.
8. Conocer la teoría general del conocimiento desde una perspectiva epistemológica, psicológica y fenomenológica.
9. Establecer las diferencias entre un proceso evaluativo y el proceso investigativo.
10. Conocer y aplicar diferentes tipos de investigación
11. Conocer y aplicar el modelo clásico de la investigación científica.
12. Diferenciar la investigación cuantitativa de la cualitativa.

CONTENIDO:

1. Teoría general del conocimiento
2. Posibilidades del conocimiento
3. El origen del conocimiento
4. Principios éticos, ontológicos, etc. del conocimiento.
5. La ciencia y la investigación científica
 - 5.1 La Ciencia
 - Antecedentes
 - La ciencia y el método científico
 - Características del método científico
 - Métodos del conocimiento
 - Objetivos de la ciencia
 - La teoría en la ciencia
 - La teoría como sistema explicativo
 - Características de la teoría
 - Ciencias actuales y formales, y otras clasificaciones
 - La ley en la ciencia
 - 5.2 La investigación científica
 - Definición de investigación científica
6. La investigación y la evaluación
7. Tipos de investigación
 - Exploratoria
 - Descriptiva
 - Histórica
 - Causal-comparativo

Cuasi-experimental y experimental
Experimento de laboratorio, de campo y estudios de campo
Ex post facto (no experimental)
Estudios de correlación
Participativa

8. El diseño de investigación
Significado
Propósito
Principios
Diseño de investigación: pre-experimentales, experimentales y cuasi-experimentales
9. Pasos del proceso investigativo.

BIBLIOGRAFIA:

1. Ander-Egg Técnicas de investigación social
2. Brenes, A. Los trabajos finales de graduación
3. Bunge, Maria La ciencia, el método y su filosofía
4. Bunge, Maria Ciencia y desarrollo
5. Best. J.W. Como investigar en educación
6. Campbell y Sbanley Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social
7. Galturg, J. Teoría y métodos en la investigación social
8. Selltiz, C. y otros Métodos de investigación en las relaciones humanas
9. Messen, J. Teoría del conocimiento
10. Kerlinger, F.N. Investigación del comportamiento
11. Sierra Bravo, R. Técnicas de investigación social
12. Sierra Bravo, R. Epistemología, Lógica y Metodología
13. Venegas, P. Algunos elementos de la investigación
14. Pardinás, F. Metodología y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales
15. Rodríguez, R. Introducción a la Investigación.
16. Barahona, Abel y Francisco. Metodología de los trabajos científicos.
17. Weiss Carol. Investigación Evaluativa.
18. Normas sobre Tesis y Tesinas
Universidad Internacional de las Américas.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS
AE-71 ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO

OBJETIVO:

Brindarle al estudiante los conocimientos básicos sobre la planificación, desarrollo, organización, ejecución y control en centros de cómputo.

CONTENIDOS:

1. Gerencia y planificación estratégica
2. Conceptos básicos de administración y organización
3. Organización del centro de cómputo
 - 3.1- Localización
 - 3.2- Organización
 - 3.3- Centralización
 - 3.4- Descentralización
 - 3.5- Dotación y motivación del personal
4. El plan de informática
 - 4.1- Recolección de información
 - 4.2- Preparación del plan
 - 4.3- Aprobación de los planes
 - 4.4- Ejecución del plan
5. Planificación y administración de los recursos
 - 5.1- Presupuestos
 - 5.2- Capacitación
 - 5.3- Proyectos
 - 5.4- Operaciones
 - 5.5- Costos
6. Control y evaluación
 - 6.1- "Software" de cuarta generación
 - 6.2- Adquisición de "software"
7. Licitaciones

BIBLIOGRAFIA

- Sallenave, Jean-Paul. Gerencia y Planeación Estratégica. Editorial Norma S.A. Colombia 1985.
- Alberth, Kenneth J. Manual de Administración Estratégica. Mc Graw Hill. México 1980.
- Terry George R. Principios de Administración. Editorial Continental. México 1980.
- Chruden/Sherman. Administración de Personal. Cecsá. México, 1986.
- Pfiffner/Sherwood. Organización Administrativa. Herrera, Hnos. México 1977.
- Benjamín, Robert I. Control del ciclo de desarrollo de sistemas de información. Limusa, México. 1973.
- Talbot, J.R. La Dirección y Seguridad del Ordenador. Hispano Europea S.A. España, 1984.
- Tangui, J. Elección y compra del software de gestión. Deusta S.A. España, 1984.
- Hannam, James. EDP Auditing. Aurbach. U.S.A. 1982.
- G. Davis y M. Olson. Sistemas de Información Gerencial Mc Graw Hill. México. 1989.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-72 ADMINISTRACION Y CONTROL DE PROYECTOS

OBJETIVO:

Capacitar al estudiante con herramientas que le permitan el establecimiento de una metodología, para la PLANIFICACION, EJECUCION, CONTROL Y EVALUACION de proyectos automatizados.

CONTENIDOS:

1. Conceptos Generales:
 - 1.1- El concepto de proyecto
 - 1.2- Necesidad de la administración
 - 1.3- El ciclo del proceso administrativo de un proyecto.
 - 1.4- Elementos de la organización
 - A. Unidad de tiempo
 - B. Especificación de la semana de trabajo
 - C. Calendarización de las actividades
 - D. Recursos
2. El estudio de la factibilidad
 - 2.1- Estudio de mercado
 - 2.2- El sistema existente
 - 2.3- Análisis de paquetes
 - 2.4- Criterios de decisión
 - 2.5- Análisis de opciones
 - 2.6- Factibilidad técnica
 - Factibilidad operacional
 - Factibilidad económica
3. Administración de Proyectos
 - 3.1- Elementos fundamentales
 - A. La administración del proyecto
 - B. Metodología para el desarrollo
 - C. Técnicas o herramientas
 - 3.2- Funciones del director de proyecto
 - A. Planificación
 - B. Organización
 - C. Administración de personal
 - D. Dirección
 - E. Control
4. Planificación de proyectos
 - 4.1- Proyectos pequeños
 - A. Especificación de objetivos

- B. División del trabajo en tareas
 - C. Estimación de recursos
 - D. Normas y procedimientos
 - E. Calendarización
 - F. Presupuesto
- 4.2- Planificación de proyectos grandes
- A. Plan general
 - B. Plan de fases
 - C. Plan de organización
 - D. Plan metodológico
 - E. Administración de la configuración
 - F. Administración de recursos
 - G. Documentación, pruebas e instalación
 - H. Calendarización de actividades
5. Organización del Proyecto
- 5.1- Estructura organizacional
 - 5.2- Organización funcional
 - 5.3- Organización de proyectos
 - 5.4- Organización matricial
 - 5.5- Estructura del grupo de trabajo
6. Dirección del proyecto
- 6.1- Selección del personal
 - 6.2- Adiestramiento y evaluación
 - 6.3- Control del proyecto
 - A. Control de tiempo, costo y recursos
 - B. Control de calidad
 - 6.4- Herramientas para control
 - A. PERT/CPM
 - B. Matriz de seguimiento
 - C. Desarrollo de unidades
7. Análisis de costos y beneficios
- 7.1- Costo del sistema actual
 - 7.2- Costo estimado para desarrollo del sistema propuesto
 - 7.3- Costo de operación del sistema propuesto
 - A. Clasificación de beneficios (tangibles/intangibles)
 - B. Punto de equilibrio
8. Estudio financiero
- A. Vida útil esperada
 - B. Flujo de efectivo
 - C. Resumen de costos
 - a) Mano de obra
 - b) Equipo

- c) Espacio
 - d) Servicios auxiliares
 - e) Materiales
 - f) Gastos generales
- 8.1- Valor actual neto (VAN)
- 8.2- Tasa interna de retorno (TIR)

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---|--|
| LUCAS JR, HENRY C. | Sistemas de Información,
Editorial PARANINFO,
Madrid, España 1984 |
| LUCAS JR, HENRY C. | Conceptos de los Sistemas
de Información para la
Administración, Editorial
Mc Graw Hill |
| BURCH Jr. JOHN G. Y
STRATER Jr. FELIX R. | Sistemas de Información
Teoría y Práctica.
Editorial LIMUSA. |
| ASHLEY, Ruth. | Diseño de Proyectos
Computacionales |
| BERS, Lucas. | Desarrolla y Control de
Proyectos. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO GENERAL:

El estudiante desarrollará la capacidad para analizar y tomar decisiones estratégicas. Para esto requiere que aplique los conocimientos de las áreas funcionales (principalmente mercadeo, producción y finanzas).

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Saber identificar las diferentes estrategias genéricas en diferentes tipos de empresas.

Poder identificar la responsabilidad del gerente general dentro del proceso estratégico.

Saber que es un planeamiento estratégico, su utilidad y sus limitaciones.

Poder identificar la mejor estrategia según las características del sector industrial.

Identificar las reacciones que podrá tener la organización a un cambio de estrategia.

CONTENIDOS:

- 1.- Introducción a la estrategia empresarial.
- 2.- Crown Cork and Seal Co.
- 3.- La Estrategia Competitiva en acción
- 4.- Aplicaciones de la Estrategia Competitiva
- 5.- El Arte de la Estrategia Planificada
- 6.- El Arte del Pensamiento Estratégico
- 7.- Elaboración de estrategias a partir de la curva de experiencia.
- 8.- Diagnósis Organizativa.
- 9.- Acción Organizacional.

- 10.- El Gerente General en el papel de estratega.
- 11.- La Gerencia General nos incumbe a todos.
- 12.- Estrategia Competitiva.
- 13.- El papel del liderazgo en la consecución de los fines.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|------------------------------|--|
| -Sexton, William | Teorías de la Organización |
| -Jun, Jong
Storm, William | Las Organizaciones del Mañana |
| -Thomas, John | El Control Estratégico |
| -Uyterhoeven, Hugo | La estrategia y la organización |
| -Kast, Fremont | Administración en las organizaciones |
| -Yavitz, Boris | Estrategia en acción |
| -Levin, Richard | Enfoques cuantitativos a la Administración |
| -Wehrich, Heinz | Excelencia administrativa |
| -Porter, Michael | Estrategia competitiva |
| -Ackoff, Russell | Cápsulas de Ackoff |
| -Gilbreath, Robert | La estrategia del cambio |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-35 LENGUAJE DE COMPUTACION

Objetivo General:

El objetivo de este curso es el de introducir al estudiante al conocimiento de la ingeniería de sistemas y al manejo de paquetes para uso en microcomputadores.

Objetivos Específicos:

El estudiante estará en capacidad de manejar y utilizar diversos paquetes especializados así como el sistema operativo MS-DOS.

Contenidos:

- I. Concepto de Computador
 - Componentes de "Hardware"
 - Diagrama de unidades básicas
 - Memoria Principal
 - Unidad central de proceso
 - Operadores aritméticos
 - Operadores relacionales
 - Operadores lógicos
 - Unidad de Control
 - Unidades de entrada y salida
 - Discos
 - Cintas

Aspectos de "Software"

- Proceso de generación de un programa
- Compiladores e interpretadores

Introducción a conceptos de manejo de información

- Organización de datos
- Concepto de bit
- Concepto de byte
- Concepto de kbyte
- Concepto de Megabyte
- Concepto de Gygabyte
- Definición de campo elemental
- Definición de registro de datos
- Definición de Archivo

Utilización del comando HELP

- Selección del tipo de ayuda

Entrada y formatos de datos

- Entrada de datos

- Entrada de etiquetas rótulos

- Formateo de campos

- Definición de formatos numéricos (ENTERO, CIENTIFICO, CON SIGNO, CON DECIMALES, PORCENTAJE)

Edición de la hoja Electrónica

- Edición de Campos

- Borrado e inclusión de filas y columnas

- Definición individual de anchos de las columnas

- Borrado de un rango de valores o etiquetas

- Copia de celdas

- Mover celdas a una nueva localización

- Protección de celdas

Manejo de Archivos

- Cargar archivos

- Salvar archivos

- Borrar archivos

- Listar archivos

- Ver archivos

- Combinar archivos

- Extraer archivos

Impresión

- Definición de encabezados

- Definición de notas de pie de página

- Márgenes de impresión

- Longitud de la página

- Selección de rangos de impresión

Uso de Fórmulas

- Fórmulas de modo relativo

- Fórmulas de modo absoluta

- Sumarizar columnas

- Sumarizar renglones

- Funciones matemáticas

- Funciones estadísticas

- Funciones financieras

Sistema Administrador de Bases de Datos en Lotus

- Almacenamiento de datos en registros

- Estructura de la base de datos

Ordenamiento de datos
Uso del comando "FILL"
Criterios de selección de rangos
Como usar el comando "FIND"
Extracción de registros seleccionados
El concepto de ventana en LOTUS
Regresión de datos
Distribución de datos
Funciones estadísticas para la base de datos

II. Sistema Operativo MS-DOS

Definición de sistema operativo
Definición y manejo de Directorios y Subdirectorios
Tipos de Archivos
Texto
Datos
Ejecutables
Comandos básicos del MS-DOS
BACKUP, CHDIR, CHKDSK, COPY, DATE, DELETE, DIR,
DISKCOMP, DISKCOPY, FORMAT, MORE, PATH, PRINT, RESTORE,
TIPE, MKDIR, RENAME.

III. Procesador de palabras -"SMART"-

Generalidades
Breve descripción de la filosofía del paquete
Acceso y salida del procesador de textos
Modo de ayuda (Help y Autohelp)

Creación y Edición de Textos

Creación de un archivo de texto
Carga de un archivo de texto (load)
Salvar y descargar archivos de texto (Save, Unload)
Modo de transferir información entre los programas
(Read, Write, Send, Graphics).

Manejo del Texto

Copiar partes, borrar, mover e insertar información en
el archivo de texto (COPY, INSERT, MOVE, DELETE, FIND,
REPLACE)
Formateado del texto
(CHANGE-TYPE, MARGIN-REFORMAT, TABS, JUSTIFY, NEWPAGE,
SPACING).
Creación y edición de pies de página (FOOTNOTE)
Subrayada, negrita y tipo de letra (BOLD, FONT,
UNDERScore)

Impresión del texto (PRINT)

Manejo de ventanas (SPLIT, ZOOM, CLOSE, GOTO)

Como hacer cálculos (COMPUTE, TEXT-SORT, F-CALCULATOR)

Comandos especiales para control de pantalla, teclado, obtener información de archivos existentes. (BORDER, BEEP, DISPLAY, CONFIDENCE, PAINT, RULER, VISIBLE, MACRO, DIRECTORY, INDEX).

Uso de comandos REMEMBER, INPUT-SCREEN Y EXECUTE.

IV. Hoja Electrónica Lotus 1-2-3

Introducción al Lotus 1-2-3-

Acceso al sistema

Uso del menú principal

Utilización del teclado y teclas especiales

Movimiento del cursor dentro de las celdas

Creación de Gráficos

Definición de encabezados

Definición de sub encabezados

Encabezado de los ejes "X" y "Y" respectivamente

Tipos de gráfico

Salvando el gráfico para impresión

Introducción a los Macros

V. Software para diseño de flujogramas -"FLOW"-

Generalidades

Entrada/Salida del paquete

Edición del gráfico

Símbolos

Líneas

Texto

Borrado

Relocalización

Copiado

Generación de imágenes

Recuperación de imágenes

Impresión del gráfico

Cargar un gráfico

Salvar un gráfico

Ver el directorio actual de gráficos

Cambio de disco de trabajo

Configuración del "software"

Cambio de directorio

Impresión múltiple

Bibliografía

- Thomas Sheldon PC-DOS

- Albrecht, Robert Lenguaje Basic

- Zwass, Vladimir Introducción a la Ciencia de la
Computación.

- RS COBOL SYSTEM

- Bazaraa, Makntar Programación lineal y flujo de redes

- Chai, Winchung Programing Standar Cobol

- Deiteal, Harvey Introducción a los Sistemas
Operativo

- Keller, Arthur Manejo de paquetes

- Levine, Guillermo Introducción a la computación y a la
programación

- Lang, Larry Introducción a la Informática

- G. Michael Schneir Estructura y Organización de los
Sistemas de Computación

- Sawnders, Donald H. Informática presente y futura.

**ENFASIS
EN
FINANZAS**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-37 SISTEMAS DE INFORMACION

OBJETIVO:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante habrá adquirido conocimientos acerca del concepto de sistemas de información aplicados a la organización. Conocerá y comprenderá la dinámica de la formulación, el desarrollo y la implantación de sistemas de información en las organizaciones.

Contenido:

- 1.- El enfoque de sistemas:
 - 1.1) Introducción a los sistemas
 - 1.2) El marco natural
 - 1.3) El marco de la empresa
- 2.- Las aplicaciones del enfoque de sistemas
 - 2.1) A las organizaciones empresariales
 - 2.2) A las organizaciones sociales
- 3.- Puntos de vista de la teoría general de sistemas
- 4.- El proceso de toma de decisiones
- 5.- El proceso de diseño de sistemas
- 6.- Los objetivos y la interacción con los sistemas
- 7.- La moralidad de los sistemas
- 8.- Cuantificación y medición
- 9.- Problemas de medición y dominio de las ciencias sociales
- 10.- El control y los sistemas de información

- 11.- Macrotendencias:
 - 11.1) De una sociedad industrial a una sociedad de información
 - 11.2) De la tecnología obligada a la alta tecnología
 - 11.3) De la economía nacional a la economía mundial
 - 11.4) De corto a largo plazo.
 - 11.5) De centralización a descentralización
 - 11.6) De la ayuda nacional a la autoayuda
 - 11.7) De las jerarquías a las redes
 - 11.8) De la alternativa a la opción múltiple

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-34 CURSO DE DIRECCION COMERCIAL

Objetivos del curso:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de:

Desarrollar las diferentes etapas que deben llevarse a cabo para la elaboración de un plan estratégico de mercadeo, enfocándolos desde el punto de vista del análisis de mercados.

Desarrollar el conocimiento teórico y/o práctico de los principales conceptos de mercadotecnia, adquiriendo capacidad analítica para la formulación de estrategias comerciales.

Contenidos:

- 1.- Introducción al sistema de mercado
- 2.- Composición integral de la mezcla de mercadeo.
- 3.- El papel de la investigación de mercados dentro de la planificación.
 - 3.1 Determinación de necesidades insatisfechas.
 - 3.2 Cuándo utilizar la fuerza de ventas para la investigación de mercados?
 - 3.3 Investigación de mercados al estilo japonés
- 4.- Decisiones sobre segmentación de mercados.
 - 4.1 Tipos de segmentación.
 - 4.2 Papel de los canales de comercialización.
- 5.- La planificación estratégica y su relación con el mercadeo.
 - 5.1 Estrategia y supervivencia.
 - 5.2 La fuerza impulsora.
 - 5.3 El poder de la fuerza impulsora
 - 5.4 Cómo realizar la estrategia?
 - 5.5 Los retos de la dirección estratégica
 - 5.6 Como organizarse para formular la estrategia
 - 5.7 Auditoraje de la situación (FODA)
- 6.- Posicionamiento. Su relación con la comunicación publicitaria.
 - 6.1 Opciones clave en la planificación de producto y la selección de mercados.
 - 6.2 Estrategias exitosas para incrementar la participación de mercado
 - 6.3 Como hacer más rentables los medios de comunicación.

7.- El mercadeo en la época actual. Factores controlables y no controlables.

8.- El ambiente organizacional cambiante

9.- Tendencia del mercadeo a corto, mediano y largo plazo

9.1 Escogiendo la estrategia para los cambios

9.2 Considere a los clientes como inversión

9.3 No hay camino fácil para la orientación al mercadeo

9.4 Qué deben saber los mercadólogos acerca de las mujeres?

9.5 Mercadotecnia directa. Cambio rápido o lento

Demostración práctica sobre las bases de datos en mercadeo.

10.- Desarrollo de un plan estratégico para un caso real

BIBLIOGRAFIA:

SCHEWE Y SMITH

Mercadotecnia, concepto y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill.

KOTLER PHILIP

Fundamentos de mercadotecnia
Editorial Prentice Hall Int.

REVISTA HARVARD

STANTON, JAMES

Fundamentos de Marketing
Editorial Mc Graw Hill

PUBLICIDAD

Otto Kepner's
Editorial Mc Graw Hill

PUBLICIDAD

Artrim William
Editorial Mc Graw Hill

MC CARTHY, JEROME

Comercialización
Editorial El Atenea

TAYLOR, WELDON

Mercadotecnia
Editorial Mc Graw Hill

BOYD, HOPER

New Dimensions in Consumer Analysis
Editorial Prentice Hall

LEVIT, THEODORE	La moda del mercadeo Editorial Limusa
STIGLER, GEORGE	La teoría de los precios Editorial Mc Graw Hill
SCHWARTZ, DAVID	El mercadeo de hoy Editorial Mc Graw Hill
WARREN, DIRK	Como planear un nuevo producto Editorial Prentice Hall
AAKER, DAVID	Investigación de mercados Editorial Limusa
CANFIELD, BERTRAND	Administración de ventas Editorial Diana
BELL, MARTIN	Mercadotecnia Editorial Mc Graw Hill
COHEN, DOROTHY	Publicidad Comercial Editorial Prentice Hall
REWOLDT, STEWART	Dirección Comercial Editorial Prentice Hall.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-35 LENGUAJE DE COMPUTACION

Objetivo General:

El objetivo de este curso es el de introducir al estudiante al conocimiento de la ingeniería de sistemas y al manejo de paquetes para uso en microcomputadores.

Objetivos Específicos:

El estudiante estará en capacidad de manejar y utilizar diversos paquetes especializados así como el sistema operativo MS-DOS.

Contenidos:

- I. Concepto de Computador
 - Componentes de "Hardware"
 - Diagrama de unidades básicas
 - Memoria Principal
 - Unidad central de proceso
 - Operadores aritméticos
 - Operadores relacionales
 - Operadores lógicos
 - Unidad de Control
 - Unidades de entrada y salida
 - Discos
 - Cintas

Aspectos de "Software"

- Proceso de generación de un programa
- Compiladores e interpretadores

Introducción a conceptos de manejo de información

- Organización de datos
- Concepto de bit
- Concepto de byte
- Concepto de kbyte
- Concepto de Megabyte
- Concepto de Gygabyte
- Definición de campo elemental
- Definición de registro de datos
- Definición de Archivo

Utilización del comando HELP
Selección del tipo de ayuda

Entrada y formatos de datos
Entrada de datos
Entrada de etiquetas rótulos
Formateo de campos
Definición de formatos numéricos (ENTERO, CIENTIFICO,
CON SIGNO, CON DECIMALES, PORCENTAJE)

Edición de la hoja Electrónica
Edición de Campos
Borrado e inclusión de filas y columnas
Definición individual de anchos de las columnas
Borrado de un rango de valores o etiquetas
Copia de celdas
Mover celdas a una nueva localización
Protección de celdas

Manejo de Archivos
Cargar archivos
Salvar archivos
Borrar archivos
Listar archivos
Ver archivos
Combinar archivos
Extraer archivos

Impresión
Definición de encabezados
Definición de notas de pie de página
Márgenes de impresión
Longitud de la página
Selección de rangos de impresión

Uso de Fórmulas
Fórmulas de modo relativo
Fórmulas de modo absoluto
Sumarizar columnas
Sumarizar renglones
Funciones matemáticas
Funciones estadísticas
Funciones financieras

Sistema Administrador de Bases de Datos en Lotus
Almacenamiento de datos en registros
Estructura de la base de datos

- Ordenamiento de datos
- Uso del comando "FILL"
- Criterios de selección de rangos
- Como usar el comando "FIND"
- Extracción de registros seleccionados
- El concepto de ventana en LOTUS
- Regresión de datos
- Distribución de datos
- Funciones estadísticas para la base de datos

II. Sistema Operativo MS-DOS

- Definición de sistema operativo
- Definición y manejo de Directorios y Subdirectorios
- Tipos de Archivos
 - Texto
 - Datos
 - Ejecutables
- Comandos básicos del MS-DOS
 - BACKUP, CHDIR, CHKDSK, COPY, DATE, DELETE, DIR,
 - DISKCOMP, DISKCOPY, FORMAT, MORE, PATH, PRINT, RESTORE,
 - TIPE, MKDIR, RENAME.

III. Procesador de palabras -"SMART"-

- Generalidades
- Breve descripción de la filosofía del paquete
- Acceso y salida del procesador de textos
- Modo de ayuda (Help y Autohelp)

Creación y Edición de Textos

- Creación de un archivo de texto
- Carga de un archivo de texto (load)
- Salvar y descargar archivos de texto (Save, Unload)
- Modo de transferir información entre los programas (Read, Write, Send, Graphics).

Manejo del Texto

- Copiar partes, borrar, mover e insertar información en el archivo de texto (COPY, INSERT, MOVE, DELETE, FIND, REPLACE)
- Formateado del texto (CHANGE-TYPE, MARGIN-REFORMAT, TABS, JUSTIFY, NEWPAGE, SPACING).
- Creación y edición de pies de página (FOOTNOTE)
- Subrayada, negrita y tipo de letra (BOLD, FONT, UNDERSCORE)

Impresión del texto (PRINT)

Manejo de ventanas (SPLIT, ZOOM, CLOSE, GOTO)

Como hacer cálculos (COMPUTE, TEXT-SORT, F-CALCULATOR)

Comandos especiales para control de pantalla, teclado, obtener información de archivos existentes. (BORDER, BEEP, DISPLAY, CONFIDENCE, PAINT, RULER, VISIBLE, MACRO, DIRECTORY, INDEX).

Uso de comandos REMEMBER, INPUT-SCREEN Y EXECUTE.

IV. Hoja Electrónica Lotus 1-2-3

Introducción al Lotus 1-2-3-

Acceso al sistema

Uso del menú principal

Utilización del teclado y teclas especiales

Movimiento del cursor dentro de las celdas

Creación de Gráficos

Definición de encabezados

Definición de sub encabezados

Encabezado de los ejes "X" y "Y" respectivamente

Tipos de gráfico

Salvando el gráfico para impresión

Introducción a los Macros

V. Software para diseño de flujogramas -"FLOW"-

Generalidades

Entrada/Salida del paquete

Edición del gráfico

Símbolos

Líneas

Texto

Borrado

Relocalización

Copiado

Generación de imágenes

Recuperación de imágenes

Impresión del gráfico

Cargar un gráfico

Salvar un gráfico

Ver el directorio actual de gráficos

Cambio de disco de trabajo

Configuración del "software"

Cambio de directorio

Impresión múltiple

Bibliografía

- Thomas Sheldon PC-DOS

- Albrecht, Robert Lenguaje Basic

- Zwass, Vladimir Introducción a la Ciencia de la
Computación.

- RS COBOL SYSTEM

- Bazaraa, Makntar Programación lineal y flujo de redes

- Chai, Winchung Programing Standar Cobol

- Deiteal, Harvey Introducción a los Sistemas
Operativo

- Keller, Arthur Manejo de paquetes

- Levine, Guillermo Introducción a la computación y a la
programación

- Lang, Larry Introducción a la Informática

- G. Michael Schneir Estructura y Organización de los
Sistemas de Computación

- Sawnders, Donald H. Informática presente y futura.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-36 TECNICAS ESTADISTICAS

I. OBJETIVOS GENERALES

El contenido del curso está diseñado para lograr que el estudiante sea capaz de:

1. Manejar una serie de técnicas estadísticas de descripción y análisis de datos, con un conocimiento preciso acerca de los supuestos y las limitaciones de cada técnica.
2. Analizar la forma correcta de plantear los problemas y realizar una interpretación sustantiva y clara de los resultados que obtenga en cada caso específico, sin dejar de lado su función de administrador.
3. Utilizar los conceptos como una introducción a la teoría de las decisiones y sus posibles aplicaciones en la administración.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Al finalizar el curso, el estudiante debe estar en capacidad de:

1. Exponer los conceptos y técnicas de la estadística descriptiva.
2. Definir los conceptos básicos de probabilidad y entender las distribuciones de probabilidad.
3. Examinar los temas de muestreo y distribuciones muestrales y de inferencia.
4. Entender como las análisis de regresión y correlación determinan la naturaleza y la fuerza de una relación entre dos variables.
5. Analizar como la teoría económica puede a veces sugerir la forma funcional de una relación.

6. Describir los cambios que con el tiempo tienen lugar en un evento determinado y predecir el comportamiento.
7. Hacer aplicaciones de los números índices.
8. Explicar los métodos para la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

CONTENIDOS:

TESIS I

INTRODUCCION:

1. La estadística moderna
2. La estadística en la administración de empresas
3. La investigación operativa
4. Utilización de las técnicas estadísticas

Lecturas Básicas

Levin R.I. Capítulo 1

Freund, J.E. y Frank, J.W. Capítulo 1

Ramírez, F. "Como utilizar correctamente las técnicas estadísticas". Nota técnica de National University. Abril 1990.

TESIS II

Conceptos y Técnicas de la Estadística Descriptiva

1. Organización de los datos para que transmitan un significado: tablas y gráficas.

TESIS III

PROBABILIDAD

1. Importancia de la teoría de la probabilidad.
2. Revisión de conceptos básicos de probabilidad

3. Tipos de probabilidad
4. Reglas de probabilidad
5. Probabilidades en condiciones de independencia estadística
6. Revisión de las estimaciones previas de probabilidad: el teorema de Bayes.
7. Distribuciones de probabilidad
8. Variables aleatorias
9. Uso del valor esperado en la toma de decisiones
10. La distribución binomial
11. La distribución Poisson
12. La distribución normal
13. Elección de la correcta distribución de probabilidad

TESIS IV

INFERENCIA ESTADISTICA

1. Muestreo y distribuciones muestrales.
2. Estimación
3. Prueba de hipótesis
4. Aplicaciones al mundo real.

TESIS V

REGRESION Y CORRELACION SIMPLES

1. Introducción
2. Estimación mediante la línea de regresión
3. Análisis de correlación
4. Inferencias sobre los parámetros de la población
5. Uso de los análisis de regresión y correlación: limitaciones, errores y advertencias.
6. Aplicaciones al mundo real

TESIS VI

SERIES DE TIEMPO

1. Uso del análisis de series de tiempo
2. Variaciones en las series de tiempo
3. Análisis de tendencias
4. Variación cíclica
5. Variación estacional
6. Variación irregular

7. Ejemplo que incluye los cuatro componentes de una serie de tiempo.
8. Análisis de las series de tiempo en los pronósticos
9. Aplicaciones al mundo real.

BIBLIOGRAFIA

1. Berenson, M.L. y Levine, D.M. Estadísticas para Administración y Economía. Conceptos y aplicaciones. Nueva Editorial Interamericana, S.A. DE C.V. México. D.F. Primera edición, 1987.
2. Freund, J.E y Williams, F.J Elementos modernos de Estadística Empresarial. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Primera edición, 1985.
3. Hu, Teh-Wel. Econometría. Un análisis Introductorio. Fondo de Cultura Económica. México. Primera edición en español, 1979.
4. Kazmier, L.J. Estadística Aplicada a la Administración y Economía. Libros Mc-Graw Hill de México, S.A. de C.V. Serie de Compendios Schaum. México, D.F., 1987.
5. Levin R.I. Estadística para Administradores. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Segunda edición, 1988.
6. Salvatore, D. Econometría. Mc-Graw-Hill de México, S.A. 1985.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

CURSO: FINANZAS AVANZADAS

CODIGO: AE-41

OBJETIVOS:

Estimular en el estudiante una actividad de análisis crítico y riguroso de los criterios que se siguen en la toma de decisiones financieras relacionadas con situaciones complejas e inciertas.

Conocer cómo afecta la inflación y devaluación a los diferentes aspectos financieros y los presupuestos de capital.

Evaluar el riesgo en las decisiones de inversión.

Conocer y ver diferentes puntos para la toma de decisiones sobre el costo de capital.

CONTENIDO:

- 1- Presentación, introducción y definición.
- 2- Consideraciones especiales en los métodos de evaluación de inversión: vidas económicas desiguales. CAUE. Tires múltiples. Analogía y diferencias: VAN Y TIR
- 3- Rentabilidad Recursos Propios
- 4- Efectos en inflación, devaluación
- 5- Costo de capital
- 6- Costo de capital y rendimiento requerido
- 7- Arriendo vs compra
- 8- El riesgo y la incertidumbre. Decisiones de inversión
- 9- Simulación en la presupuestación de inversión
- 10- Programación lineal en decisiones de inversión

BIBLIOGRAFIA:

- Decisiones de inversión en la Empresa
Marín, Kethelhon
- Análisis de proyectos
Marín, Kethelhon
- Administración Financiera Bajo riesgo
González, Cortés
- Administración financiera e inflación
Bierman, Harold
- Fundamentos de Administración Financiera
Block, Stantley
- Análisis Financiera
Mac, Jones
- Fundamentos de Administración Financiera
Van Horne, James
- Strategie Hurdle Rates for Cafial Investment
Donald Son, G.
- Risk Analysis in Capital Investment
Hertz, D.B.
- Three problems in rationing capital
Lorie, JH.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-81 AUDITORIA III

OBJETIVO :

DAR A CONOCER AL ESTUDIANTE LA IMPORTANCIA DE LA AUDITORIA COMO PROFESION Y ACTIVIDAD, Y DOTARLO DE LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EJERCER EN FORMA EFICIENTE ESTA PROFESION.

CONTENIDOS :

- 1.- EL CONTADOR PUBLICO
- 2.- LA CONTADURIA PUBLICA COMO PROFESION
- 3.- LA ETICA PROFESIONAL
- 4.- DIFERENCIA ENTRE AUDITORIA INTERNA Y EXTERNA
- 5.- EL ARCHIVO PERMANENTE
- 6.- PAPELES DE TRABAJO EN LA AUDITORIA
- 7.- INICIACION DE LA AUDITORIA
- 8.- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE ACTIVO CORRIENTE
- 9.- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE OTROS ACTIVOS
- 10- AUDITORIA SOBRE ACTIVOS DE LARGO PLAZO
- 11- AUDITORIA SOBRE PASIVOS
- 12- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE CAPITAL
- 13- PLANEACION Y CONTROL DE PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIA
- 14- NORMAS DE CONTROL INTERNO

- 15- LOS PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD Y SU APLICACION
- 16- EL PROCESO ELECTRONICO DE INFORMACION
- 17- EL MUESTREO ESTADISTICO
- 18- AUDITORIA SOBRE PARTIDAS DE RESULTADOS
- 19- CONCLUSION DE UNA AUDITORIA
- 20- INFORME DE AUDITORIA Y SU FORMULACION

BIBLIOGRAFIA :

- INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PUBLICOS.-
DECLARACION SOBRE NORMAS DE AUDITORIA.
- MEIGS, WALTER.- PRINCIPIOS DE AUDITORIA, EDITORIAL
DIANA, MEXICO.
- COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DE COSTA RICA
NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIA.
- THIERAUF, ROBERT J.- AUDITORIA ADMINISTRATIVA
EDITORIAL LIMUSA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-40 METODOS DE INVESTIGACION

OBJETIVOS:

A. COMPRENSION:

1. Comprender el proceso de investigación científica en las áreas de la ciencia.
2. Comprender cuáles son la amplitud y los límites de la investigación científica, sus aplicaciones y usos.
3. Comprender las ventajas de la investigación científica realizada en forma colectiva, multidisciplinaria e institucional.
4. Comprender que las actividades de la investigación científica; los descubrimientos; las técnicas; los métodos y los instrumentos trascienden todas las barreras creadas por el hombre, así como también las barreras de tiempo y espacio.

B. ACTITUDES:

1. Fomentar en el estudiante el uso del pensamiento reflexivo y la rigurosidad metodológica al planificar y desarrollar la investigación científica.
2. Promover la adopción de principios éticos, profesionales y de respeto a la dignidad y sentimiento humano al usar sujetos de estudio de esta especie para la investigación científica.
3. Generar en los estudiantes una motivación para compartir, sin reservas ni egoísmos profesionales, sus experiencias, descubrimientos e inventos con los demás por medio de publicaciones orales y escritas.

C. CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES:

1. Aplicar el método científico a la investigación de problemas e hipótesis en el campo investigador.
2. Seleccionar el diseño experimental adecuado para maximizar la varianza experimental o sistemática, minimizar la varianza error y controlar las variables extrañas en las hipótesis sometidas a prueba experimental en sus investigaciones.
3. Establecer la diferencia entre las tipologías del conocimiento.
4. Diseñar proyectos de investigación.
5. Formular problemas de investigación en el campo específica de su especialidad.

6. Plantear hipótesis; objetivos (generales, específicos y metodológicos) en las investigaciones del campo sujeto de estudio.
7. Conocer los pasos del método científico y aplicarlos en las investigaciones que realice.
8. Conocer la teoría general del conocimiento desde una perspectiva epistemológica, psicológica y fenomenológica.
9. Establecer las diferencias entre un proceso evaluativo y el proceso investigativo.
10. Conocer y aplicar diferentes tipos de investigación
11. Conocer y aplicar el modelo clásico de la investigación científica.
12. Diferenciar la investigación cuantitativa de la cualitativa.

CONTENIDO:

1. Teoría general del conocimiento
2. Posibilidades del conocimiento
3. El origen del conocimiento
4. Principios éticos, ontológicos, etc. del conocimiento.
5. La ciencia y la investigación científica
 - 5.1 La Ciencia
 - Antecedentes
 - La ciencia y el método científico
 - Características del método científico
 - Métodos del conocimiento
 - Objetivos de la ciencia
 - La teoría en la ciencia
 - La teoría como sistema explicativo
 - Características de la teoría
 - Ciencias actuales y formales, y otras clasificaciones
 - La ley en la ciencia
 - 5.2 La investigación científica
 - Definición de investigación científica
6. La investigación y la evaluación
7. Tipos de investigación
 - Exploratoria
 - Descriptiva
 - Histórica
 - Causal-comparativo

- Cuasi-experimental y experimental
- Experimento de laboratorio, de campo y estudios de campo
- Ex post facto (no experimental)
- Estudios de correlación
- Participativa
- 8. El diseño de investigación
 - Significado
 - Propósito
 - Principios
 - Diseño de investigación: pre-experimentales, experimentales y cuasi-experimentales
- 9. Pasos del proceso investigativo.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. Ander-Egg | Técnicas de investigación social |
| 2. Brenes, A. | Los trabajos finales de graduación |
| 3. Bunge, Maria | La ciencia, el método y su filosofía |
| 4. Bunge, Maria | Ciencia y desarrollo |
| 5. Best. J.W. | Como investigar en educación |
| 6. Campbell y Sbanley | Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social |
| 7. Galturg, J. | Teoría y métodos en la investigación social |
| 8. Selltiz, C. y otros | Métodos de investigación en las relaciones humanas |
| 9. Messen, J. | Teoría del conocimiento |
| 10. Kerlinger, F.N. | Investigación del comportamiento |
| 11. Sierra Bravo, R. | Técnicas de investigación social |
| 12. Sierra Bravo, R. | Epistemología, Lógica y Metodología |
| 13. Venegas, P. | Algunos elementos de la investigación |
| 14. Pardinias, F. | Metodología y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales |
| 15. Rodríguez, R. | Introducción a la Investigación. |
| 16. Barahona, Abel y Francisco. | Metodología de los trabajos científicos. |
| 17. Weiss Carol. | Investigación Evaluativa. |
| 18. | Normas sobre Tesis y Tesinas |
| | Universidad Internacional de las Américas. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO GENERAL:

El estudiante desarrollará la capacidad para analizar y tomar decisiones estratégicas. Para esto requiere que aplique los conocimientos de las áreas funcionales (principalmente mercadeo, producción y finanzas).

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Saber identificar las diferentes estrategias genéricas en diferentes tipos de empresas.

Poder identificar la responsabilidad del gerente general dentro del proceso estratégico.

Saber que es un planeamiento estratégico, su utilidad y sus limitaciones.

Poder identificar la mejor estrategia según las características del sector industrial.

Identificar las reacciones que podrá tener la organización a un cambio de estrategia.

CONTENIDOS:

- 1.- Introducción a la estrategia empresarial.
- 2.- Crown Cork and Seal Co.
- 3.- La Estrategia Competitiva en acción
- 4.- Aplicaciones de la Estrategia Competitiva
- 5.- El Arte de la Estrategia Planificada
- 6.- El Arte del Pensamiento Estratégico
- 7.- Elaboración de estrategias a partir de la curva de experiencia.
- 8.- Diagnósis Organizativa.
- 9.- Acción Organizacional.

- 10.- El Gerente General en el papel de estratega.
- 11.- La Gerencia General nos incumbe a todos.
- 12.- Estrategia Competitiva.
- 13.- El papel del liderazgo en la consecución de los fines.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|------------------------------|--|
| -Sexton, William | Teorías de la Organización |
| -Jun, Jong
Storm, William | Las Organizaciones del Mañana |
| -Thomas, John | El Control Estratégico |
| -Uyterhoeven, Hugo | La estrategia y la organización |
| -Kast, Fremont | Administración en las organizaciones |
| -Yavitz, Boris | Estrategia en acción |
| -Levin, Richard | Enfoques cuantitativos a la Administración |
| -Weihrich, Heinz | Excelencia administrativa |
| -Porter, Michael | Estrategia competitiva |
| -Ackoff, Russell | Cápsulas de Ackoff |
| -Gilbreath, Robert | La estrategia del cambio |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-74 FINANZAS INTERNACIONALES

OBJETIVO :

ANALIZAR LAS REGLAS QUE RIGEN LAS FINANZAS INTERNACIONALES, INCIDENCIAS EN LA BALANZA COMERCIAL, LAS RESERVAS MONETARIAS, Y LOS FACTORES CONDICIONANTES DEL TIPO DE CAMBIO.

CONTENDIOS :

- 1.- CONSIDERACIONES DEL RIESGO INTERNACIONAL
- 2.- INVERSIONES EN EL EXTRANJERO
- 3.- GRAVAMENES FISCALES
- 4.- RIESGO POLITICO
- 5.- TRATAMIENTO CONTABLE
- 6.- ADMINISTRACION DEL RIESGO MONETARIO
- 7.- PROTECCION CONTRA FLUCTUACIONES
- 8.- MERCADO DE CAMBIOS A FUTURO
- 9.- INFLACION, TASAS DE INTERES Y TASAS DE CAMBIO
- 10- TRUEQUE DE MONEDA EXTRANJERA
- 11- PRESTAMOS PARALELOS
- 12- AJUSTE DE LAS CUENTAS INTERCOMPANIAS
- 13- FINANCIAMIENTO MULTINACIONAL
- 14- FINANCIAMIENTO EXTERNO
- 15- PRESTAMOS DE BANCOS COMERCIALES Y CUENTAS MERCANTILES
- 16- FINANCIAMIENTO MEDIANTE EURODOLARES
- 17- FINANCIAMIENTO INTERNACIONAL POR BONOS

BIBLIOGRAFIA :

- BUCHANAN INTERNATIONAL FINANCE
- CROOME THE DILEMMA OF DEVELOPMENT
- FERN THE ESTABLISHMENT OF BRITISH INVESTMENT IN
 ARGENTINA
- RIPPY BRITISH INVESTMENTS IN LATIN AMERICA
- TEW INTERNATIONAL MONETARY COOPERATION

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-75 TEORIA DEL COMERCIO

1.- OBJETIVO:

Tiene por objetivo analizar el marco de referencia Nacionales y Mundiales en el que se desenvuelven las Relaciones Internacionales en el presente, tanto desde el punto de vista teórico como práctico. Dar al estudiante, en forma pormenorizada, el panorama institucional y funcionamiento de los organismos y mecanismos que rigen y conforman estas relaciones, proyectando su accionar hacia los años venideros.

2.- CONTENIDO:

- 1- Relaciones Económicas Internacionales
- 2- División internacional del trabajo
- 3- Movimientos Internacionales de Mercancías
- 4- Los Sujetos de las Relaciones Económicas Internacionales.
- 5- Términos del intercambio.
- 6- Los países en vías de desarrollo en el comercio internacional.
- 7- Ley del valor y formación de precios.

3.- BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|------------------------------|---|
| SABORIO SYLVIA. | Elementos de Economía UNED, 1979. |
| PIEDRA SANTA ARANDI, RAFAEL. | Moneda Desarrollo Capitalista. Problemas Monetarios de Post-Guerra, #1 U. de Guatemala, 1978. |
| MANUAL DE ECONOMIA POLITICA. | ED. Riunite, Madrid. |

- BERTEL, OHLIN. COMERCIO INTERREGIONAL E INTERNACIONAL.
BARCELONA, 1971.
- WARD RICHARD. FINANZAS INTERNACIONALES, ED TROQUEL.
- P.T.ELLSWORTH-J. CLARK LECTH. Comercio Internacional.
- B.S. COHEN. Política de Balanza de Pagos.
- SAVELLY, WILLIAM P. Teoría de los Sistemas Económicos.
- KAPLAN. Cooperación Económica Internacional.
- P. NIKITIN. Economía Internacional.
- SALVATORE, DOMINICK. Economía Internacional. Ed. Mc Graw-Hill.
- A. RUMIANTSEV. Economía Política. Ed. Progreso Moscú.
- FURTADO, CELSO. Teoría y Política del Desarrollo Económico.
Ed. siglo XXI.
- DIAZ ARIAS, RAFAEL. Financiamiento externo.
- GONZALEZ TRUQUE, GUILLERMO. Apuntes sobre economía
costarricense. U.C.R.
- LIPSEY, RICHARD E. Introducción a la economía positiva.
Barcelona, 1977.
- M.H. SPENCER. Economía Contemporánea. Ed. Reverté S.A.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-42 CONTROL GERENCIAL

OBJETIVOS:

Introducir los conceptos necesarios para diseñar una estructura organizacional que cumpla con los requisitos básicos que establecen las normas de Control Operativo y Gerencial.

CONTENIDO:

- TEMA 1 -Generalidad del curso
-Sistemas de evaluación
-Aspectos generales sobre control gerencial
- TEMA 2 -Concepto de Control Gerencial
-La naturaleza del Control Gerencial a características del Control Gerencial
-Conceptos relativos
-Fundamentos de la Contabilidad de Costos
- TEMA 3 -Nota sobre centros de responsabilidad
-Nota sobre costos administrativos
-Comparación de lo real y lo estándar
- TEMA 4 -El análisis de ejecutoria
-Variaciones combinadas
-Evaluación de un sistema de control
- TEMA 5 -El M.I.S.
-La desintegración de un sistema de información
-Directrices para un sistema de planificación y control
- TEMA 6 -Implantación del control de gestión
-Descentralización una filosofía gerencial
-Notas sobre precios de transferencia
-Precios de transferencia
-La fijación interdivisional de precios
-Medición de la ejecutoria de ganancias de Gerentes de División
-Presupuesto
-Control presupuestario
-Preparación de presupuestos
-Presupuesto base cero

BIBLIOGRAFIA:

- El Control Integrado de Gestión. Blanco Illescas.
- Tiempos y Tareas. Cardiel Mateos, Luis.
- Principios contables Anthony, Robert
- Contabilidad Acelerada Nelson, Toun
- Guía para controlar el futuro de la Empresa. Ackoff, Rusell
- Modernos métodos de dirección de empresas. Dale, Ernest
- Computers: Auditing y Control Petrocelli
- Planeación Financiera Estratégica. Bierman, Harold.

ENFASIS
EN
MERCADEO

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-37 SISTEMAS DE INFORMACION

OBJETIVO:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante habrá adquirido conocimientos acerca del concepto de sistemas de información aplicados a la organización. Conocerá y comprenderá la dinámica de la formulación, el desarrollo y la implantación de sistemas de información en las organizaciones.

Contenido:

- 1.- El enfoque de sistemas:
 - 1.1) Introducción a los sistemas
 - 1.2) El marco natural
 - 1.3) El marco de la empresa
- 2.- Las aplicaciones del enfoque de sistemas
 - 2.1) A las organizaciones empresariales
 - 2.2) A las organizaciones sociales
- 3.- Puntos de vista de la teoría general de sistemas
- 4.- El proceso de toma de decisiones
- 5.- El proceso de diseño de sistemas
- 6.- Los objetivos y la interacción con los sistemas
- 7.- La moralidad de los sistemas
- 8.- Cuantificación y medición
- 9.- Problemas de medición y dominio de las ciencias sociales
- 10.- El control y los sistemas de información

- 11.- Macrotendencias:
 - 11.1) De una sociedad industrial a una sociedad de información
 - 11.2) De la tecnología obligada a la alta tecnología
 - 11.3) De la economía nacional a la economía mundial
 - 11.4) De corto a largo plazo.
 - 11.5) De centralización a descentralización
 - 11.6) De la ayuda nacional a la autoayuda
 - 11.7) De las jerarquías a las redes
 - 11.8) De la alternativa a la opción múltiple

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-34 CURSO DE DIRECCION COMERCIAL

Objetivos del curso:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de:

Desarrollar las diferentes etapas que deben llevarse a cabo para la elaboración de un plan estratégico de mercadeo, enfocándolos desde el punto de vista del análisis de mercados.

Desarrollar el conocimiento teórico y/o práctico de los principales conceptos de mercadotecnia, adquiriendo capacidad analítica para la formulación de estrategias comerciales.

Contenidos:

- 1.- Introducción al sistema de mercado
- 2.- Composición integral de la mezcla de mercadeo.
- 3.- El papel de la investigación de mercados dentro de la planificación.
 - 3.1 Determinación de necesidades insatisfechas.
 - 3.2 Cuándo utilizar la fuerza de ventas para la investigación de mercados?
 - 3.3 Investigación de mercados al estilo japonés
- 4.- Decisiones sobre segmentación de mercados.
 - 4.1 Tipos de segmentación.
 - 4.2 Papel de los canales de comercialización.
- 5.- La planificación estratégica y su relación con el mercadeo.
 - 5.1 Estrategia y supervivencia.
 - 5.2 La fuerza impulsora.
 - 5.3 El poder de la fuerza impulsora
 - 5.4 Cómo realizar la estrategia?
 - 5.5 Los retos de la dirección estratégica
 - 5.6 Como organizarse para formular la estrategia
 - 5.7 Auditoraje de la situación (FODA)
- 6.- Posicionamiento. Su relación con la comunicación publicitaria.
 - 6.1 Opciones clave en la planificación de producto y la selección de mercados.
 - 6.2 Estrategias exitosas para incrementar la participación de mercado
 - 6.3 Como hacer más rentables los medios de comunicación.

- 7.- El mercadeo en la época actual. Factores controlables y no controlables.
- 8.- El ambiente organizacional cambiante
- 9.- Tendencia del mercadeo a corto, mediano y largo plazo
- 9.1 Escogiendo la estrategia para los cambios
- 9.2 Considere a los clientes como inversión
- 9.3 No hay camino fácil para la orientación al mercadeo
- 9.4 Qué deben saber los mercadólogos acerca de las mujeres?
- 9.5 Mercadotecnia directa. Cambio rápido o lento
Demostración práctica sobre las bases de datos en mercadeo.
- 10.- Desarrollo de un plan estratégico para un caso real

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|-------------------|---|
| SCHEWE Y SMITH | Mercadotecnia, concepto y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill. |
| KOTLER PHILIP | Fundamentos de mercadotecnia
Editorial Prentice Hall Int. |
| REVISTA HARVARD | |
| STANTON, JAMES | Fundamentos de Marketing
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Otto Kepner's
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Artrim William
Editorial Mc Graw Hill |
| MC CARTHY, JEROME | Comercialización
Editorial El Ateneo |
| TAYLOR, WELDON | Mercadotecnia
Editorial Mc Graw Hill |
| BOYD, HOPER | New Dimensions in Consumer Analysis
Editorial Prentice Hall |

LEVIT, THEODORE	La moda del mercadeo Editorial Limusa
STIGLER, GEORGE	La teoría de los precios Editorial Mc Graw Hill
SCHWARTZ, DAVID	El mercadeo de hoy Editorial Mc Graw Hill
WARREN, DIRK	Como planear un nuevo producto Editorial Prentice Hall
AAKER, DAVID	Investigación de mercados Editorial Limusa
CANFIELD, BERTRAND	Administración de ventas Editorial Diana
BELL, MARTIN	Mercadotecnia Editorial Mc Graw Hill
COHEN, DOROTHY	Publicidad Comercial Editorial Prentice Hall
REWOLDT, STEWART	Dirección Comercial Editorial Prentice Hall.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-35 LENGUAJE DE COMPUTACION

Objetivo General:

El objetivo de este curso es el de introducir al estudiante al conocimiento de la ingeniería de sistemas y al manejo de paquetes para uso en microcomputadores.

Objetivos Específicos:

El estudiante estará en capacidad de manejar y utilizar diversos paquetes especializados así como el sistema operativo MS-DOS.

Contenidos:

- I. Concepto de Computador
 - Componentes de "Hardware"
 - Diagrama de unidades básicas
 - Memoria Principal
 - Unidad central de proceso
 - Operadores aritméticos
 - Operadores relacionales
 - Operadores lógicos
 - Unidad de Control
 - Unidades de entrada y salida
 - Discos
 - Cintas

Aspectos de "Software"

- Proceso de generación de un programa
- Compiladores e interpretadores

Introducción a conceptos de manejo de información

- Organización de datos
- Concepto de bit
- Concepto de byte
- Concepto de kbyte
- Concepto de Megabyte
- Concepto de Gygabyte
- Definición de campo elemental
- Definición de registro de datos
- Definición de Archivo

Utilización del comando HELP
Selección del tipo de ayuda

Entrada y formatos de datos
Entrada de datos
Entrada de etiquetas rótulos
Formateo de campos
Definición de formatos numéricos (ENTERO, CIENTIFICO,
CON SIGNO, CON DECIMALES, PORCENTAJE)

Edición de la hoja Electrónica
Edición de Campos
Borrado e inclusión de filas y columnas
Definición individual de anchos de las columnas
Borrado de un rango de valores o etiquetas
Copia de celdas
Mover celdas a una nueva localización
Protección de celdas

Manejo de Archivos
Cargar archivos
Salvar archivos
Borrar archivos
Listar archivos
Ver archivos
Combinar archivos
Extraer archivos

Impresión
Definición de encabezados
Definición de notas de pie de página
Márgenes de impresión
Longitud de la página
Selección de rangos de impresión

Uso de Fórmulas
Fórmulas de modo relativo
Fórmulas de modo absoluto
Sumarizar columnas
Sumarizar renglones
Funciones matemáticas
Funciones estadísticas
Funciones financieras

Sistema Administrador de Bases de Datos en Lotus
Almacenamiento de datos en registros
Estructura de la base de datos

- Ordenamiento de datos
- Uso del comando "FILL"
- Criterios de selección de rangos
- Como usar el comando "FIND"
- Extracción de registros seleccionados
- El concepto de ventana en LOTUS
- Regresión de datos
- Distribución de datos
- Funciones estadísticas para la base de datos

II. Sistema Operativo MS-DOS

- Definición de sistema operativo
- Definición y manejo de Directorios y Subdirectorios
- Tipos de Archivos
 - Texto
 - Datos
 - Ejecutables
- Comandos básicos del MS-DOS
 - BACKUP, CHDIR, CHKDSK, COPY, DATE, DELETE, DIR,
 - DISKCOMP, DISKCOPY, FORMAT, MORE, PATH, PRINT, RESTORE,
 - TIPE, MKDIR, RENAME.

III. Procesador de palabras -"SMART"-

- Generalidades
- Breve descripción de la filosofía del paquete
- Acceso y salida del procesador de textos
- Modo de ayuda (Help y Autohelp)

Creación y Edición de Textos

- Creación de un archivo de texto
- Carga de un archivo de texto (load)
- Salvar y descargar archivos de texto (Save, Unload)
- Modo de transferir información entre los programas (Read, Write, Send, Graphics).

Manejo del Texto

- Copiar partes, borrar, mover e insertar información en el archivo de texto (COPY, INSERT, MOVE, DELETE, FIND, REPLACE)
- Formateado del texto (CHANGE-TYPE, MARGIN-REFORMAT, TABS, JUSTIFY, NEWPAGE, SPACING).
- Creación y edición de pies de página (FOOTNOTE)
- Subrayado, negrita y tipo de letra (BOLD, FONT, UNDERSCORE)

Impresión del texto (PRINT)

Manejo de ventanas (SPLIT, ZOOM, CLOSE, GOTO)

Como hacer cálculos (COMPUTE, TEXT-SORT, F-CALCULATOR)

Comandos especiales para control de pantalla, teclado, obtener información de archivos existentes. (BORDER, BEEP, DISPLAY, CONFIDENCE, PAINT, RULER, VISIBLE, MACRO, DIRECTORY, INDEX).

Uso de comandos REMEMBER, INPUT-SCREEN Y EXECUTE.

IV. Hoja Electrónica Lotus 1-2-3

Introducción al Lotus 1-2-3-

Acceso al sistema

Uso del menú principal

Utilización del teclado y teclas especiales

Movimiento del cursor dentro de las celdas

Creación de Gráficos

Definición de encabezados

Definición de sub encabezados

Encabezado de los ejes "X" y "Y" respectivamente

Tipos de gráfico

Salvando el gráfico para impresión

Introducción a las Macros

V. Software para diseño de flujogramas --"FLOW"--

Generalidades

Entrada/Salida del paquete

Edición del gráfico

Símbolos

Líneas

Texto

Borrado

Relocalización

Copiado

Generación de imágenes

Recuperación de imágenes

Impresión del gráfico

Cargar un gráfico

Salvar un gráfico

Ver el directorio actual de gráficos

Cambio de disco de trabajo

Configuración del "software"

Cambio de directorio

Impresión múltiple

Bibliografía

- Thomas Sheldon PC-DOS
- Albrecht, Robert Lenguaje Basic
- Zwass, Vladimir Introducción a la Ciencia de la
Computación.
- RS COBOL SYSTEM
- Bazaraa, Makntar Programación lineal y flujo de redes
- Chai, Winchung Programing Standar Cobol
- Deiteal, Harvey Introducción a los Sistemas
Operativo
- Keller, Arthur Manejo de paquetes
- Levine, Guillermo Introducción a la computación y a la
programación
- Lang, Larry Introducción a la Informática
- G. Michael Schneir Estructura y Organización de los
Sistemas de Computación
- Sawnders, Donald H. Informática presente y futura.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-36 TECNICAS ESTADISTICAS

I. OBJETIVOS GENERALES

El contenido del curso está diseñado para lograr que el estudiante sea capaz de:

1. Manejar una serie de técnicas estadísticas de descripción y análisis de datos, con un conocimiento preciso acerca de los supuestos y las limitaciones de cada técnica.
2. Analizar la forma correcta de plantear los problemas y realizar una interpretación sustantiva y clara de los resultados que obtenga en cada caso específico, sin dejar de lado su función de administrador.
3. Utilizar los conceptos como una introducción a la teoría de las decisiones y sus posibles aplicaciones en la administración.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Al finalizar el curso, el estudiante debe estar en capacidad de:

1. Exponer los conceptos y técnicas de la estadística descriptiva.
2. Definir los conceptos básicos de probabilidad y entender las distribuciones de probabilidad.
3. Examinar los temas de muestreo y distribuciones muestrales y de inferencia.
4. Entender como las análisis de regresión y correlación determinan la naturaleza y la fuerza de una relación entre dos variables.
5. Analizar como la teoría económica puede a veces sugerir la forma funcional de una relación.

6. Describir los cambios que con el tiempo tienen lugar en un evento determinado y predecir el comportamiento.
7. Hacer aplicaciones de los números índices.
8. Explicar los métodos para la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

CONTENIDOS:

TESIS I

INTRODUCCION:

1. La estadística moderna
2. La estadística en la administración de empresas
3. La investigación operativa
4. Utilización de las técnicas estadísticas

Lecturas Básicas

Levin R.I. Capítulo 1

Freund, J.E. y Frank, J.W. Capítulo 1

Ramírez, F. "Como utilizar correctamente las técnicas estadísticas". Nota técnica de National University. Abril 1990.

TESIS II

Conceptos y Técnicas de la Estadística Descriptiva

1. Organización de los datos para que transmitan un significado: tablas y gráficas.

TESIS III

PROBABILIDAD

1. Importancia de la teoría de la probabilidad.
2. Revisión de conceptos básicos de probabilidad

3. Tipos de probabilidad
4. Reglas de probabilidad
5. Probabilidades en condiciones de independencia estadística
6. Revisión de las estimaciones previas de probabilidad: el teorema de Bayes.
7. Distribuciones de probabilidad
8. Variables aleatorias
9. Uso del valor esperado en la toma de decisiones
10. La distribución binomial
11. La distribución Poisson
12. La distribución normal
13. Elección de la correcta distribución de probabilidad

TESIS IV

INFERENCIA ESTADISTICA

1. Muestreo y distribuciones muestrales.
2. Estimación
3. Prueba de hipótesis
4. Aplicaciones al mundo real.

TESIS V

REGRESION Y CORRELACION SIMPLES

1. Introducción
2. Estimación mediante la línea de regresión
3. Análisis de correlación
4. Inferencias sobre los parámetros de la población
5. Uso de los análisis de regresión y correlación: limitaciones, errores y advertencias.
6. Aplicaciones al mundo real

TESIS VI

SERIES DE TIEMPO

1. Uso del análisis de series de tiempo
2. Variaciones en las series de tiempo
3. Análisis de tendencias
4. Variación cíclica
5. Variación estacional
6. Variación irregular

7. Ejemplo que incluye los cuatro componentes de una serie de tiempo.
8. Análisis de las series de tiempo en los pronósticos
9. Aplicaciones al mundo real.

BIBLIOGRAFIA

1. Berenson, M.L. y Levine, D.M. Estadísticas para Administración y Economía. Conceptos y aplicaciones. Nueva Editorial Interamericana, S.A. DE C.V. México. D.F. Primera edición, 1987.
2. Freund, J.E y Williams, F.J Elementos modernos de Estadística Empresarial. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Primera edición, 1985.
3. Hu, Teh-Wel. Econometría. Un análisis Intraductario. Fondo de Cultura Económica. México. Primera edición en español, 1979.
4. Kazmier, L.J. Estadística Aplicada a la Administración y Economía. Libros Mc-Graw Hill de México, S.A. de C.V. Serie de Compendios Schaum. México, D.F., 1987.
5. Levin R.I. Estadística para Administradores. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Segunda edición, 1988.
6. Salvatore, D. Econometría. Mc-Graw-Hill de México, S.A. 1985.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

CURSO: FINANZAS AVANZADAS

CODIGO: AE-41

OBJETIVOS:

Estimular en el estudiante una actividad de análisis crítico y riguroso de los criterios que se siguen en la toma de decisiones financieras relacionadas con situaciones complejas e inciertas.

Conocer cómo afecta la inflación y devaluación a los diferentes aspectos financieros y los presupuestos de capital.

Evaluar el riesgo en las decisiones de inversión.

Conocer y ver diferentes puntos para la toma de decisiones sobre el costo de capital.

CONTENIDO:

- 1- Presentación, introducción y definición.
- 2- Consideraciones especiales en los métodos de evaluación de inversión: vidas económicas desiguales. CAUE. Tires múltiples. Analogía y diferencias: VAN Y TIR
- 3- Rentabilidad Recursos Propios
- 4- Efectos en inflación, devaluación
- 5- Costo de capital
- 6- Costo de capital y rendimiento requerido
- 7- Arriendo vs compra
- 8- El riesgo y la incertidumbre. Decisiones de inversión
- 9- Simulación en la presupuestación de inversión
- 10- Programación lineal en decisiones de inversión

BIBLIOGRAFIA:

- Decisiones de inversión en la Empresa
Marín, Kethelhon
- Análisis de proyectos
Marín, Kethelhon
- Administración Financiera Bajo riesgo
González, Cortés
- Administración financiera e inflación
Bierman, Harold
- Fundamentos de Administración Financiera
Block, Stantley
- Análisis Financiera
Maa, Jones
- Fundamentos de Administración Financiera
Van Horne, James
- Strategie Hurdle Rates for Cafial Investment
Donald Son, G.
- Risk Analysis in Capital Investment
Hertz, D.B.
- Three problems in rationing capital
Lorie, JH.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-76 INVESTIGACION DE MERCADOS

OBJETIVO :

ANALIZAR Y DESARROLLAR LOS ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL DESARROLLO DE UNA INVESTIGACION DE MERCADOS.

CONTENIDOS :

- 1.- FORMULACION DE LOS PROBLEMAS A ANALIZAR
- 2.- FORMULACION DE LA HIPOTESIS DEL PROYECTO DE INVESTIGACION
- 3.- CONSTRUCCIONES VARIABLES Y DEFINICION DE VARIABLES
- 4.- PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACION
 - 4.1 INVESTIGACION PREVIA
 - 4.2 INVESTIGACION DEFINITIVA
- 5.- METODOS BASICOS DE RECOLECCION DE DATOS
- 6.- FORMULARIOS PARA LA RECOPIACION DE DATOS
- 7.- TECNICAS DE MUESTREO
 - 7.1 MUESTREO PROBABILISTICO
 - 7.2 PRUEBA DE HIPOTESIS
- 8.- ANALISIS DE LOS DATOS
- 9.- ACEPTACION Y RECHAZO DE LAS HIPOTESIS

BIBLIOGRAFIA :

- | | |
|--------------------|---------------------------|
| -WESTFALL, RALPH | INVESTIGACION DE MERCADOS |
| -BAYD, HARPER | INVESTIGACION DE MERCADOS |
| -HORNGUEN, CHARLES | COST ACCOUNTING |
| -KETELHOHN, WERNER | MUESTREO PROBABILISTICO |
| -LINDENBERG, MARC | DISEÑO DE INVESTIGACION |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-40 METODOS DE INVESTIGACION

OBJETIVOS:

A. **COMPRESION:**

1. Comprender el proceso de investigación científica en las áreas de la ciencia.
2. Comprender cuáles son la amplitud y los límites de la investigación científica, sus aplicaciones y usos.
3. Comprender las ventajas de la investigación científica realizada en forma colectiva, multidisciplinaria e institucional.
4. Comprender que las actividades de la investigación científica; los descubrimientos; las técnicas; los métodos y los instrumentos trascienden todas las barreras creadas por el hombre, así como también las barreras de tiempo y espacio.

B. **ACTITUDES:**

1. Fomentar en el estudiante el uso del pensamiento reflexivo y la rigurosidad metodológica al planificar y desarrollar la investigación científica.
2. Promover la adopción de principios éticos, profesionales y de respeto a la dignidad y sentimiento humano al usar sujetos de estudio de esta especie para la investigación científica.
3. Generar en los estudiantes una motivación para compartir, sin reservas ni egoísmos profesionales, sus experiencias, descubrimientos e inventos con los demás por medio de publicaciones orales y escritas.

C. **CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES:**

1. Aplicar el método científico a la investigación de problemas e hipótesis en el campo investigador.
2. Seleccionar el diseño experimental adecuado para maximizar la varianza experimental o sistemática, minimizar la varianza error y controlar las variables extrañas en las hipótesis sometidas a prueba experimental en sus investigaciones.
3. Establecer la diferencia entre las tipologías del conocimiento.
4. Diseñar proyectos de investigación.
5. Formular problemas de investigación en el campo específico de su especialidad.

6. Plantear hipótesis; objetivos (generales, específicos y metodológicos) en las investigaciones del campo sujeto de estudio.
7. Conocer los pasos del método científico y aplicarlos en las investigaciones que realice.
8. Conocer la teoría general del conocimiento desde una perspectiva epistemológica, psicológica y fenomenológica.
9. Establecer las diferencias entre un proceso evaluativo y el proceso investigativo.
10. Conocer y aplicar diferentes tipos de investigación
11. Conocer y aplicar el modelo clásico de la investigación científica.
12. Diferenciar la investigación cuantitativa de la cualitativa.

CONTENIDO:

1. Teoría general del conocimiento
2. Posibilidades del conocimiento
3. El origen del conocimiento
4. Principios éticos, ontológicos, etc. del conocimiento.
5. La ciencia y la investigación científica
 - 5.1 La Ciencia
 - Antecedentes
 - La ciencia y el método científico
 - Características del método científico
 - Métodos del conocimiento
 - Objetivos de la ciencia
 - La teoría en la ciencia
 - La teoría como sistema explicativo
 - Características de la teoría
 - Ciencias actuales y formales, y otras clasificaciones
 - La ley en la ciencia
 - 5.2 La investigación científica
 - Definición de investigación científica
6. La investigación y la evaluación
7. Tipos de investigación
 - Exploratoria
 - Descriptiva
 - Histórica
 - Causal-comparativo

- Cuasi-experimental y experimental
- Experimento de laboratorio, de campo y estudios de campo
- Ex post facto (no experimental)
- Estudios de correlación
- Participativa
- 8. El diseño de investigación
 - Significada
 - Propósito
 - Principios
 - Diseño de investigación: pre-experimentales, experimentales y cuasi-experimentales
- 9. Pasos del proceso investigativo.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. Ander-Egg | Técnicas de investigación social |
| 2. Brenes, A. | Los trabajos finales de graduación |
| 3. Bunge, Maria | La ciencia, el método y su filosofía |
| 4. Bunge, Maria | Ciencia y desarrollo |
| 5. Best. J.W. | Como investigar en educación |
| 6. Campbell y Sbanley | Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social |
| 7. Galturg, J. | Teoría y métodos en la investigación social |
| 8. Selltiz, C. y otros | Métodos de investigación en las relaciones humanas |
| 9. Messen, J. | Teoría del conocimiento |
| 10. Kerlinger, F.N. | Investigación del comportamiento |
| 11. Sierra Brava, R. | Técnicas de investigación social |
| 12. Sierra Brava, R. | Epistemología, Lógica y Metodología |
| 13. Venegas, P. | Algunos elementos de la investigación |
| 14. Pardinias, F. | Metodología y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales |
| 15. Rodríguez, R. | Introducción a la Investigación. |
| 16. Barahona, Abel y Francisco. | Metodología de los trabajos científicos. |
| 17. Weiss Carol. | Investigación Evaluativa. |
| 18. | Normas sobre Tesis y Tesinas
Universidad Internacional de las Américas. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO GENERAL:

El estudiante desarrollará la capacidad para analizar y tomar decisiones estratégicas. Para esto requiere que aplique los conocimientos de las áreas funcionales (principalmente mercadeo, producción y finanzas).

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Saber identificar las diferentes estrategias genéricas en diferentes tipos de empresas.

Poder identificar la responsabilidad del gerente general dentro del proceso estratégico.

Saber que es un planeamiento estratégico, su utilidad y sus limitaciones.

Poder identificar la mejor estrategia según las características del sector industrial.

Identificar las reacciones que podrá tener la organización a un cambio de estrategia.

CONTENIDOS:

- 1.- Introducción a la estrategia empresarial.
- 2.- Crown Cork and Seal Co.
- 3.- La Estrategia Competitiva en acción
- 4.- Aplicaciones de la Estrategia Competitiva
- 5.- El Arte de la Estrategia Planificada
- 6.- El Arte del Pensamiento Estratégico
- 7.- Elaboración de estrategias a partir de la curva de experiencia.
- 8.- Diagnósis Organizativa.
- 9.- Acción Organizacional.

- 10.- El Gerente General en el papel de estratega.
- 11.- La Gerencia General nos incumbe a todos.
- 12.- Estrategia Competitiva.
- 13.- El papel del liderazgo en la consecución de los fines.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|------------------------------|---|
| -Sexton, William | Teorías de la Organización |
| -Jun, Jong
Storm, William | Las Organizaciones del Mañana |
| -Thomas, John | El Control Estratégico |
| -Uyterhoeven, Hugo | La estrategia y la organización |
| -Kast, Fremont | Administración en las organizaciones |
| -Yavitz, Boris | Estrategia en acción |
| -Levin, Richard | Enfoques cuantitativos a la
Administración |
| -Wehrich, Heinz | Excelencia administrativa |
| -Porter, Michael | Estrategia competitiva |
| -Ackoff, Russell | Cápsulas de Ackoff |
| -Gilbreath, Robert | La estrategia del cambio |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-77 MERCADOS INTERNACIONAL

OBJETIVO :

TRANSMITIR LAS BASES PARA LA IMPLEMENTACION DE PROGRAMAS DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL.

CONTENIDOS :

- 1.- BASES PARA LA PROMOCION DE MERCADOS INTERNACIONALES**
- 2.- POSICION DE COSTA RICA EN LA PROMOCION DE MERCADOS INTERNACIONALES**
- 3.- ANALISIS DE MERCADOS EXTRANJEROS**
- 4.- PROMOCION DE GOBIERNOS EXTRANJEROS**
- 5.- PROMOCION DE ORGANIZACIONES PRIVADAS**
- 6.- ESTABLECIMIENTO DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR**
- 7.- CANALES DE COMERCIALIZACION DE MERCADOS INTERNACIONALES**
- 8.- EMPRESAS PRODUCTORAS Y COMERCIALES EXTRANJERAS**
- 9.- VENEDORES DE EXPORTACION Y COMPRADORES DE IMPORTACION**
- 10- LICENCIAS PARA OPERACIONES EXTRANJERAS**
- 11- MEDIOS DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL**
- 12- COOPERACION CON LOS DISTRIBUIDORES Y POLITICA DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL.**
- 13- COMUNICACIONES INTERNACIONALES**
- 14- COOPERACION EN LA EXPORTACION**

- 15- COTIZACION DE PRECIOS INTERNACIONALES
- 16- EMPAQUES, TRANSPORTES NAVALES Y SEGUROS
- 17- PAGOS COMERCIALES INTERNACIONALES
- 18- SERVICIOS BANCARIOS INTERNACIONALES
- 19- LEGISLACION COMERCIAL EXTRANJERA
- 20- ARREGLOS DE DISPUTAS COMERCIALES

BIBLIOGRAFIA :

- CHASE, STUART ROADS TO AGREEMENT
- DOMKE, MARTIN INTERNATIONAL TRADE ARBITRATION
- HECK, HAROLD COMMERCE
- HORN, PAUL INTERNATIONAL TRADE PRINCIPLES & PRACTICES

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-73 COMERCIO INTERNACIONAL

1- OBJETIVO:

Estudiar la evolución e importancia del comercio internacional a través de distintas etapas, hasta la época actual.

2- CONTENIDO:

1. El comercio internacional dentro de las relaciones económicas internacionales.
2. La teoría del comercio internacional.
3. Principales características de la evolución del comercio internacional contemporáneo.
- 4- El comercio exterior de los diferentes grupos de países (desarrollados, en vías de desarrollo y socialismo).
- 5- Instrumentos de política comercial.
- 6- La promoción de las exportaciones.
- 7- La importancia del Gatt y la Unctad en el comercio internacional.
- 8- El sistema generalizado de preferencias.
- 9- Los mercados internacionales y el Marketing Internacional
- 10- El contrato de compra-venta internacional.
- 11- El comercio exterior de Costa Rica.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|-----------------------|---|
| KINDELBERGER. | Economía Internacional. |
| ELLSWORTH Y LEEILLITH | Comercio Internacional. |
| HERNANDEZ, JOSE | Repercusión en las Exportaciones de los Métodos Comerciales |
| SANCHEZ, ANA TERESA | Las "Tradings Companies" |
| MONGE, RICARDO | Políticas de Protección e Incentivos |
| RAMIREZ, GONZALO | Finanzas Internacionales |
| TACSAN, RODOLFO | Comercio Internacional |
| RIVERA, JOSE | Banca Internacional |
| GRANELL, FRANCISCO | La exportación y los mercados internacionales |
| CADEXCO | Exportación. |

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-44 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

OBJETIVOS DEL CURSO:

Conocer y analizar los diferentes aspectos que afectan la toma de decisiones en Publicidad desde un punto de vista gerencial.

Analizar algunos temas actuales de interés nacional, relacionados con el mercadeo internacional.

Conocer y analizar las etapas relevantes que afectan un proyecto de exportación.

CONTENIDOS:

1. Introducción
2. La mezcla de mercadeo. Segmentación de mercados.
3. Introducción al mercadeo internacional, etapas de un proyecto de exportación. Requisitos y trámites.
4. Penetración de un mercado extranjero y presentación de factores actuales que afectan el mercadeo internacional.
5. Introducción a la Publicidad, antecedentes de la publicidad moderna.
6. Funciones de la publicidad. Tipos de publicidad.
7. Proceso de planeación de la publicidad. La espiral de la publicidad. Etapas de la publicidad. Mercadotecnia meta. Posicionamiento de un producto.
8. Proceso de administración de la publicidad. Agencias publicitarias. Selección, contratación, organización, coordinación y control. Asignación de presupuestos.
9. Estrategia de medios publicitarios. Terminología de medios. Metas de publicidad y metas de mercadotecnia.
10. Medios publicitarios. Televisión, prensa, revistas, radio y publicidad exterior. Ventajas y desventajas de cada medio. Datos sobre hábitos de exposición del costarricense a los principales medios publicitarios.

11. Mercadeo directo. Aplicación actual. Medición de la respuesta. Combinación de medios publicitarios. Correo directo y telemercadeo.
12. Promociones y ventas. Tipos de promociones. Objetivos de publicidad y las promociones.
13. Aspectos legales de la publicidad en Costa Rica. Código de ética publicitaria.

BIBLIOGRAFIA:

PUBLICIDAD:	Otto Klepner's.
PUBLICIDAD:	Antrim William A.
FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA:	Kotler Phillip.
INVESTIGACION DE MERCADOS	Aaker, David
MERCADOTECNIA	Bell, Arthur
MERCADOTECNIA DIRECTA	Edward, L.
INSVESTIGACION DE MERCADOS	Kinnear, Thomas
DIRECCION COMERCIAL	Rewaldt, Stewart
ROSICIONAMIENTO	Ries, Al
MERCADOTECNIA	Schewe, Charles.

**ENFASIS
EN
PUBLICIDAD**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-37 SISTEMAS DE INFORMACION

OBJETIVO:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante habrá adquirido conocimientos acerca del concepto de sistemas de información aplicados a la organización. Conocerá y comprenderá la dinámica de la formulación, el desarrollo y la implantación de sistemas de información en las organizaciones.

Contenido:

- 1.- El enfoque de sistemas:
 - 1.1) Introducción a los sistemas
 - 1.2) El marco natural
 - 1.3) El marco de la empresa
- 2.- Las aplicaciones del enfoque de sistemas
 - 2.1) A las organizaciones empresariales
 - 2.2) A las organizaciones sociales
- 3.- Puntos de vista de la teoría general de sistemas
- 4.- El proceso de toma de decisiones
- 5.- El proceso de diseño de sistemas
- 6.- Los objetivos y la interacción con los sistemas
- 7.- La moralidad de los sistemas
- 8.- Cuantificación y medición
- 9.- Problemas de medición y dominio de las ciencias sociales
- 10.- El control y los sistemas de información
- 11.- Macrotendencias:
 - 11.1) De una sociedad industrial a una sociedad de información
 - 11.2) De la tecnología obligada a la alta tecnología
 - 11.3) De la economía nacional a la economía mundial
 - 11.4) De corto a largo plazo.
 - 11.5) De centralización a descentralización
 - 11.6) De la ayuda nacional a la autoayuda
 - 11.7) De las jerarquías a las redes
 - 11.8) De la alternativa a la opción múltiple

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-34 CURSO DE DIRECCION COMERCIAL

Objetivos del curso:

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de:

Desarrollar las diferentes etapas que deben llevarse a cabo para la elaboración de un plan estratégico de mercadeo, enfocándolos desde el punto de vista del análisis de mercados.

Desarrollar el conocimiento teórico y/o práctico de los principales conceptos de mercadotecnia, adquiriendo capacidad analítica para la formulación de estrategias comerciales.

Contenidos:

- 1.- Introducción al sistema de mercado
- 2.- Composición integral de la mezcla de mercadeo.
- 3.- El papel de la investigación de mercados dentro de la planificación.
 - 3.1 Determinación de necesidades insatisfechas.
 - 3.2 Cuándo utilizar la fuerza de ventas para la investigación de mercados?
 - 3.3 Investigación de mercados al estilo japonés
- 4.- Decisiones sobre segmentación de mercados.
 - 4.1 Tipos de segmentación.
 - 4.2 Papel de los canales de comercialización.
- 5.- La planificación estratégica y su relación con el mercadeo.
 - 5.1 Estrategia y supervivencia.
 - 5.2 La fuerza impulsora.
 - 5.3 El poder de la fuerza impulsora
 - 5.4 Cómo realizar la estrategia?
 - 5.5 Los retos de la dirección estratégica
 - 5.6 Como organizarse para formular la estrategia
 - 5.7 Auditoraje de la situación (FODA)
- 6.- Posicionamiento. Su relación con la comunicación publicitaria.
 - 6.1 Opciones clave en la planificación de producto y la selección de mercados.
 - 6.2 Estrategias exitosas para incrementar la participación de mercado
 - 6.3 Como hacer más rentables los medios de comunicación.

- 7.- El mercadeo en la época actual. Factores controlables y no controlables.
- 8.- El ambiente organizacional cambiante
- 9.- Tendencia del mercadeo a corto, mediano y largo plazo
 - 9.1 Escogiendo la estrategia para los cambios
 - 9.2 Considere a los clientes como inversión
 - 9.3 No hay camino fácil para la orientación al mercadeo
 - 9.4 Qué deben saber los mercadólogos acerca de las mujeres?
 - 9.5 Mercadotecnia directa. Cambio rápido o lento
Demostración práctica sobre las bases de datos en mercadeo.
- 10.- Desarrollo de un plan estratégico para un caso real

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|---------------------|---|
| SCHEWE Y SMITH | Mercadotecnia, concepto y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill. |
| KOTLER PHILIP | Fundamentos de mercadotecnia
Editorial Prentice Hall Int. |
| REVISTA HARVARD | |
| STANTON, JAMES | Fundamentos de Marketing
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Otto Kepner's
Editorial Mc Graw Hill |
| PUBLICIDAD | Artrim William
Editorial Mc Graw Hill |
| MC CARTHY, JEROME O | Comercialización
Editorial El Ateneo |
| TAYLOR, WELDON | Mercadotecnia
Editorial Mc Graw Hill |
| BOYD, HOPER | New Dimensions in Consumer Analysis
Editorial Prentice Hall |

LEVIT, THEODORE	La moda del mercadeo Editorial Limusa
STIGLER, GEORGE	La teoría de los precios Editorial Mc Graw Hill
SCHWARTZ, DAVID	El mercadeo de hoy Editorial Mc Graw Hill
WARREN, DIRK	Como planear un nuevo producto Editorial Prentice Hall
AAKER, DAVID	Investigación de mercados Editorial Limusa
CANFIELD, BERTRAND	Administración de ventas Editorial Diana
BELL, MARTIN	Mercadotecnia Editorial Mc Graw Hill
COHEN, DOROTHY	Publicidad Comercial Editorial Prentice Hall
REWOLDT, STEWART	Dirección Comercial Editorial Prentice Hall.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-86 PRODUCCION PUBLICITARIA

I. OBJETIVOS:

1. Conocimientos de los elementos y pasos necesarios para la producción impresa en publicidad desde el diseño hasta la impresión final.
2. Desarrollo de las habilidades requeridas para el manejo del proceso de producción impresa.
3. Que los alumnos se capaciten para la realización de comerciales de T.V., así como cuñas de radio.

II. CONTENIDOS:

TEMA 1- DEPARTAMENTO DE ARTE: ORGANIZACION

- Diferentes Sistemas de Trabajo:
- Grupos de Diseño
- Grupos de Diseño Creativo
- Como Trabaja un Diseñador
- Elementos que Utiliza un Diseñador
- Como Presentar los Trabajos de Diseño
- Especializaciones en el Area de Diseño Publicitario.
- Diseño de Empaques
- Diseño Infantil
- Diseño Humorística
- Diseño Prensa
- Diseño P.O.P
- Lo Debe de Conocer un Diseñador
- Composición
- Moda
- Composición de Arte Pictórico (Técnicas)
- Conocer las Diferentes Tendencias en lo que se Refiere a su campo.
- Por qué debe conocer un Diseñador lo anterior y en lo que beneficia?
- Prácticas de Diseño, Concepto y Presentación.

TEMA 2. MONTAJE

- Labor del Montador
- Conocimientos del Montador (Tipografía, Fotomecánica, Impresión)
- Elementos de Uso Diario
- Sistemas de Trabajo
- Comunicación Entre Diseñador y Montador
- Responsabilidades

TEMA 3. TIPOGRAFIA

- Las Diferentes Tipografías (Serif.Sans Serif) y sus usos.
- Cómo escoger la tipografía con respecto al Producto.
- Cómo Identificar un producto por su tipo
- El uso de la Italic o Itarica
- Puntaje Mínimo Recomendado
- Cálculo de Textos
- Cómo Indicar un Texto para Levantar
- La Ilustración y el Retoque Fotográfico
- Técnicas
- Proceso
- Aerógrafo y su uso
- Fotografía
- Formatos y usos
- Según el Mismo
- Separación de Color
- Cómo Indicar una Selección de Color
- Puntajes Usados
- Prensa
- Litografía
- Revistas
- Proceso
- Negativos Finales

TEMA 4. DIFERENTES TIPOS DE IMPRESION

IMPRESION:

- Usa General
- Métodos de Operaciones

LITOGRAFIA:

- Y sus Recursos de Alta Calidad Reimpresión
- Todo lo que Ofrecen
- Sistemas de Impresión según Máquinas

SERIGRAFIA:

- Y sus Diferentes Usos
- Ventajas y Limitaciones de Impresión

FLEXOGRAFIA:

- Su Utilización en los Diferentes Productos (Bolsas, Empaques)
- Sistemas de Impresión
- Impresión Continua

EL DUOTONO:

- Su Utilización en Prensa y Litografía.
- Papeles y Cartulina (Escogencia) Las Diferencias y usos según las Necesidades Gráficas (Texturas).

El Uso del Panthone y la Escala de Color Aprovechamiento.

Qué son los Troqueles y para que se Utilizan en Empaques y P.O.P.

Diferentes Tamaños de papeles y la Utilización al Máximo (Tamaños de Corte).

Diferentes Tipos de Doblces y Cuándo Utilizarlos

El Uso del Relieve, Estampado y Troquelado.

Cómo Hacer una Cotización para una Impresión.

TEMA 5

INTRODUCCION:

- Video
- Cine
- Iluminación
- Equipo de Campo
- Equipo de Post-Producción

TEMA 6.

ESTRUCTURA GUION PARA TELEVISION

- A) Audio - Video
- B) Direcciones de Guión
- C) Enlaces
- D) Elementos de Realización
 1. Escenografía
 2. Set. Ciclograma
 3. Locaciones
 4. Recordación
 5. Modelos
 6. Vestuario

E) Dirección de Modelos

TEMA 7 ESTRUCTURA DE GUIONES DE RADIO

A) Locución - Musicalización
B) Enlaces

ELEMENTOS DE REALIZACION

A) Consolas
B) Micrófonos
C Estudio de Grabación

TEMA 8 -Realización Comercial
Audio - Video - Edición.

TEMA 9 -Realización Cuña de Radio
Locución - Musicalización

III. BIBLIOGRAFIA:

- Kenp, Jerrold E. Planning and Producing Audiovisual Materials.
Ed. Thomas y Crowel
New York, 1975.
- Smith, Leslie. Perspectives on Radio and Television.
Harper and Row Publishers.
U.S.A. 1979.
- Burrows y Wood. Television Production. Disciplines and Techniques.
WM.C. Brown Company Publishers
Second Edition.
U.S.A. 1978.

Garland, Ken.

Graphics Hanbook.
Ed. Van Nostrand Reinhad.
New York, 1976.

Moriarity, Sandra E.

Novelty. Vs. Practicality In
Advertising Tipography.
Journalism Quarterly.
New York, 1984.

Mandese, Joe.

Holography.
Will Advertisers Grab A.
New York, 1984.

Doyle, Constance T.

Computer Graphics Update.
Graphics Design.
U.S.A. 1983.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-36 TECNICAS ESTADISTICAS

I. OBJETIVOS GENERALES

El contenido del curso está diseñado para lograr que el estudiante sea capaz de:

1. Manejar una serie de técnicas estadísticas de descripción y análisis de datos, con un conocimiento preciso acerca de los supuestos y las limitaciones de cada técnica.
2. Analizar la forma correcta de plantear los problemas y realizar una interpretación sustantiva y clara de los resultados que obtenga en cada caso específico, sin dejar de lado su función de administrador.
3. Utilizar los conceptos como una introducción a la teoría de las decisiones y sus posibles aplicaciones en la administración.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Al finalizar el curso, el estudiante debe estar en capacidad de:

1. Exponer los conceptos y técnicas de la estadística descriptiva.
2. Definir los conceptos básicos de probabilidad y entender las distribuciones de probabilidad.
3. Examinar los temas de muestreo y distribuciones muestrales y de inferencia.
4. Entender como las análisis de regresión y correlación determinan la naturaleza y la fuerza de una relación entre dos variables.
5. Analizar como la teoría económica puede a veces sugerir la forma funcional de una relación.

6. Describir los cambios que con el tiempo tienen lugar en un evento determinado y predecir el comportamiento.
7. Hacer aplicaciones de los números índices.
8. Explicar los métodos para la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

CONTENIDOS:

TESIS I

INTRODUCCION:

1. La estadística moderna
2. La estadística en la administración de empresas
3. La investigación operativa
4. Utilización de las técnicas estadísticas

Lecturas Básicas

Levin R.I. Capítulo 1

Freund, J.E. y Frank, J.W. Capítulo 1

Ramírez, F. "Como utilizar correctamente las técnicas estadísticas". Nota técnica de National University. Abril 1990.

TESIS II

Conceptos y Técnicas de la Estadística Descriptiva

1. Organización de los datos para que transmitan un significado: tablas y gráficas.

TESIS III

PROBABILIDAD

1. Importancia de la teoría de la probabilidad.
2. Revisión de conceptos básicos de probabilidad

3. Tipos de probabilidad
4. Reglas de probabilidad
5. Probabilidades en condiciones de independencia estadística
6. Revisión de las estimaciones previas de probabilidad: el teorema de Bayes.
7. Distribuciones de probabilidad
8. Variables aleatorias
9. Uso del valor esperado en la toma de decisiones
10. La distribución binomial
11. La distribución Poisson
12. La distribución normal
13. Elección de la correcta distribución de probabilidad

TESIS IV

INFERENCIA ESTADISTICA

1. Muestreo y distribuciones muestrales.
2. Estimación
3. Prueba de hipótesis
4. Aplicaciones al mundo real.

TESIS V

REGRESION Y CORRELACION SIMPLES

1. Introducción
2. Estimación mediante la línea de regresión
3. Análisis de correlación
4. Inferencias sobre los parámetros de la población
5. Uso de los análisis de regresión y correlación: limitaciones, errores y advertencias.
6. Aplicaciones al mundo real

TESIS VI

SERIES DE TIEMPO

1. Uso del análisis de series de tiempo
2. Variaciones en las series de tiempo
3. Análisis de tendencias
4. Variación cíclica
5. Variación estacional
6. Variación irregular

7. Ejemplo que incluye los cuatro componentes de una serie de tiempo.
8. Análisis de las series de tiempo en los pronósticos
9. Aplicaciones al mundo real.

BIBLIOGRAFIA

1. Berenson, M.L. y Levine, D.M. Estadísticas para Administración y Economía. Conceptos y aplicaciones. Nueva Editorial Interamericana, S.A. DE C.V. México. D.F. Primera edición, 1987.
2. Freund, J.E y Williams, F.J Elementos modernos de Estadística Empresarial. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Primera edición, 1985.
3. Hu, Teh-Wel. Econometría. Un análisis Introductorio. Fondo de Cultura Económica. México. Primera edición en español, 1979.
4. Kazmier, L.J. Estadística Aplicada a la Administración y Economía. Libros Mc-Graw Hill de México, S.A. de C.V. Serie de Compendios Schaum. México, D.F., 1987.
5. Levin R.I. Estadística para Administradores. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México. Segunda edición, 1988.
6. Salvatore, D. Econometría. Mc-Graw-Hill de México, S.A. 1985.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-78 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS I

OBJETIVOS :

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de aplicar diversas técnicas para el desarrollo de campañas publicitarias.

CONTENIDOS :

- 1.- Introducción a la publicidad :
 - 1.1 Desarrollos sociales de la Mercadotecnia
 - 1.2 Las cuatro P
 - 1.3 Confrontación de definiciones : Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas.
 - 1.4 Funciones de la Publicidad en el ámbito económico
 - 1.5 Tipos de publicidad
- 2.- Las instituciones de la publicidad
 - 2.1 El anunciante
 - 2.2 El medio
 - 2.3 La agencia de publicidad
 - 2.4 La gestión de la empresa publicitaria
- 3.- La estrategia publicitaria
 - 3.1 La campaña publicitaria
 - 3.2 La importancia de la información básica del mercado
 - 3.3 La definición de objetivos
 - 3.4 La elaboración de conceptos publicitarios
- 4.- El mensaje publicitario
 - 4.1 Redacción del mensaje publicitario
 - 4.2 Dibujos e ilustraciones
 - 4.3 Dinámica de la creación de un anuncio publicitario
 - 4.4 El uso del color en la publicidad
 - 4.5 El mensaje audiovisual
- 5.- Características de los medios
 - 5.1 Impresos
 - 5.2 Radio y T.V.
 - 5.3 Exteriores
 - 5.4 Otros

- 6.- Selección de los medios utilizando instrumentos tales como : Cobertura, rating, grupo, meta, C.P.M., GRP's.
- 7.- Estrategia de demanda básica
 - 7.1 El consumidor
 - 7.2 Deseos y necesidades
 - 7.3 Naturaleza de los hábitos
 - 7.4 Motivos e impulsos de compra
 - 7.5 Demanda primaria
 - 7.6 Demanda selectiva
 - 7.7 Cuando activar cada tipo de demanda
- 8.- Efectividad publicitaria
 - 8.1 Importancia de realizar mediciones publicitarias
 - 8.2 Técnicas de medición
 - 8.3 Métodos
- 9.- Posicionamiento
 - 9.1 Teoría del posicionamiento
 - 9.2 Tipos de campañas
 - 9.3 Análisis de contenidos
 - 9.4 Tipos de campañas y ciclo de vida

BIBLIOGRAFIA :

PRINCIPIOS Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD
DIRKSEN

ADVERTISING
MANDELL

POSICIONAMIENTO
AL RIES

MEDIOS DE PRENSA Y PUBLICIDAD
CASTHING

DESARROLLO PUBLICITARIO MODERNO
LESLIE, CONRAD

COMO HACER DINERO CON PUBLICIDAD?
KELMER, CHESTER

FUNDAMENTOS DE MARKETING
STANTON

EL TRABAJO DEL PUBLICISTA
GONZALEZ

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-40 METODOS DE INVESTIGACION

OBJETIVOS:

A. **COMPRESION:**

1. Comprender el proceso de investigación científica en las áreas de la ciencia.
2. Comprender cuáles son la amplitud y los límites de la investigación científica, sus aplicaciones y usos.
3. Comprender las ventajas de la investigación científica realizada en forma colectiva, multidisciplinaria e institucional.
4. Comprender que las actividades de la investigación científica; los descubrimientos; las técnicas; los métodos y los instrumentos trascienden todas las barreras creadas por el hombre, así como también las barreras de tiempo y espacio.

B. **ACTITUDES:**

1. Fomentar en el estudiante el uso del pensamiento reflexivo y la rigurosidad metodológica al planificar y desarrollar la investigación científica.
2. Promover la adopción de principios éticos, profesionales y de respeto a la dignidad y sentimiento humano al usar sujetos de estudio de esta especie para la investigación científica.
3. Generar en los estudiantes una motivación para compartir, sin reservas ni egoísmos profesionales, sus experiencias, descubrimientos e inventos con los demás por medio de publicaciones orales y escritas.

C. **CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES:**

1. Aplicar el método científico a la investigación de problemas e hipótesis en el campo investigador.
2. Seleccionar el diseño experimental adecuado para maximizar la varianza experimental o sistemática, minimizar la varianza error y controlar las variables extrañas en las hipótesis sometidas a prueba experimental en sus investigaciones.
3. Establecer la diferencia entre las tipologías del conocimiento.
4. Diseñar proyectos de investigación.
5. Formular problemas de investigación en el campo específico de su especialidad.

6. Plantear hipótesis; objetivos (generales, específicos y metodológicos) en las investigaciones del campo sujeto de estudio.
7. Conocer los pasos del método científico y aplicarlos en las investigaciones que realice.
8. Conocer la teoría general del conocimiento desde una perspectiva epistemológica, psicológica y fenomenológica.
9. Establecer las diferencias entre un proceso evaluativo y el proceso investigativo.
10. Conocer y aplicar diferentes tipos de investigación
11. Conocer y aplicar el modelo clásico de la investigación científica.
12. Diferenciar la investigación cuantitativa de la cualitativa.

CONTENIDO:

1. Teoría general del conocimiento
2. Posibilidades del conocimiento
3. El origen del conocimiento
4. Principios éticos, ontológicos, etc. del conocimiento.
5. La ciencia y la investigación científica
 - 5.1 La Ciencia
 - Antecedentes
 - La ciencia y el método científico
 - Características del método científico
 - Métodos del conocimiento
 - Objetivos de la ciencia
 - La teoría en la ciencia
 - La teoría como sistema explicativo
 - Características de la teoría
 - Ciencias actuales y formales, y otras clasificaciones
 - La ley en la ciencia
 - 5.2 La investigación científica
 - Definición de investigación científica
6. La investigación y la evaluación
7. Tipos de investigación
 - Exploratoria
 - Descriptiva
 - Histórica
 - Causal-comparativa

Cuasi-experimental y experimental
Experimento de laboratorio, de campo y estudios de campo
Ex post facto (no experimental)
Estudios de correlación
Participativa

8. El diseño de investigación

Significado

Propósito

Principios

Diseño de investigación: pre-experimentales, experimentales y cuasi-experimentales

9. Pasos del proceso investigativo.

BIBLIOGRAFIA:

1. Ander-Egg Técnicas de investigación social
2. Brenes, A. Los trabajos finales de graduación
3. Bunge, Maria La ciencia, el método y su filosofía
4. Bunge, Maria Ciencia y desarrollo
5. Best, J.W. Como investigar en educación
6. Campbell y Sbanley Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social
7. Galturg, J. Teoría y métodos en la investigación social
8. Selltiz, C. y otras Métodos de investigación en las relaciones humanas
9. Messen, J. Teoría del conocimiento
10. Kerlinger, F.N. Investigación del comportamiento
11. Sierra Brava, R. Técnicas de investigación social
12. Sierra Brava, R. Epistemología, Lógica y Metodología
13. Venegas, P. Algunos elementos de la investigación
14. Pardinás, F. Metodología y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales
15. Rodríguez, R. Introducción a la Investigación.
16. Barahona, Abel y Francisco. Metodología de los trabajos científicos.
17. Weiss Carol. Investigación Evaluativa.
18. Normas sobre Tesis y Tesinas
Universidad Internacional de las Américas.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-42 CONTROL GERENCIAL

OBJETIVOS:

Introducir los conceptos necesarios para diseñar una estructura organizacional que cumpla con los requisitos básicos que establecen las normas de Control Operativo y Gerencial.

CONTENIDO:

- TEMA 1 -Generalidad del curso
-Sistemas de evaluación
-Aspectos generales sobre control gerencial
- TEMA 2 -Concepto de Control Gerencial
-La naturaleza del Control Gerencial a características del Control Gerencial
-Conceptos relativos
-Fundamentos de la Contabilidad de Costos
- TEMA 3 -Nota sobre centros de responsabilidad
-Nota sobre costos administrativos
-Comparación de lo real y lo estándar
- TEMA 4 -El análisis de ejecutoria
-Variaciones combinadas
-Evaluación de un sistema de control
- TEMA 5 -El M.I.S.
-La desintegración de un sistema de información
-Directrices para un sistema de planificación y control
- TEMA 6 -Implantación del control de gestión
-Descentralización una filosofía gerencial
-Notas sobre precios de transferencia
-Precios de transferencia
-La fijación interdivisional de precios
-Medición de la ejecutoria de ganancias de Gerentes de División
-Presupuesto
-Control presupuestario
-Preparación de presupuestos
-Presupuesto base cero

BIBLIOGRAFIA:

- El Control Integrado de Gestión. Blanco Illescas.
- Tiempos y Tareas. Cardiel Mateos, Luis.
- Principios contables Anthony, Robert
- Contabilidad Acelerada Nelson, Toun
- Guía para controlar el futuro de la Empresa. Ackoff, Rusell
- Modernos métodos de dirección de empresas. Dale, Ernest
- Computers: Auditing y Control Petrocelli
- Planeación Financiera Estratégica. Bierman, Harold.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

CURSO: FINANZAS AVANZADAS

CODIGO: AE-41

OBJETIVOS:

Estimular en el estudiante una actividad de análisis crítico y riguroso de los criterios que se siguen en la toma de decisiones financieras relacionadas con situaciones complejas e inciertas.

Conocer cómo afecta la inflación y devaluación a los diferentes aspectos financieros y los presupuestos de capital.

Evaluar el riesgo en las decisiones de inversión.

Conocer y ver diferentes puntos para la toma de decisiones sobre el costo de capital.

CONTENIDO:

- 1- Presentación, introducción y definición.
- 2- Consideraciones especiales en los métodos de evaluación de inversión: vidas económicas desiguales. CAUE. Tires múltiples. Analogía y diferencias: VAN Y TIR
- 3- Rentabilidad Recursos Propios
- 4- Efectos en inflación, devaluación
- 5- Costo de capital
- 6- Costo de capital y rendimiento requerido
- 7- Arriendo vs compra
- 8- El riesgo y la incertidumbre. Decisiones de inversión
- 9- Simulación en la presupuestación de inversión
- 10- Programación lineal en decisiones de inversión

BIBLIOGRAFIA:

- Decisiones de inversión en la Empresa
Marín, Kethelhon

- Análisis de proyectos
Marín, Kethelhon

- Administración Financiera Bajo riesgo
González, Cortés

- Administración financiera e inflación
Bierman, Harold

- Fundamentos de Administración Financiera
Block, Stantley

- Análisis Financiera
Mao, Jones

- Fundamentos de Administración Financiera
Van Horne, James

- Strategie Hurdle Rates for Cafial Investment
Donald Son, G.

- Risk Analysis in Capital Investment
Hertz, D.B.

- Three problems in rationing capital
Lorie, JH.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS
AE-79 METODOS Y TECNICAS PUBLICITARIAS II

OBJETIVOS :

Al finalizar el estudio del presente curso, el estudiante estará en capacidad de desarrollar y formular las técnicas del desarrollo de campañas publicitarias y la implantación de éstas al mercado comercial nacional.

CONTENIDOS :

- 1.- Connotación de las líneas. Formas bidimensionales y tridimensionales. Formatos de artes para impresos y sus usos.
- 2.- Como aplicar los principios del diseño :
 - 2.1 Balance
 - 2.2 Proporción
 - 2.3 Secuencia
 - 2.4 Unidad
 - 2.5 Enfasis
- 3.- Tipografía
- 4.- Diseño de campañas
 - 4.1 Producción
 - 4.2 Reproducción
 - 4.3 Tramas
 - 4.4 Líneas
 - 4.5 Proceso de impresión
 - 4.6 Uso y simbolismo de color
- 5.- El texto y sus diferentes significados
 - 5.1 Elementos del texto
 - 5.2 Estudio del mercado
- 6.- El encabezado o título del anuncio
- 7.- Tipos de textos

- 8.- Texto para empaques
- 9.- Importancia del logotipo
- 10- Publicidad y moda
- 11- Textos para órdenes por correo
- 12- Publicidad de exteriores y tránsito
- 13- Radio
- 14- Televisión

BIBLIOGRAFIA :

**PRINCIPIOS Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD
DIRKSEN**

**ADVERTISING
MANDELL**

**POSICIONAMIENTO
AL RIES**

**LA TELEVISION COMO INSTRUMENTO DE VENTA
WATSON**

**DESARROLLO PUBLICITARIO MODERNO
LESLIE, CONRAD**

**COMO HACER DINERO CON PUBLICIDAD?
KELMER, CHESTER**

**FUNDAMENTOS DE MARKETING
STANTON**

**EL TRABAJO DEL PUBLICISTA
GONZALEZ.**

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-44 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

OBJETIVOS DEL CURSO:

Conocer y analizar los diferentes aspectos que afectan la toma de decisiones en Publicidad desde un punto de vista gerencial.

Analizar algunos temas actuales de interés nacional, relacionados con el mercadeo internacional.

Conocer y analizar las etapas relevantes que afectan un proyecto de exportación.

CONTENIDOS:

1. Introducción
2. La mezcla de mercadeo. Segmentación de mercados.
3. Introducción al mercadeo internacional, etapas de un proyecto de exportación. Requisitos y trámites.
4. Penetración de un mercado extranjero y presentación de factores actuales que afectan el mercadeo internacional.
5. Introducción a la Publicidad, antecedentes de la publicidad moderna.
6. Funciones de la publicidad. Tipos de publicidad.
7. Proceso de planeación de la publicidad. La espiral de la publicidad. Etapas de la publicidad. Mercadotecnia meta. Posicionamiento de un producto.
8. Proceso de administración de la publicidad. Agencias publicitarias. Selección, contratación, organización, coordinación y control. Asignación de presupuestos.
9. Estrategia de medios publicitarios. Terminología de medios. Metas de publicidad y metas de mercadotecnia.
10. Medios publicitarios. Televisión, prensa, revistas, radio y publicidad exterior. Ventajas y desventajas de cada medio. Datos sobre hábitos de exposición del costarricense a los principales medios publicitarios.

11. Mercadeo directo. Aplicación actual. Medición de la respuesta. Combinación de medios publicitarios. Correo directo y telemercadeo.
12. Promociones y ventas. Tipos de promociones. Objetivos de publicidad y las promociones.
13. Aspectos legales de la publicidad en Costa Rica. Código de ética publicitaria.

BIBLIOGRAFIA:

PUBLICIDAD:	Otto Klepner's.
PUBLICIDAD:	Antrim William A.
FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA:	Kotler Phillip.
INVESTIGACION DE MERCADOS	Aaker, David
MERCADOTECNIA	Bell, Arthur
MERCADOTECNIA DIRECTA	Edward, L.
INSVESTIGACION DE MERCADOS	Kinnear, Thomas
DIRECCION COMERCIAL	Rewoldt, Stewart
POSICIONAMIENTO	Ries, Al
MERCADOTECNIA	Schewe, Charles.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

AE-39 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO GENERAL:

El estudiante desarrollará la capacidad para analizar y tomar decisiones estratégicas. Para esto requiere que aplique los conocimientos de las áreas funcionales (principalmente mercadeo, producción y finanzas).

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Saber identificar las diferentes estrategias genéricas en diferentes tipos de empresas.

Poder identificar la responsabilidad del gerente general dentro del proceso estratégico.

Saber que es un planeamiento estratégico, su utilidad y sus limitaciones.

Poder identificar la mejor estrategia según las características del sector industrial.

Identificar las reacciones que podrá tener la organización a un cambio de estrategia.

CONTENIDOS:

- 1.- Introducción a la estrategia empresarial.
- 2.- Crown Cork and Seal Co.
- 3.- La Estrategia Competitiva en acción
- 4.- Aplicaciones de la Estrategia Competitiva
- 5.- El Arte de la Estrategia Planificada
- 6.- El Arte del Pensamiento Estratégico
- 7.- Elaboración de estrategias a partir de la curva de experiencia.
- 8.- Diagnósis Organizativa.
- 9.- Acción Organizacional.

10.- El Gerente General en el papel de estratega.

11.- La Gerencia General nos incumbe a todos.

12.- Estrategia Competitiva.

13.- El papel del liderazgo en la consecución de los fines.

BIBLIOGRAFIA:

- | | |
|------------------------------|---|
| -Sexton, William | Teorías de la Organización |
| -Jun, Jong
Storm, William | Las Organizaciones del Mañana |
| -Thomas, John | El Control Estratégico |
| -Uytendaeve, Hugo | La estrategia y la organización |
| -Kast, Fremont | Administración en las organizaciones |
| -Yavitz, Boris | Estrategia en acción |
| -Levin, Richard | Enfoques cuantitativos a la
Administración |
| -Wehrich, Heinz | Excelencia administrativa |
| -Porter, Michael | Estrategia competitiva |
| -Ackoff, Russell | Cápsulas de Ackoff |
| -Gilbreath, Robert | La estrategia del cambio |