



Expte. N° 43.574/88

RESOLUCION N° 2041



Ministerio de Educación y Justicia

BUENOS AIRES, 30 NOV 1988

VISTO las presentes actuaciones por las que las autoridades del Instituto Incorporado "ITEC" -Instituto Tecnológico de Economía y Computación- (A-864) de Capital Federal, solicitan autorización para aplicar, con carácter experimental, a partir del término lectivo 1989, los planes de estudios de nivel terciario -no universitario-, organizados en dos etapas para la formación de Dirigentes de Economía y Empresas, y

CONSIDERANDO:

Que la apertura hacia estudios superiores en los institutos terciarios no universitarios, configuran una alternativa y al mismo tiempo una nueva forma para alcanzar un alto nivel de especialización.

Que con los nuevos planes presentados se ha de responder a la demanda de personal especializado en el área de la dirección de empresas.

Que permite incrementar las opciones que ofrece el sistema educativo nacional en el nivel terciario no universitario.

Que los planes de estudios presentados se ajustan a lo prescripto por el Decreto N° 940/72.

Por ello y de conformidad con lo aconsejado por la Superintendencia Nacional de la Enseñanza Privada,

EL MINISTRO DE EDUCACION Y JUSTICIA

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Aprobar, con carácter experimental, los planes de estudios de nivel terciario no universitario, en dos etapas, para las carreras de "Analista en Comercialización Estratégica", "Analista

[Firma manuscrita]



Ministerio de Educación y Justicia


en Dirección de Empresas" y "Analista en Comunicación Publicitaria", correspondientes a la primera etapa y de "Master en Economía y Empresas -especialidad Dirección de Empresas" y "Master en Economía y Empresas -especialidad Política Económica" correspondientes a la segunda etapa que, como Anexos I y II, forman parte de la presente Resolución.

ARTICULO 2º.- Autorizar la aplicación de los planes aprobados en el artículo precedente en el Instituto Privado Incorporado a la Enseñanza Oficial "I.T.E.C. - Instituto Tecnológico de Economía y Educación" (A-864) de Capital Federal a partir del término lectivo 1989.

ARTICULO 3º.- Encomendar a la Superintendencia Nacional de la Enseñanza Privada el seguimiento, orientación y evaluación de la experiencia para proceder a los ajustes que pudieran corresponder.

ARTICULO 4º.- Regístrese y pase a la SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LA ENSEÑANZA PRIVADA a sus efectos.-

N.M.


JORGE F. SABATO
MINISTRO DE EDUCACION Y JUSTICIA



Ministerio de Educación y Justicia

ANEXO I

I.- IDENTIFICACION DEL PROYECTO DE ENSAYO

1.1 Denominación:

Formación de Dirigentes de Economía y Empresas

PRIMERA ETAPA:

1.2 Nivel:

Terciario.

1.3 Modalidad:

Técnica.

1.4 Especialidades:

- A.- Comercialización Estratégica y Dirección de Empresas.
- B.- Comunicación Publicitaria.

1.5 Duración del plan de estudios:

Tres años

1.6 Ciclos

- Désico: Primeros dos años.
- Superior : Un año más.

1.7 Títulos que otorga:

1.7.1 Especialidad: Comercialización estratégica y Dirección de empresas:

a.- Título Parcial: Al finalizar el Ciclo Básico:
Analista en Comercialización Estratégica.

b.- Final: Al finalizar el Ciclo Superior:
Analista en Dirección de Empresas.

1.7.2 Especialidad: Comunicación Publicitaria:

Final: Al finalizar el Ciclo Superior:
Analista en Comunicación Publicitaria

1.8 Condiciones de ingreso

Nivel medio completo.



Ministerio de Educación y Justicia

II. ESTRUCTURACIÓN DEL PROYECTO DE ENSAYO

A.- COMERCIALIZACIÓN ESTRATÉGICA:

1. Caracterización del egresado:

El Analista en Comercialización Estratégica es un profesional de nivel intermedio capaz de:

Analizar, elaborar, planificar, ejecutar y controlar políticas, su táctica y su estrategia, que involucren la comercialización de bienes y servicios.

a) Tareas específicas:

El Analista en Comercialización estratégica estará capacitado para:

- Manejar la contabilidad como factor concreto para la toma de decisiones.
- Utilizar las negociaciones como factor concreto en el logro de objetivos y en la resolución de conflictos.
- Analizar y prever el comportamiento y la motivación de los consumidores.
- Diseñar y ejecutar análisis e investigaciones de mercados.
- Controlar la formulación, evaluación, implementación y control de las comunicaciones publicitarias.
- Analizar, planificar, coordinar, y evaluar el desarrollo y comercialización de nuevos productos, bienes y servicios en mercados internos e internacionales.
- Diseñar y ejecutar acciones de venta y distribución.
- Establecer políticas competitivas basadas en la comercialización estratégica.
- Planificar, ejecutar y evaluar campañas comerciales.

2. Competencia del título:

Los egresados podrán desempeñarse como analistas, asesores o ejecutivos en el área de Comercialización y Estrategia de empresas y organizaciones, públicas o privadas.

3. Objetivos terminales del plan de estudio:

- Ofrecer, mediante un proceso de enseñanza-aprendizaje que privilegie el método científico inductivo, el instrumental y el marco analítico-teórico capaz de generar las aptitudes y habilidades necesarias en la formación de dirigentes.
- Brindar un entrenamiento sólido para la permanente toma de decisiones en casuística y en condiciones de incertidumbre características de las organizaciones modernas, públicas y privadas.



Ministerio de Educación y Justicia

- Proveer una formación que inculque la capacidad de construir dentro del marco organizacional de una sociedad pluralista, con el sentido ético del nuevo humanismo.

Incentivar la creatividad y la innovación como uno de los caminos para liberar las energías creadoras y multiplicadoras de nuevas ideas para el progreso social.

- Lograr conocimientos teórico-prácticos para favorecer habilidades que lleven a un eficaz desempeño como experto o como especialista en la especialidad elegida.

B. - DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1. Caracterización del curso:

El Analista en Dirección de Empresas es un profesional de nivel intermedio capaz de:

Analizar, elaborar, planificar, ejecutar, dirigir y controlar políticas, su táctica y su estrategia, que involucren la comercialización de bienes y servicios. Dirigir o participar en el análisis, definición, implementación y seguimiento de las distintas políticas de gestión de empresas. Crear e implementar nuevos proyectos empresariales, constituir nuevas empresas e impulsar el crecimiento de existentes.

a) Temas específicos

El Analista en Dirección de Empresas estará capacitado para:

- Manejar la contabilidad como factor concreto para la toma de decisiones.
- Utilizar las negociaciones como factor concreto en el logro de objetivos y en la resolución de conflictos.
- Analizar y prever el comportamiento y la motivación de los consumidores.
- Diseñar y ejecutar análisis e investigaciones de mercados.
- Controlar la formulación, evaluación, implementación y control de las comunicaciones publicitarias.
- Analizar, planificar, coordinar, y evaluar el desarrollo y comercialización de nuevos productos, bienes y servicios en mercados internos e internacionales.
- Diseñar y ejecutar acciones de venta y distribución.
- Establecer políticas competitivas basadas en la comercialización estratégica.
- Planificar, discutir y evaluar campañas comerciales.
- Administrar organizaciones, con y sin fines de lucro.
- Analizar y coordinar la administración financiera de



Ministerio de Educación y Justicia

las organizaciones y su intervención en los mercados de capital.

Coordinar la organización de la producción.

Analizar el comportamiento organizacional.

- Organizar, desarrollar y manejar recursos humanos.

Analizar el contexto externo e interno de las empresas, en situaciones de cambio, riesgo e incertidumbre, para una correcta toma de decisiones.

Dirigir y liderar organizaciones.

- Proyectar, seleccionar e implementar políticas, tácticas y estrategias organizacionales.

- Aprender nuevas empresas.

2.- Competencia del Título:

Los egresados podrán desempeñarse como analistas, asesores o ejecutivos de empresas y organizaciones, públicas o privadas.

3.- Objetivos terminales del plan de estudio:

- Ofrecer, mediante un proceso de enseñanza-aprendizaje que privilegie el método científico inductivo, el instrumental y el marco analítico-técnico capaz de generar las aptitudes y habilidades necesarias en la formación de dirigentes.

- Brindar un entrenamiento sólido para la permanente toma de decisiones en casuística y en condiciones de incertidumbre características de las organizaciones modernas, públicas y privadas.

- Proveer una formación que inculque la capacidad de construir dentro del marco organizacional de una sociedad pluralista, con el sentido ético del nuevo humanismo.

- Incentivar la creatividad y la innovación como uno de los caminos para liberar las energías creadoras y multiplicadoras de nuevas ideas para el progreso social.

Lograr conocimientos teórico-prácticos para favorecer habilidades que lleven a un eficaz desempeño como experto o como empresario en la especialidad elegida.

C.- COMUNICACION PUBLICITARIA

1 Caracterización del egresado:

El Analista en Comunicación Publicitaria es un profesional de nivel intermedio capaz de:

Analizar, elaborar, planificar, ejecutar y controlar campañas publicitarias, de promoción y de propaganda de bienes y servicios.



Ministerio de Educación y Justicia

a) Intereses específicos:

El Analista en Comunicación Publicitaria estará capacitado para:

- Analizar y preveer el comportamiento y la motivación de los consumidores.
- Analizar, formular, evaluar, implementar y controlar comunicaciones publicitarias.
- Planificar, ejecutar y evaluar campañas comerciales de bienes o servicios en carácter de analista de comunicaciones publicitarias.
- Analizar e investigar mercados.
- Participar, en carácter de asesor, en el establecimiento de políticas competitivas de comercialización estratégica.
- Participar en el desarrollo de nuevos productos.
- Planificar Medios en el diseño de campañas de comunicación publicitaria.
- Diseñar, realizar, evaluar y controlar campañas publicitarias.
- Elaborar estrategias y acciones de comunicación, promoción, propaganda y relaciones públicas.

2.- Competencia del [título]

Los egresados podrán desempeñarse como analistas, asesores o ejecutivos en el Área de comunicaciones publicitarias de empresas y organizaciones, públicas o privadas.

3. Objetivos terminales del plan de estudio:

- Ofrecer, mediante un proceso de enseñanza-aprendizaje que privilegie el método científico inductivo, el instrumental y el marco analítico teórico capaz de generar las aptitudes y habilidades necesarias en la formación de dirigentes.
- Brindar un entrenamiento sólido para la permanente toma de decisiones en casuística y en condiciones de incertidumbre características de las organizaciones modernas, públicas y privadas.
- Proveer una formación que incluya la capacidad de construir dentro del marco organizacional de una sociedad pluralista, con el sentido ético del nuevo humanismo.
- Incentivar la creatividad y la innovación como uno de los caminos para liberar las energías creadoras y multiplicadoras de nuevas ideas para el progreso social.
- Lograr conocimientos teórico-prácticos para favorecer habilidades que lleven a un eficaz desempeño como expertos o como empresario en la especialidad elegida.



Ministerio de Educación y Justicia

III. ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS Y ASIGNACIONES HORARIAS

A. ORGANIZACION DEL CALENDARIO ACADEMICO:

A.1- Organización del dictado de las asignaturas: Cuatrimestral

A.2- Oportunidad del cursado de las asignaturas: Las asignaturas serán dictadas de acuerdo a la organización secuencial del plan de estudios. Dentro del mismo año lectivo, y respetando las restricciones impuestas por el régimen de correlatividades, se podrá ofrecer al alumno la posibilidad de cursar las mismas en el 1er. o 2do. cuatrimestre indistintamente.

B.- ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS, ASIGNACIONES HORARIAS

1.- ESPECIALIDAD: COMERCIALIZACION ESTRATEGICA Y DIRECCION DE EMPRESAS:

Ciclo Básico:

1er. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
111 Publicidad	3 horas
112 Comportamiento del consumidor	3 horas
113 Marketing general	3 horas
114 Seminario de comunicación gerencial	3 horas
Total	12 horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
121 Management de la Publicidad	3 horas
122 Casos de análisis de organizaciones	3 horas
123 Desarrollo de nuevos productos	3 horas
124 Análisis de negociaciones	3 horas
131 Informática aplicada	3 horas
Total	15 horas



Ministerio de Educación y Justicia



2do. año:
1er. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

211	Canales y logística de la distribución	3 horas
212	Análisis contable y de costos I	3 horas
213	Técnicas cuantitativas	3 horas
214	Marketing de Servicios e Internacional	3 horas
217	Ética y deontología profesional I	2 horas
Total		14 horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

221	Estrategias comerciales	3 horas
222	Análisis contable y de costos II	3 horas
223	Investigación de mercados	3 horas
224	Derecho aplicado	3 horas
226	Ética y deontología profesional II	2 horas
231	Desarrollo de una campaña comercial	3 horas
Total		17 horas

Ciclo Superior:

3er. año:
1er. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

311	Análisis y política económica I	3 horas
312	Administración financiera	3 horas
313	Administración general	3 horas
314	Organización de la Producción	3 horas
Total		12 horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

321	Análisis y política económica II	3 horas
322	Planificación y estrategia	3 horas
323	Comportamiento organizacional	3 horas
324	Emprendimiento de nuevos negocios.	3 horas
330	Trabajo monográfico final	3 horas
Total		15 horas



Ministerio de Educación y Justicia

2.- ESPECIALIDAD: COMUNICACION PUBLICITARIA:

Ciclo Básico:

1er. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

111	Publicidad	3 horas
112	Comportamiento del consumidor	3 horas
113	Marketing general	3 horas
115	Creatividad I	3 horas
Total		12 horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

121	Management de la Publicidad	3 horas
125	Semiología	3 horas
123	Desarrollo de nuevos productos	3 horas
126	Prosección y Propaganda.	3 horas
Total		12 horas

2do. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

215	Planificación y medios	3 horas
216	Creatividad II	3 horas
213	Técnicas cuantitativas	3 horas
214	Marketing de Servicios e Internacional	3 horas
Total		12 horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación horaria

221	Estrategias comerciales	3 horas
225	Comunicaciones y Relaciones Públicas	3 horas
223	Investigación de mercados	3 horas
224	Derecho aplicado	3 horas
236	Desarrollo de una campaña publicitaria	3 horas
Total		15 horas



Ministerio de Educación y Justicia

Ciclo Superior:

1er. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación
horaria

217 Ética y deontología profesional I

2 horas

331 Seminario de Comunicación Publicitaria

10 horas

12 horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura

Asignación
horaria

226 Ética y deontología profesional II

2 horas

332 Seminario de Comunicación Publicitaria

10 horas

12 horas

IV. REGIMEN DE CORRELATIVIDADES:

1.- ESPECIALIDAD: COMERCIALIZACION ESTRATEGICA Y DIRECCION DE EMPRESAS:

Ciclo Básico:

1er. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

111 Publicidad

112 Comportamiento del consumidor

113 Marketing general

114 Seminario de comunicación gerencial

2do. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

121 Management de la Publicidad

111

122 Casos de análisis de organizaciones

123 Desarrollo de nuevos productos

111+113

124 Análisis de negociaciones

131 Informática aplicada



Ministerio de Educación y Justicia

2do. año:
1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

211 Canales y logística de la distribución
212 Análisis contable y de costos I
213 Técnicas cuantitativas
214 Marketing de Servicios e Internacional
217 Ética y deontología profesional I

113+123

113

2do. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

221 Estrategias comerciales
222 Análisis contable y de costos II
223 Investigación de mercados
224 Derecho aplicado
226 Ética y deontología profesional II
231 Desarrollo de una campaña comercial

213+214

212+213

214+213

217

*

*: Aprobadas todas las asignaturas del Ciclo Básico.

Ciclo Superior:

3er. año:
1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

311 Análisis y política económica I
312 Administración financiera
313 Administración general
314 Organización de la Producción

@

@

@

@

@: Para poder rendir examen final de cualquier asignatura del ciclo superior deben tenerse aprobadas todas las asignaturas del ciclo básico.

2do. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

321 Análisis y política económica II
322 Planificación y estrategia
323 Comportamiento organizacional
324 Emprendimiento de nuevos negocios.
330 Trabajo monográfico final

311

314+312+311

313

314+312+311

**

**: Aprobadas todas las asignaturas del Ciclo Superior.



Ministerio de Educación y Justicia

2. ESPECIALIDAD: COMUNICACION PUBLICITARIA:

Ciclo Básico:

1er. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

111 Publicidad
112 Comportamiento del consumidor
113 Marketing general
115 Creatividad I

2do. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

121 Management de la Publicidad
125 Semiología
123 Desarrollo de nuevos productos
126 Promoción y Propaganda.

111
111+112
111+113
111+112

2do. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

215 Planificación y medios
216 Creatividad II
213 Técnicas cuantitativas
214 Marketing de Servicios e Internacional

121
115+125

113

2do. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

221 Estrategias comerciales
225 Comunicaciones y Relaciones Públicas
223 Investigación de mercados
224 Derecho aplicado
236 Desarrollo de una campaña publicitaria

215+213+214
126
213+214

*

*: Aprobadas todas las asignaturas del Ciclo Básico.



Ministerio de Educación y Justicia

Ciclo Superior:

1er. año:

1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

217 Ética y deontología profesional I

331 Seminario de Comunicación Publicitaria

#

#: Para poder rendir examen final de esta asignatura deben tenerse aprobadas todas las asignaturas del Ciclo Básico.

2do. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar:

Asignatura
Correlativa

226 Ética y deontología profesional II

217

332 Seminario de Comunicación Publicitaria

331

V- ORGANIZACIÓN ACADÉMICA

1.- Régimen de asistencia:

- a.- En todas las asignaturas se aplicará el régimen determinado por el Decreto 4205/57 y modificaciones, con las excepciones indicadas a continuación.
- b.- La asignatura 131 Informática aplicada, contará con un total de 30 horas de clase, a cursarse, a opción del alumno, en el 1er. cuatrimestre, o en el 2do. cuatrimestre, o período de verano. Se aplicará el régimen de asistencia determinado por el Decreto 4205/57 y modificaciones.
- c.- Las asignaturas 331 Desarrollo de una campaña comercial, 226 Desarrollo de una campaña publicitaria y 325 Trabajo Personalizado final son asignaturas prácticas de trabajo de campo e investigación, cuyo desarrollo lo realizará el estudiante fuera de la institución. Los horarios de clase semanales, consignados, se destinarán a entrega de temas, consulta y guiado del alumno. Solo será obligatorio la asistencia a las dos primeras clases y a las fechas de entrega de trabajos prácticos. Se dispondrá fechas de recuperación para los alumnos que hallan faltado a las clases obligatorias.
- d.- Las asignaturas 331 Seminario de Comunicación publicitaria I y 332 Seminario de Comunicación publicitaria II se dictarán sus horas de clase organizadas en tres horas semanales de clases teóricas (Obligatorias según el régimen de asistencia del Decreto 4205/57 y modificaciones), tres horas de clases prácticas (Obligatorias según el régimen de asistencia del Decreto 4205/57 y modifica-



Ministerio de Educación y Justicia

ciones) y cuatro horas semanales de consulta y supervisión del trabajo de campo de los alumnos de asistencia no obligatoria, salvo en las dos primeras clases y en las fechas de entrega de trabajos prácticos. Se dispondrá fechas de recuperación para los alumnos que hallan faltado a las clases obligatorias de consulta y supervisión.

2.- Régimen de correlatividades:

Cada asignatura exige para poder ser cursada y rendir su examen final la aprobación de otras, según lo indicado en el listado de correlatividades correspondientes y de acuerdo a las restricciones siguientes:

a) Relativas al cursado:

- Aprobado el cursado de sus asignaturas correlativas
- Vigencia de dicho cursado

b) Relativas a las condiciones para rendir su examen final:

- Aprobadas sus asignaturas correlativas
- Aprobado y vigente el cursado de la misma

3.- Régimen de inscripción:

Condiciones para el cursado de la asignatura:

a) Inscripción al 1er. cuatrimestre del 1er. año: cumplimentar las condiciones de ingreso de la carrera.

b) Inscripción a otros cuatrimestres:

b1) La inscripción se realizará por asignatura.

b2) En cada una deberá cumplirse el régimen de correlatividades.

b3) Será requisito para cursar una asignatura haber aprobado el cursado de sus asignaturas correlativas y que el mismo se encuentre vigente

4.- Requisitos para la aprobación del cursado de cada asignatura:

a) Asistencia: Cumplir con el régimen de asistencia

b) Trabajos prácticos: Se realizarán un mínimo de dos en cada asignatura. Deberán aprobarse todos ellos.

c) Exámenes parciales: Mínimo uno. Su forma se adecuará a la naturaleza de la asignatura.

d) Evaluación individual: el docente realizará una evaluación individual de cada alumno.

e) Recuperación: Los trabajos prácticos, parciales y evaluación individual, tendrán cada uno su recuperatorio para los casos en que no se aprueben.

f) Calificaciones: Se utilizará una escala numérica del cero a diez. Solo se indicarán números enteros.

g) Calificación mínima requerida para la aprobación: Cuatro.

h) Calificación final del cursado: Se sumarán los promedios



Ministerio de Educación y Justicia

obtenidos de los trabajos prácticos, parciales y evaluaciones individuales, se dividirá por tres. Si el número resultante posee decimales, se tomará el entero inferior si estos son menos de 50/100 y al entero superior si estos son 50/100 o mayores.

5.- Requisitos para la aprobación de una asignatura:

- a) Aprobar su cursado
- b) Aprobar su examen final de acuerdo al Reglamento Orgánico para los Institutos Nacionales de Profesorado Secundario (Decreto 4205/87 y sus modificaciones).

VI.- REQUERIMIENTOS MATERIALES DEL ENSAYO:

1.- Locales:

- Aulas: Para clases teóricas y prácticas de acuerdo a los reglamentos de sanidad y edificación vigentes.
- Laboratorio: Aula taller para práctica de computación.
- Sala de conferencias: superficie mínima 60 m².
- Sala de simulación: Destinada a prácticas de role-playing.
- Sala de estudio: Destinada a lectura, análisis y reflexión de textos.

2.- Mobiliario:

- Aulas: Asientos con pupitre, uno por alumno de acuerdo a la capacidad de cada aula. Pizarrones.
- Laboratorio: Mesas para computadores. Sillas para alumnos. Pizarra metálica esmaltada. (No podrá usarse tiza).
- Sala de conferencias:
 - Sillones para los asistentes (mínimo 80).
 - Pizarrones metálicos esmaltados.
 - Escritorio y Atril para el conferencista.
 - Mueble para soporte de aparatos de proyección.
- Sala de simulación:
 - Mesa de Directorio de un mínimo de 3 mts. de longitud.
 - Sillones para los alumnos.
 - Pizarrón.
- Sala de estudio:
 - Mesas de estudio.
 - Sillas.
 - Pizarrón.

3.- Material didáctico y tecnológico:

- Computadores: Mínimo 12 equipos de las siguientes características:
 - Memoria RAM: 256 KB
 - Disqueteras: 2
 - Capacidad: 360 KB c/u
 - Monitor: monocromo o color
 - Sistema Operativo: MS-DOS, XENIX o UNIX



Ministerio de Educación y Justicia

Lenguajes: Basic, Fortran, Cobol, Pascal, Lisp.

- Impresora: Minimo una
- Video: Videograbador NTSC/PALN VHS
Televisor Color NTSC/PALN
- Proyectores: Proyector de Diapositivas
Proyector Cinematográfico: Super 8 y pantalla
- Grabación: Dictáfono a cassette con control de velocidad variable y micrófono activo

VII.- CALENDARIO OPERATIVO DEL ENSAYO

7.1- Etapas principales del ensayo:

7.1.1- Etapa desarrollo:

- Periodo: Abril de 1987 a Abril de 1992
- Características: Experimentación del dictado de todas las asignaturas del plan
- Fechas indicativas:
 - Abril 1989: Iniciación del primer curso del ensayo.
 - Diciembre de 1989: Evaluación del desarrollo del primer curso del ensayo.
 - Abril de 1990: Iniciación del segundo curso del ensayo.
 - Diciembre de 1990: Evaluación del segundo curso del ensayo.
 - Abril de 1991: Iniciación del tercer curso del ensayo.
 - Diciembre de 1991: Evaluación del desarrollo del tercer curso del ensayo.
 - Abril de 1992: Inicio del cursado de los egresados de la primera etapa académica del ensayo a la de maestrías entrando en la Etapa de consolidación del ensayo.
 - Agosto de 1992: Evaluación del total de la primera etapa académica del ensayo.

7.2- Etapas de cumplimiento:

- Desde abril de 1989 en que se inicia hasta diciembre de 1991, para evaluar el desarrollo del plan.
- Desde abril de 1992 hasta diciembre de 1994 en que finaliza, para evaluar el desarrollo de la segunda etapa (Maestrías) del plan y evaluar el desempeño profesional de los egresados de la primera etapa. (Ver Anexo II)
- Hasta julio de 1995, para la evaluación final y reajustes si correspondiere.
- Segundo semestre de 1995, para presentación del plan definitivo de la segunda etapa.



Ministerio de Educación y Justicia

7.3- Indicaciones que se tomarán en cuenta para evaluar el cumplimiento del ensayo

7.3.1- Variable alumnos:

a. Indicadores cuantitativos

- . Número de alumnos al comenzar el curso
- . Número de asignaturas aprobadas por año
- . Número de egresados en relación con la inscripción y la promoción

b. Indicadores cualitativos

- . Aptitudes requeridas en las asignaturas troncales de la carrera
- . Aptitudes detectadas en las asignaturas troncales de la carrera
- . Rendimiento en las asignaturas específicas

7.3.2 Variable profesores:

- . Título de los profesores y auxiliares docentes
- . Aptitudes

7.3.3 Variable organización académica:

- . Estructura académica
- . Estructura operativa

7.3.4- Variable egresados:

- . Aptitudes requeridas
- . Aptitudes detectadas
- . Absorción del mercado laboral

VIII.- DISEÑO DEL ESQUEMA DE EVALUACIÓN DEL ENSAYO

8.1- Objetivos del ensayo: Los propuestos en el ítem II.

8.2- Procedimientos o medios: Derivados de la caracterización del egresado.

8.3- Indicadores: Los señalados en el punto 7.3.

8.4- Instrumentos para la recopilación de datos acerca de la marcha del ensayo con respecto a:

8.4.1- Los alumnos: entrevistas, encuestas y otros que surjan de reuniones de profesores.

8.4.2- Los docentes: actas de reuniones, encuestas, entrevistas con el Rector.

8.4.3- La comunidad: entrevistas a especialistas en el área y a empresarios de la zona.

8.4.4- Los egresados: fichas de desempeño en el campo laboral.



Ministerio de Educación y Justicia



IX.- PROGRAMACION DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL PLAN DE ESTUDIO.

111 ASIGNATURA: PUBLICIDAD

1.- Finalidad: Desarrollar en el alumno la comprensión de qué es la publicidad y cómo se ubica su actividad profesional dentro del proceso de comercialización, las comunicaciones y del contexto social e institucional.

2.- Contenidos mínimos:

- Concepto de Publicidad y Propaganda.
- Proceso de comunicación publicitaria.
- La estructura de la agencia de publicidad.
- La información en la Publicidad. El brief.
- Los medios y la publicidad. Estructuras. Características.
- Estrategia de medios.
- Estrategia creativa.
- Diseño y producción gráfica.
- Análisis del mensaje publicitario.

3.- Actividades: Análisis crítico de material audiovisual.

112 ASIGNATURA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1.- Finalidad: Comprender la importancia que tienen las técnicas psicológicas aplicadas a la publicidad y el marketing para influir y modificar las conductas del consumidor.

2.- Contenidos mínimos:

- El mercado, la sociedad, el individuo. La sociología. El marco teórico. Las definiciones.
- Rol, status, normas, valores. La conducta social.
- Variables sociológicas: los factores que inciden en la conducta social. Los motivos. Las actitudes.
- El componente psicológico: los factores de la conducta individual.
- Uniformidades y variaciones dentro de la sociedad. Los grupos.
- La estructura social. Los niveles socioeconómicos.
- Las pautas culturales. La conducta orientada por valores.
- Perfil: sexo, edad, clase socioeconómica. Rol familiar, rol social, nivel cultural.
- Clasificación del mercado. Los segmentos del mercado.
- El consumidor: necesidades reales y ficticias. La supervivencia, el placer, el prestigio.
- Las motivaciones del consumidor.
- Los consumidores, los consumidores potenciales. Qué consumen. Dónde. Cuando.
- Perfil psicográfico. Medición de actitudes. La investigación de mercado.



Ministerio de Educación y Justicia

113 ASIGNATURA: MARKETING GENERAL

1. Finalidad: Dar una adecuada definición y conceptualización de las técnicas de comercialización ajustando los conceptos producto, precio y promoción, refiriendo a la publicidad como variable coparticipante de la comunicación comercial, que responde a una estrategia integrada de la Empresa.

2.- Contenidos mínimos:

- El sistema comercial en acción. Definición de comercialización.
- Identificación de las variables controlables. Ecosistemas.
- Sistemas de comercialización. Variables ambientales y de decisión. Comportamiento del mercado.
- Clasificación de los Bienes
- Necesidades y deseos del consumidor
- Segmentación del mercado.
- Medición y predicción de la demanda.
- Investigación de mercados.
- Planeamiento estratégico.

3.- Actividades: Realización de una monografía donde el alumno desarrolle una campaña de marketing de un producto.

114 ASIGNATURA: SEMINARIO DE COMUNICACION GERENCIAL

1.- Finalidad: Conocer las bases de la comunicación interna y externa de las organizaciones para lograr un mejoramiento de las aptitudes en la organización del pensamiento y su comunicación escrita y oral. Desarrollar una metodología de estudio.

2. Contenidos mínimos:

- Análisis de textos
- Ordenamiento del pensamiento.
- Poder de síntesis.
- Terminología específica.
- Búsqueda e investigación.
- Dinamismo vs. factibilidad. Creatividad vs. realidad. Innovación vs. limitaciones.
- Esquemas de presentación.
- Elección del medio.
- Tipos de escrito.
- El archivo personal.
- Organización de la biblioteca.

3. Formas de evaluación: Promoción directa sin examen final.



Ministerio de Educación y Justicia

115 ASIGNATURA: CREATIVIDAD I

1.- Finalidad: Estimular la creatividad entendida como mensajes endocodificados y originales. Despertar una actitud crítica y recreadora que permita discernir cuando un resultado creativo cumple con los objetivos planteados en la comunicación.

2.- Contenidos mínimos:

- Creatividad pura y creatividad en función de Comunicación Social.
- El hecho creativo. Su expresión en publicidad.
- El equipo creativo. El objetivo publicitario. La creación y la propuesta.
- El proceso creativo. La propuesta. Aviso. Campaña. Publicidad institucional.
- Tratamiento creativo de mensajes para distintos medios.

3.- Actividades: El alumno desarrollará trabajos creativos donde desarrolle piezas publicitarias.

4.- Formas de evaluación: Se tendrá en cuenta la creatividad, originalidad y pertinencia de los resultados obtenidos en los trabajos creativos. Promoción directa sin examen final.

121 ASIGNATURA: MANAGEMENT DE LA PUBLICIDAD

1.- Finalidad: Realizar prácticas por parte del alumno a fin de aplicar las técnicas de la investigación a los hechos publicitarios. Que sepa comunicarse con los profesionales encargados de estas investigaciones y pueda realizar y evaluar los resultados.

2.- Contenidos mínimos:

- El departamento de publicidad.
- Utilización de la agencia de publicidad.
- La estrategia de marketing y el planeamiento publicitario.
- El contenido psicológico del mensaje publicitario.
- Métodos tradicionales para la fijación del presupuesto publicitario.
- Planificación de medios.
- Las funciones de la promoción de ventas y el planeamiento promocional.
- La marca.
- Los elementos de un aviso
- Estudio del acto de compra.
- La creación publicitaria.
- Realización de una campaña.
- Investigación de mercados.
- Sociología de la publicidad.



Ministerio de Educación y Justicia

122 ASIGNATURA: CASOS DE ANALISIS DE ORGANIZACIONES

1.- Finalidad: Conocer la estructura y funcionamiento de las organizaciones, con y sin fines de lucro.

2.- Contenidos mínimos:

- La administración.
- Teoría descriptiva del comportamiento de las organizaciones.
- La organización de la empresa.
- La organización formal.
- Departamentalización.
- Funciones.
- Técnicas de control gerencial.
- Sistemas de información gerencial.

123 ASIGNATURA: DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

1.- Finalidad: Que el alumno sepa diseñar y desarrollar la estrategia competitiva y de crecimiento de la empresa y la política de productos correspondiente. Que sepa aplicar la metodología adecuada para introducir nuevos productos.

2.- Contenidos mínimos:

- Alternativas de los mercados de alta rotación.
- Productos de consumo masivo. Productos industriales. Especialidades agrícolas.
- Servicios. Proceso de administración de ideas.
- Desarrollo comercial y tecnológico.
- Planificación del lanzamiento del producto.
- Empleo de las técnicas CPM y PERT.
- Sistematización de las pruebas de mercado.
- Control de productos en sus diversas etapas.
- Previsión de vida del producto. Discontinuidad.

3.- Actividades: El alumno efectuará un trabajo monográfico donde analice el desarrollo de un nuevo producto y su lanzamiento al mercado.

124 ASIGNATURA: ANALISIS DE NEGOCIACIONES

1.- Finalidad: Impartir los conceptos teóricos sobre los factores que influyen en la negociación y en el arte de superar conflictos reforzando mediante el análisis de casos las aptitudes para la negociación.

2.- Contenidos mínimos:

- Conflicto y negociaciones.
- Identificación de las fuentes del conflicto.
- El poder, el tiempo y la información.



Ministerio de Educación y Justicia

- Enfoque de la negociación y su análisis
- Preparación de una negociación.
- Supuestos y necesidades.

3. Actividades: Prácticas de simulación de situaciones.

4.- Evaluación: Directa sin examen final.

125 ASIGNATURA: SEMIOLOGÍA

1.- Finalidad: Impartir los fundamentos de la semiología y del análisis del mensaje publicitario.

2.- Contenidos mínimos:

- Semiótica y semiología.
- La comunicación. Distintos enfoques.
- El signo de Peirce. División de los signos. Icono, índice y símbolo. Polisemia.
- Análisis de la imagen.
- Distintos tipos de discurso.
- Retórica de la imagen.
- Análisis de la imagen publicitaria.

3. Actividades: Análisis crítico de material audiovisual.

4.- Formas de evaluación: Se evaluará la agudeza y profundidad del alumno al analizar piezas publicitarias presentadas en forma audiovisual.

126 ASIGNATURA: PROMOCIÓN Y PROPAGANDA

1.- Finalidad: Impartir los conocimientos teóricos y prácticos de las políticas de promoción, acción de prensa, desarrollo de marcas y logos, puntos de venta, stands y exposiciones. Manejar y conocer los fundamentos de la propaganda y su acción sobre la opinión pública y aplicaciones a la acción política.

2. Contenidos mínimos:

- Principios y técnicas de la acción de ventas.
- La comunicación comercial y el rol de la promoción de ventas.
- Sistemas y canales de distribución.
- La imagen de "marca". Los conceptos y mecanismos de logro. La acción institucional.
- Ofertas especiales, combinadas, etc. Descuentos promocionales. Incentivos.
- Stands y exposiciones.
- El punto de venta.
- Técnicas de promoción no tradicionales.
- Conceptos y teorías contemporáneas sobre la propaganda.
- Bases del mensaje de la propaganda y su relación con la sociedad.



Ministerio de Educación y Justicia

- Distintas formas de propaganda.
- Acción de la propaganda sobre la opinión pública.
- Campos de acción de la propaganda.
- La propaganda política.

131 ASIGNATURA: INFORMATICA APLICADA

1.- Finalidad: Capacitar al alumno para que incorpore al computador como herramienta de trabajo profesional.

2.- Contenidos mínimos:

- Computadores y programas.
- Sistemas operativos.
- Proceso de la palabra
- Planillas de cálculo
- Base de datos
- Aplicaciones

3.- Actividades: El dictado de esta asignatura se realizará en laboratorio de computación, disponiéndose de computadores para uso de los alumnos.

4.- Forma de evaluación: Por promoción directa. Se tendrá en cuenta el grado de conocimientos y la habilidad del alumno en el uso del computador en los programas ejemplificados en el curso.

211 ASIGNATURA: CANALES Y LOGISTICA DE LA DISTRIBUCION

1.- Finalidad: Conocer los sistemas de distribución, la metodología de control y los aspectos logísticos. Saber determinar los canales de distribución más adecuados estratégica y económicamente, además saber administrar los mismos.

2.- Contenidos mínimos:

- Sistemas por los cuales el producto pasa del fabricante al usuario.
- Elección de canales.
- Teoría de la localización. Influencia en la elección y su estructura de canales de distribución.
- Administración estratégica de los canales de distribución.
- Distribución directa. Organización de la fuerza de ventas para productos de consumo masivo.
- Canales mayoristas y minoristas.
- Movimientos espaciales y temporales. Matriz de compras.



Ministerio de Educación y Justicia

212 ASIGNATURA: ANALISIS CONTABLE Y DE COSTOS I

1.- Finalidad: Brindar al alumno el conocimiento y práctica de los principios que rigen la formación de los estados contables.

2.- Contenidos mínimos:

- Fundamentos contables.
- Variaciones patrimoniales.
- Información contable para la gerencia.
- Sociedades.

213 ASIGNATURA: TECNICAS CUANTITATIVAS

1.- Finalidad: Conocer y practicar las herramientas matemáticas aplicadas al campo de estudio de las ciencias empresariales y económicas.

2.- Contenidos mínimos:

- Intervalos, Estructura, Límites, Continuidad.
- Derivadas.
- Aplicaciones de las Derivadas.
- Primitivas, Integración.
- Integración definida.
- Conceptos de Probabilidad.
- Conceptos de Estadística.
- Aplicaciones.

214 ASIGNATURA: MARKETING DE SERVICIOS E INTERNACIONAL

1.- Finalidad: Capacitar al alumno en el conocimiento del sector servicios y las características peculiares de su comercialización. Capacitar en las características de los negocios internacionales.

2.- Contenidos mínimos:

- Definición y ámbito de servicios. Diferencias con productos tangibles.
- Características y clasificación de los servicios.
- Implicaciones y problemática de los servicios.
- Las variables controlables en servicios: el producto.
- Las variables controlables en servicios: el precio.
- Las variables controlables en servicios: la distribución.
- Las variables controlables en servicios: la promoción.
- La importancia de la imagen en la empresa de servicios.
- Marketing de organizaciones comerciales de servicios.
- Marketing de servicios profesionales/personales.
- Marketing de servicios públicos y organizaciones sin fines de lucro.



Ministerio de Educación y Justicia

- Marketing de servicios financieros.
- Marketing de Seguros.
- Marketing de Servicios Turísticos.
- Marketing de Servicios en Informática.
- Marketing de Servicios de Salud.
- Los negocios internacionales.
- La importación y la exportación.
- El marketing internacional.
- Regulaciones de los negocios internacionales.
- Los regímenes de promoción.

215 ASIGNATURA: PLANIFICACIÓN Y MEDIOS

1.- Finalidad: Recapitular los conceptos de las diversas asignaturas en los fines del objetivo concreto de la planificación publicitaria. Análisis de casos. Capacitar en las características de los diferentes medios a disposición del publicista y la medición de su eficacia selectiva por objetivos.

2.- Contenidos mínimos:

- Planificación.
- Investigación del producto y del mercado.
- Objetivos de la campaña.
- Definición del público argentino.
- Elaboración de la estrategia de la campaña.
- Determinación del presupuesto.
- Planificación de medios.
- El planificador de medios.
- El comprador de medios.
- Evaluación de resultados.
- Análisis general de los medios. Características, opciones, medición de eficacia.
- La elección del medio.
- Precio.
- Audiencia.
- Características.
- La toma de decisión.
- El departamento de ventas.
- Televisión pública y por cable.
- Periódicos.
- Revistas.
- Carteles, murales y vallas.
- Radio.
- Cine.
- Correo directo.
- Patrocinio.
- Medios marginales.
- Puntos de venta.
- Stands y exposiciones.



Ministerio de Educación y Justicia



216 ASIGNATURA: CREATIVIDAD II

1.- Finalidad: Completar el conocimiento de los métodos que sirvan como potencial creativo al trabajo publicitario, teniendo criterios racionales y especificando la ubicación y el rol de la publicidad en la sociedad moderna. Conocer y experimentar reglas mínimas acerca de un buen o mal aviso, de una "buena" o "mala" campaña.

2.- Contenidos mínimos:

- La publicidad en la sociedad actual. Contenido de los mensajes. Inferencia del mensaje. Sublimación en el mensaje publicitario.
- Actividad real del creativo. Bagaje necesario de conocimientos.
- Publicidad y arte.
- Criterios para juzgar el aviso y el mensaje.
- Las estrategias de marketing publicitario.
- El marketing estratégico desde el punto de vista publicitario.
- Evaluación de campañas.

3.- Actividades: Análisis de material audiovisual. Desarrollo de un conjunto completo de piezas publicitarias componentes de una campaña.

4. Evaluación: Directa sin examen final.

217 ASIGNATURA: ETICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL I

1.- Finalidad: Que el alumno desarrolle actitudes que permitan el desenvolvimiento armónico de la persona y su integración a la comunidad. Que aprenda a plantearse problemas y a decidir con el máximo de personalización, responsabilidad y libertad personal posibles. Que haga uso responsable de su libertad. Que desarrolle su autonomía moral. Que asuma su compromiso social y político como profesional.

2.- Contenidos mínimos:

- Etica personal.
- Actitudes éticas.
- Razonamiento moral.
- Problemas éticos en cuanto a la persona.
- Etica de la convivencia.
- Etica de las relaciones interpersonales.
- Etica de los grupos sociales y políticos.
- Criterios básicos de la ética social.
- Perspectivas éticas de la política.
- Economía ética.
- Etica del conflicto social.
- Deontología.
- La ética profesional.
- Ciencia, tecnología y sociedad.
- Ciencia empresarial y sociedad.



Ministerio de Educación y Justicia

- La condición humana.
- Ciencia, tecnología y humanismo.
- Tendencias y prognosis de la sociedad contemporánea.
- La sociedad democrática.
- Principios éticos que emanan de la Constitución nacional y de las leyes que reglamentan su ejercicio.

221 ASIGNATURA: ESTRATEGIAS COMERCIALES

1.- Finalidad: Desarrollar un manejo global de la comercialización a partir del estudio de su táctica y estrategia.

2.- Contenidos mínimos:

- Demanda: imágenes, deseo, espejo, dinámica.
- Mercados: segmentación tradicional. Segmentación vincular y simbólica.
- Negocio: Estrategia simbólica. Diferenciación competitiva.
- Marketing estratégico. La ciencia simbólica. Decisión y cultura estratégica. Marketing y economía global.
- Modelos de Decisión. Enfoques conductista, psicográfico, sociológico, psicoanalítico y estructuralista.
- Lo simbólico artificial y natural. Las relaciones sujeto-objeto. Conclusiones.
- El fenómeno del consumo. Ejemplos. Topología del consumo. Consumo y deseo.
- El inconsciente. Identificación imaginaria. Espacios topológicos del sujeto.

222 ASIGNATURA: ANALISIS CONTABLE Y DE COSTOS II

1.- Finalidad: Conocer las técnicas para determinación de costos en empresas industriales y de servicios. Dotar al alumno de los conocimientos doctrinarios en que se apoya la tributación. Proveerle de conocimientos en el campo de los impuestos para su manejo en forma práctica.

2.- Contenidos mínimos:

- Enfoque temporal-financiero de la estructura patrimonial.
- Valuación, exposición del patrimonio, medición de resultados en función de las normas y principios generalmente aceptados.
- Introducción a la teoría de costos.
Los elementos del costo: materias primas y materiales.
- Elementos inmateriales.
- Mano de obra.
- Amortizaciones.
- Gastos de fabricación y administración. Imputaciones.
- Departamentalización.
- Gastos de comercialización.
- Gastos variables y fijos.
- Costos unitarios.



Ministerio de Educación y Justicia

- Métodos de control de precios.
- Costo económico. Concepto. Definición.
- Costo en función de los fines y del objetivo que persiguen.
- Costo controlable y costo económico.
- Distintos tipos de costos.
- Utilización de los costos como factor en la toma de decisiones.
- El sistema tributario.
- Análisis de los distintos tipos de impuestos.
- Estudio y ejercitación sobre la aplicación de distintos impuestos, gravámenes, tasas y contribuciones.

223 ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1.- Finalidad: Conocer las metodologías de abordaje a los mercados, su composición y motivación. Desarrollar criterios de análisis e investigación cualitativos y cuantitativos.

2.- Contenidos mínimos:

- Introducción al concepto de Investigación de Mercados.
- Definiciones.
- El método científico en la Investigación de Mercados.
- Tipos de investigación. Muestra: conceptos básicos.
- Método de encuestas: definición y características.
- Tipos de encuestas. Ventajas y desventajas de cada uno.
- Questionarios.
- Recopilación de datos.
- Interpretación de resultados.
- Análisis en función de los objetivos de la empresa.
- Conclusiones. Recomendaciones.
- Confeción del informe final. Presentación de los resultados.
- Investigación motivacional. Aportes de la psicología profunda para el conocimiento del consumidor.
- Muestra.
- Análisis de datos.
- Investigación de producto.
- Mercados de prueba.
- Investigación publicitaria.
- Investigación del precio.
- Investigación sistemática.

3.- Actividades: Los alumnos desarrollarán un trabajo de campo. Realizarán una investigación sobre un producto, servicio, u objetivo impuesto por el profesor a cargo, en el entorno real de dicho objetivo.

224 ASIGNATURA: DERECHO AFILIADO

1.- Finalidad: Brindar los conocimientos fundamentales del derecho y sus ramas en general y el análisis específico de las Áreas Civil, Comercial y Laboral.



Ministerio de Educación y Justicia

2. Contenidos mínimos:

- El Derecho.
- La norma.
- El Estado y sus funciones.
- El orden jurídico.
- El Derecho Público.
- El derecho tributario.
- El Derecho Privado.
- Derecho Civil. Código Civil.
- Partes. Obligaciones. Contratos.
- Asociaciones y Fundaciones.
- Derechos Reales.
- Derecho Comercial. Código de Comercio.
- Comerciante y acto de comercio.
- Unificación de las obligaciones civiles y comerciales.
- El comercio internacional.
- Sociedades comerciales.
- Derechos de la Empresa.
- Reorganización de Empresas.
- El Derecho Concursal. Concursos y quiebras.
- Contratos Comerciales y papeles de comercio.
- Los títulos circulatorios. Cesión, endoso, acciones. Nuevas formas contractuales. Leasing. Factoring. Managing.
- Locación. Honorarios.
- Derecho Laboral. Individual. Colectivo.
- Registros Públicos.
- Propiedad intelectual e industrial.
- El derecho práctico. Funciones del Abogado en la Empresa.
- Accesorias y consultorías.

3.- Actividades: Los alumnos desarrollarán como mínimo tres trabajos prácticos que versarán sobre: Redacción de contratos y convenios, Estatutos Sociales, y Aspectos legales de la negociación.

225 ASIGNATURA: COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

1.- Finalidad: Estudiar las políticas de promoción de las relaciones públicas e institucionales en las organizaciones y establecer su importancia.

2.- Contenidos mínimos:

- La comunicación humana y social.
- Modelos y procesos de comunicación.
- Relación entre comunicación y organización.
- Públicos de la comunicación organizacional.
- Redes internas y externas de comunicación.
- Aspectos psicológicos de la relación entre el individuo y la organización.
- Tipos de estructuras y su correspondencia con la comunicación social.
- Las relaciones públicas.
- Planificación y estrategia.



Ministerio de Educación y Justicia



226 ASIGNATURA: ETICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL II

1.- Finalidad: Consolidar los conocimientos adquiridos en la asignatura Etica y deontología profesional I, y aplicarlos a su campo específico.

2.- Contenidos mínimos:

- Etica y deontología aplicada.
El rol profesional, docente y técnico.
- La integración y participación en la sociedad profesional.
- Etica y deontología aplicada al proceso de integración social.
Etica y deontología aplicada al proceso de logro de empleo.
- Etica y deontología aplicada al proceso de iniciar un nuevo emprendimiento.
- Etica y deontología aplicada al proceso de dirección y coordinación.
- Etica y deontología aplicada al ejercicio profesional.
- Etica y deontología aplicada a las relaciones comitente - profesional.
- Etica y deontología aplicada a la retribución del trabajo profesional.

231 ASIGNATURA: DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA COMERCIAL

1.- Finalidad: Ejercitar al cursante en el desarrollo práctico de una campaña comercial.

2.- Contenidos mínimos:

- Desarrollo de una Campaña Comercial.

3.- Actividades:

- Trabajo de seminario consistente en el desarrollo completo de una campaña comercial en todas las fases.
- Los niveles de presentación y corrección serán los standards del mercado.
- Se prestará especial atención a la crítica intergrupar de los resultados y el análisis desde el punto de vista del marketing y las opiniones subjetivas particulares.

4.- Régimen de Promoción: directa sin examen final.

232 ASIGNATURA: DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA

1.- Finalidad: Ejercitar al cursante en el desarrollo práctico de una campaña publicitaria.



Ministerio de Educación y Justicia

2.- Contenidos mínimos:

- Desarrollo de una Campaña Publicitaria.

3.- Actividades:

- Trabajo de seminario consistente en el desarrollo completo de una campaña publicitaria en todas las fases.
- Los niveles de presentación y corrección serán los standards del mercado.
- Se prestará especial atención a la crítica intergrupar de los resultados y el análisis desde el punto de vista del marketing, la estética, la producción y las opiniones subjetivas particulares.

4.- Régimen de Promoción: directa sin examen final.

311 ASIGNATURA: ANALISIS Y POLITICA ECONOMICA I

1.- Finalidad: Capacitar al alumno en la ciencia económica profundizando el conocimiento de la microeconomía con el objetivo de que logre realizar el análisis del entorno económico con miras a una eficiente toma de decisiones.

2. Contenidos mínimos:

- Introducción a la teoría económica y a los problemas económicos.
- La demanda, la oferta y el mercado.
- La curva de demanda: ajustes a las variaciones de los precios y la venta.
- La empresa: los costos, la producción.
- La estructura del mercado y los mercados competitivos.
- Monopolio y la competencia imperfecta.
- El oligopolio y la competencia monopolista.
- El interés público, entorno y regulación.
- Los mercados de factores y la demanda derivada: el trabajo.
- El capital humano, la discriminación y los sindicatos.
- El capital y la tierra.
- El Estado y la asignación de recursos.
- La economía urbana y los problemas de las ciudades.
- La incertidumbre en la vida económica.
- Equilibrio general y economía del bienestar.

312 ASIGNATURA: ADMINISTRACION FINANCIERA

1. Finalidad: Introducir los conceptos básicos del análisis económico. Demostrar la necesidad de asignar de la manera más ventajosa los recursos materiales, financieros y humanos. Dar los principios generales de la administración financiera como uno de los pilares de la administración moderna de las empresas.



Ministerio de Educación y Justicia



2.- Contenidos mínimos:

- El sistema de información financiero.
- Información periódica sobre ingresos y egresos.
- Cartera de inversiones con riesgos.
- Política de financiación y distribución de dividendos.
- Financiación a largo plazo.
- Administración del activo corriente.
- Índices financieros.
- Estados de orígenes y aplicación de fondos.
- Análisis financieros.
- Economía empresarial.
- Evaluación de proyectos de inversión.

313 ASIGNATURA: ADMINISTRACION GENERAL

1.- Finalidad: Capacitar en la aplicación de la ciencia de la administración en la dirección.

2.- Contenidos mínimos:

- Fundamentos de la Administración Científica
- Principios Generales de la Administración
- Previsión, organización, mando, coordinación y control
- Planeamiento y control
- Auditoría operativa
- El Control de Sistemas Administrativos
- La dirección de empresas.

314 ASIGNATURA: ORGANIZACION DE LA PRODUCCION

1.- Finalidad: Capacitar en los métodos y estructuras productivas contemporáneas. Capacitar en la coordinación, evaluación y control de sistemas productivos.

2.- Contenidos mínimos:

- Los sistemas productivos.
- Análisis de diversas estructuras productivas de bienes y servicios.
- La planificación de la producción.
- Factores principales que intervienen en el proceso productivo.
- El control de calidad.
- Los costos de producción.
- Diseño y organización de la producción.

321 ASIGNATURA: ANALISIS Y POLITICA ECONOMICA II

1.- Finalidad: Estudiar las leyes de la economía que rigen las actividades de grandes grupos y que se expresan mediante agregados económicos como el empleo, la renta y el consumo. Complementar la formación impartida, para un correcto análisis del entorno y pronóstico económica.



Ministerio de Educación y Justicia

2.- Contenidos mínimos:

- Los agregados económicos.
- El ahorro y la inversión. El consumo. Teoría del equilibrio.
- El ingreso nacional. Producto bruto y neto.
- Contabilidad e ingreso nacional.
- El ingreso. Problemas y políticas de fluctuación del ingreso.
- La inflación.
- La experiencia argentina.
- Distintos modelos de crecimiento y desarrollo.
- La política económica.

322 ASIGNATURA: PLANIFICACION Y ESTRATEGIA

1.- Finalidad: Estudiar las formas y métodos de proponer decisiones óptimas de inversión y financiación de la Empresa.

2.- Contenidos mínimos:

- La inversión en la Empresa. Métodos y valuación aproximados. Selección de inversiones y su control. Camino crítico.
- Criterios de valor capital. Estimación de componentes de uso en el capital. La tasa de actualización.
- La tasa interna de retorno. El valor actual bruto y neto.
- El efecto de la inflación y los impuestos sobre la rentabilidad del capital.
- Teoría del riesgo. Análisis de sensibilidad.
- El comportamiento alcatorio en los flujos de caja.
- La planificación de corto y largo plazo.
- Políticas y estrategias de dirección.
- Política y estrategia empresarial.

323 ASIGNATURA: COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

1.- Finalidad: Capacitar al alumno en el porqué del comportamiento humano dentro de las organizaciones y en la toma de acciones tendientes a mejorar los procesos dentro de las mismas.

2.- Contenidos mínimos:

- La organización formal.
- Dinámica de la personalidad y la motivación. Actitudes.
- Dinámica grupal.
- Los procesos: Comunicación. Decisión. Status y rol. Influencia. Autoridad y poder. Liderazgo.
- Procesos tecnológicos.
- Cambios en la organización.
- Modificación de la organización.
- Burocracia. Desarrollo de la administración.
- Teoría de la organización y las ciencias del comportamiento.
- Problemas de organización. Metodológicos y éticos.
- Gobierno de la organización.



Ministerio de Educación y Justicia

- Planificación de recursos humanos.
- Medición y evaluación.
- Niveles y compensaciones. Responsabilidades.
- Entrenamiento de personal.
- Desarrollo de una carrera en la organización.
- Sistemas de información.
- Promoción de la iniciativa individual.
- Productividad.
- La búsqueda de la excelencia.
- La búsqueda de la calidad.

324 ASIGNATURA: EMPRENDIMIENTO DE NUEVOS NEGOCIOS

1.- Finalidad: Capacitar en el conocimiento de como evaluar, proyectar y realizar el emprendimiento de nuevos negocios dentro de organizaciones existentes o a través de la creación de nuevas empresas.

2.- Contenidos mínimos:

- La economía empresarial innovadora.
- Evaluación del riesgo, cambio e incertidumbre.
- La práctica de la innovación.
- La práctica del empresariado innovador.
- Las estrategias del empresariado innovador.
- El empresario dentro de la empresa.
- La formación del empresario emprendedor dentro de la empresa.
- La formación del ambiente empresarial interno a la empresa.

330 ASIGNATURA: TRABAJO MONOGRAFICO FINAL

1.- Finalidad: Recapitular los conceptos adquiridos en la carrera y ejercitar su aplicación en un desarrollo concreto.

2.- Contenidos mínimos:

- Desarrollo de un trabajo de campo, sobre la planificación y estrategia a seguir por un director de empresa en una situación simulada o al emprender un nuevo negocio en el entorno real vigente.

3.- Actividades: El alumno deberá investigar el contexto real, estudiar el tema asignado por el profesor en profundidad y desarrollar un plan de acción completo.

4.- Formas de evaluación: Se evaluará la profundidad de los estudios realizados, la originalidad de los planteos y si la calidad de la presentación es acorde con el nivel de exigencia requerido en una empresa real.

5.- Evaluación: Directa sin examen final.



Ministerio de Educación y Justicia

ANEXO II

1.- IDENTIFICACION DEL PROYECTO DE ENDAVO .

1.1 Denominación:

FORMACION DE DIRIGENTES DE ECONOMIA Y EMPRESAS

SEGUNDA ETAPA:

1.2 Nivel:

Terciario.

1.3 Modalidad:

Técnica.

1.4 Especialidades:

A.- Dirección de Empresas.

B.- Política Económica.

1.5 Duración del plan de estudios:

Dos años más un trabajo de Tesis de duración variable, estimado en un año más.

1.6 Títulos que otorga:

1.6.1 Especialidad: Dirección de Empresas:

Master en Economía y Empresas

Especialidad: Dirección de Empresas.

1.6.2 Especialidad: Política Económica

Master en Economía y Empresas

Especialidad: Política Económica.

1.8 Condiciones de ingreso

El aspirante deberá cumplimentar las siguientes condiciones:

a. Nivel Terciario Universitario o Nivel Terciario No Universitario completo.

b. Los alumnos extranjeros, deberán acreditar haber completado un nivel de estudios equivalente al nivel terciario de nuestro país.

c.- Aprobar el examen de ingreso.



Ministerio de Educación y Justicia

II. ESTRUCTURACION DEL PROYECTO DE ENSAYO

A.- MAESTRIA EN ECONOMIA Y EMPRESAS. ORIENTACION: DIRECCION DE EMPRESAS

1. Caracterización del egresado:

El Master en Economía y Empresas. Especialidad: Dirección de Empresas, es un profesional del nivel que acredita su título terciario previo al ingreso a la maestría, capaz de:

Aplicar a sus áreas de incumbencia, delimitadas por su título terciario previo al ingreso, los conocimientos, técnicas y habilidades emergentes de la ciencia de la Dirección de Empresas.

2. Areas especializadas:

El Master en Economía y Empresas, especializado en Dirección de Empresas, dentro del campo delimitado por las incumbencias de su título terciario previo a su ingreso a la maestría, estará capacitado para:

- Mantener la rentabilidad como factor concreto para la toma de decisiones.
- Utilizar la negociación como elemento decisivo en la resolución de conflictos.
- Formular y evaluar proyectos.
- Diseñar y ejecutar análisis e investigaciones de mercados.
- Realizar análisis de coyuntura.
- Analizar el contexto externo e interno de las empresas, en situaciones de cambio, riesgo e incertidumbre, para una correcta toma de decisiones.
- Analizar y establecer políticas competitivas basadas en la comercialización estratégica.
- Controlar la formulación, evaluación, implementación y control de comunicaciones publicitarias.
- Formular e implementar estrategias de marketing y management en empresas importadoras o exportadoras, de bienes o servicios.
- Planificar, ejecutar y evaluar campañas de comercialización de bienes o servicios.
- Administrar organizaciones públicas o privadas, con o sin fines de lucro.
- Analizar y coordinar la administración financiera y la operación en Mercados de Capital.
- Organizar, planificar y manejar recursos humanos, su capacitación, desarrollo y acción.
- Coordinar, evaluar y controlar el diseño, implementación y funcionamiento de sistemas de información en organizaciones.
- Analizar, coordinar, evaluar y controlar el diseño, implementación, y funcionamiento de sistemas productivos en las organizaciones.



Ministerio de Educación y Justicia

- Proyectar, seleccionar e implementar políticas, tácticas y estrategias organizacionales.
- Empezar nuevas empresas.
- Liderar y dirigir organizaciones.
- Actuar como asesor, consultor, analista o experto en casos relacionados con la dirección y coordinación de organizaciones públicas o privadas, con o sin fines de lucro.

2.- Competencia del Título:

La carrera de Maestría en Economía y Empresas es académica, no correspondiendo, por tanto, fijarle incumbencias profesionales.

3. Objetivos terminales del plan de estudio:

- Ofrecer, mediante un proceso de enseñanza-aprendizaje que privilegie el método científico inductivo, el instrumental y el marco analítico-teórico capaz de generar las aptitudes y habilidades necesarias en la formación de dirigentes.
- Brindar un entrenamiento sólido para la permanente toma de decisiones en casuística y en condiciones de incertidumbre características de las organizaciones modernas, públicas y privadas.
- Proveer una formación que inculque la capacidad de construir dentro del marco organizacional de una sociedad pluralista, con el sentido ético del nuevo humanismo.
- Incentivar la creatividad y la innovación como uno de los caminos para liberar las energías creadoras y multiplicadoras de nuevas ideas para el progreso social.
- Lograr conocimientos teórico-prácticos para favorecer habilidades que lleven a un eficaz desempeño como experto o como empresario en la especialidad elegida.

B.- MAESTRIA EN ECONOMIA Y EMPRESAS.
ORIENTACION: POLITICA ECONOMICA

1. Caracterización del congresado:

El Maestr en Economía y Empresas. Especialidad: Política Económica, es un profesional del nivel que acredita su título terciario previo al ingreso a la maestría, capaz de:

Aplicar a sus áreas de incumbencia, delimitadas por su título terciario previo al ingreso, los conocimientos, técnicas y habilidades emergentes de la Ciencia de la Dirección y de la Política Económica.



Ministerio de Educación y Justicia

a) Tareas específicas:

El Master en Economía y Empresas, especializado en Política Económica, dentro del campo delimitado por las incumbencias de su título terciario previo a su ingreso a la maestría, estará capacitado para:

- Manejar la contabilidad y las finanzas públicas como factor concreto para la toma de decisiones.
- Utilizar la negociación como elemento decisivo en la resolución de conflictos.
- Formular y evaluar proyectos económicos.
- Analizar la problemática del mundo contemporáneo y aplicar las conclusiones, como elemento sustancial en la toma de decisiones.
- Realizar análisis de coyuntura.
- Participar de la gestión gubernamental.
- Diseñar y dirigir políticas económicas.
- Diseñar, implementar, coordinar y evaluar políticas de crecimiento y desarrollo económico.
- Realizar la planificación económica para el corto y largo plazo.
- Analizar, establecer y evaluar políticas monetarias, crediticias y fiscales.
- Analizar, diseñar, implementar y evaluar políticas económicas sectoriales.
- Asesorar o actuar como consultor en el área de política económica en organizaciones públicas o privadas.

2.- Competencia del Título:

La carrera de Maestría en Economía y Empresas es académica, no correspondiendo, por tanto, fijarle incumbencias profesionales.

3. Objetivos terminales del plan de estudios:

Ofrecer, mediante un proceso de enseñanza-aprendizaje que privilegie el método científico inductivo, el instrumental y el marco analítico-teórico capaz de generar las aptitudes y habilidades necesarias en la formación de dirigentes.

- Brindar un entrenamiento sólido para la permanente toma de decisiones en casuística y en condiciones de incertidumbre características de las organizaciones modernas, públicas y privadas.
- Proveer una formación que inculque la capacidad de construir dentro del marco organizacional de una sociedad pluralista, con el sentido ético del nuevo humanismo.
- Incentivar la creatividad y la innovación como uno de los caminos para liberar las energías creadoras y multiplicadoras de nuevas ideas para el progreso social.



Ministerio de Educación y Justicia

- Lograr conocimientos teórico-prácticos para favorecer habilidades que lleven a un eficaz desempeño como experto o como empresario en la especialidad elegida.

III. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS Y ASIGNACIONES HORARIAS:

1.- ORGANIZACIÓN DEL CALENDARIO ACADÉMICO:

1.1- Organización del dictado de las asignaturas: Cuatrimestral.

1.2- Oportunidad del cursado de las asignaturas: Las asignaturas serán dictadas de acuerdo a la organización secuencial del plan de estudios. Dentro del mismo año lectivo y respetando las restricciones impuestas por el régimen de correlatividades, se podrá ofrecer al alumno la posibilidad de cursar las mismas en el primero o segundo cuatrimestre indistintamente.

2.- ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS, ASIGNACIONES HORARIAS

A.- MAESTRIA EN ECONOMIA Y EMPRESAS Especialidad: Dirección de Empresas

Primer año de la Maestría:

1er. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-111 Economía general	2 Horas
M-113 Investigación, aprendizaje y comunicación.	2 Horas
M-114 Métodos cuantitativos.	2 Horas
M-116 Contabilidad gerencial.	2 Horas
M-117 Administración.	4 Horas
Total	12 Horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-121 Teoría y política macroeconómica I	2 Horas
M-123 Análisis de negociaciones y resolución de conflictos.	2 Horas
M-125 Formulación y evaluación de proyectos.	2 Horas
M-126 Finanzas.	2 Horas
M-127 Marketing estratégico.	4 Horas
M-131 Computación aplicada.	2 Horas
Total	14 Horas



Ministerio de Educación y Justicia

Segundo año de la Maestría:

1er. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-216 Investigación de mercados y su análisis.	2 Horas
M-217 Sistemas de información gerencial	2 Horas
M-218 Management de la Producción	2 Horas
M-219 Management de la Promoción	2 Horas
M-220 Negocios internacionales	2 Horas
M-240 Ética y deontología profesional I	2 horas
Total	12 Horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-223 Análisis de coyuntura	2 Horas
M-224 Seminario de casos de Derecho aplicado.	2 Horas
M-227 Dirección de recursos humanos	2 Horas
M-228 Las Organizaciones y su dirección en acción.	2 Horas
M-229 Estrategias competitivas.	2 Horas
M-241 Ética y deontología profesional II	2 Horas
Total	12 Horas

Tercer año de la Maestría:

M-300 Tesis

B.- MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y EMPRESAS
Especialidad: Política Económica

Primer año de la Maestría:

1er. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-111 Economía general	4 Horas
M-112 Gobierno	2 Horas
M-113 Investigación, aprendizaje y comunicación.	2 Horas
M-114 Métodos cuantitativos.	2 Horas
M-115 Problemática del mundo contemporáneo.	2 Horas
Total	12 Horas



Ministerio de Educación y Justicia

2do. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-121 Teoría y política macroeconómica I	4 Horas
M-122 Contabilidad y finanzas públicas.	2 Horas
M-123 Análisis de negociaciones y resolución de conflictos.	2 Horas
M-124 Gestión gubernamental.	2 Horas
M-125 Formulación y evaluación de proyectos.	2 Horas
M-131 Computación aplicada	2 Horas
Total	14 Horas

Segundo año de la Maestría:

1er. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-211 Teoría y política macroeconómica II	2 Horas
M-212 Desarrollo económico.	2 Horas
M-213 Política económica I	2 Horas
M-214 Estructura económica mundial y Argentina	2 Horas
M-215 Políticas económicas sectoriales I	2 Horas
M-240 Ética y deontología profesional I	2 Horas
Total	12 Horas

2do. cuatrimestre:

Asignatura	Asignación horaria
M-221 Política monetaria y fiscal	2 Horas
M-222 Política económica II	2 Horas
M-223 Análisis de coyuntura.	2 Horas
M-224 Políticas económicas sectoriales II	2 Horas
M-225 Planificación económica.	2 Horas
M-241 Ética y deontología profesional II	2 Horas
Total	12 Horas

Tercer año de la Maestría:

M-300 Tesis

Nota: Los alumnos de la Maestría, en cualquiera de sus especialidades, que en la curricula de nivel terciario aprobada con anterioridad al ingreso a la maestría, hallan cursado y aprobado las asignaturas Ética y Deontología Profesional I y II, o sus equivalentes, no cursarán dichas asignaturas.



Ministerio de Educación y Justicia

IV. REGIMEN DE CORRELATIVIDADES:

A.- MAESTRIA EN ECONOMIA Y EMPRESAS

Especialidad: Dirección de Empresas

Primer año de la Maestría:

1er. cuatrimestre:

Asignatura a cursar	Asignatura Correlativa
M-111 Economía general	---
M-113 Investigación, aprendizaje y comunicación.	---
M-114 Métodos cuantitativos.	---
M-116 Contabilidad gerencial.	---
M-117 Administración.	---

2do. cuatrimestre:

Asignatura a cursar	Asignatura Correlativa
M-121 Teoría y política macroeconómica I	M111
M-123 Análisis de negociaciones y resolución de conflictos.	---
M-125 Formulación y evaluación de proyectos	M114
M-126 Finanzas.	M116+M118+M117
M-127 Marketing estratégico.	M117
M-131 Computación aplicada.	---

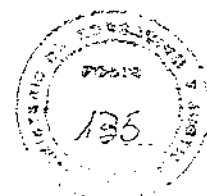
Segundo año de la Maestría:

1er. cuatrimestre:

Asignatura a cursar	Asignatura Correlativa
M-216 Investigación de mercados y su análisis.	M114+M127
M-217 Sistemas de información gerencial	M117+M131
M-218 Management de la Producción	M117
M-219 Management de la Promoción	M127
M-220 Negocios internacionales	M127
M-240 Ética y deontología profesional I	---

2do. cuatrimestre:

Asignatura a cursar	Asignatura Correlativa
M-223 Análisis de coyuntura	M121
M-226 Seminario de casos de Derecho aplicado.	---
M-227 Dirección de recursos humanos	M117
M-241 Ética y deontología profesional II	M240
M-228 Las organizaciones y su dirección en acción.	@



Ministerio de Educación y Justicia

M-229 Estrategias competitivas.

@

@ Aprobadas todas las signaturas del cuatrimestre anterior

Tercer año de la Maestría:

M-300 Tesis

*

* Para poder rendir su examen final se deberá aprobar previamente, todas las asignaturas de la carrera.

B. MAESTRIA EN ECONOMIA Y EMPRESAS
Especialidad: Política Económica

Primer año de la Maestría:
1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar

Asignatura
Correlativa

M-111 Economía general
M-112 Gobierno
M-113 Investigación, aprendizaje y comunicación.
M-114 Métodos cuantitativos.
M-115 Problematika del mundo contemporáneo.

2do. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar

Asignatura
Correlativa

M-121 Teoría y política macroeconómica I
M-122 Contabilidad y finanzas públicas.
M-123 Análisis de negociaciones y
resolución de conflictos.
M-124 Gestión gubernamental.
M-125 Formulación y evaluación de proyectos.
M-131 Computación aplicada

M111
M112+M114

M112
M114

Segundo año de la Maestría:

1er. cuatrimestre:

Asignatura a
cursar

Asignatura
Correlativa

M-211 Teoría y política macroeconómica II
M-212 Desarrollo económico.
M-213 Política económica I
M-214 Estructura económica mundial y Argentina
M-215 Políticas económicas sectoriales I
M-240 Ética y deontología profesional I

M121
M121
M121
M121
M125



Ministerio de Educación y Justicia



2do. Cuatrimestre:

Asignatura a
cursar

Asignatura
Correlativa

M-221	Política monetaria y fiscal	M215
M-222	Política económica II	M213
M-223	Análisis de coyuntura.	M121
M-224	Políticas económicas sectoriales II	M215
M-241	Ética y deontología profesional II	M240
M-225	Planificación económica.	@

@ Aprobadas todas las asignaturas del cuatrimestre anterior

Tercer año de la Maestría:

M-300 Tesis

*

* Para poder rendir su examen final se deberá aprobar previamente, todas las asignaturas de la carrera.

V.- ORGANIZACIÓN ACADÉMICA

1.- Régimen de asistencia:

- a.- Se aplicará el régimen determinado por el Decreto 4205/57 y modificaciones.
- b.- La asignatura M-131 Computación aplicada, contará con un total de 30 horas de clase, a cursarse, a opción del alumno, en el 1er. cuatrimestre, o en el 2do. cuatrimestre, o en el período de verano. Se aplicará el régimen de asistencia determinado por el Decreto 4205/57 y modificaciones.

2.- Régimen de correlatividades:

Cada asignatura exige para poder ser cursada y rendir su examen final la aprobación de otras, según lo indicado en el listado de correlatividades correspondientes y de acuerdo a las restricciones siguientes:

- a.- Relativas al cursado:
 - Aprobado el cursado de sus asignaturas correlativas
 - Vigencia de dicho cursado
- b.- Relativas a las condiciones para rendir su examen final:
 - Aprobadas sus asignaturas correlativas
 - Aprobado y vigente el cursado de la misma



Ministerio de Educación y Justicia

3.- Régimen de inscripción:

Condiciones para el cursado de la asignatura:

- a. Inscripción al 1er. cuatrimestre del 1er. año: cumplimentar las condiciones de ingreso de la carrera.
- b. Inscripción a otros cuatrimestres:
La inscripción se realizará por asignatura.
En cada una deberá cumplirse el régimen de correlatividad.
Como requisito para cursar una asignatura haber aprobado el cursado de sus asignaturas correlativas y que el mismo se encuentre vigente.

4.- Requisitos para la aprobación del cursado de cada asignatura:

- a) Asistencia: Cumplir con el régimen de asistencia.
- b) Trabajos prácticos: Se realizarán un mínimo de dos en cada asignatura. Deberán aprobarse todos ellos.
- c) Exámenes parciales: Mínimo uno. Su forma se adecuará a la naturaleza de la asignatura.
- d) Evaluación individual: el docente realizará una evaluación individual de cada alumno.
- e) Recuperación: Los trabajos prácticos, parciales y evaluaciones individuales, tendrán cada uno su recuperatorio para los casos en que no se aprueben.
- f) Calificaciones: Se utilizará una escala numérica del cero a diez. Sólo se indicarán números enteros.
- g) Calificación mínima requerida para la aprobación: Cuatro.
- h) Calificación final del cursado: Se sumarán los promedios obtenidos de los trabajos prácticos, parciales y evaluaciones individuales, se dividirá por tres. Si el número resultante posee decimales, se tomará el entero inferior si estos son menos de 50/100 y al entero superior si estos son 50/100 o mayores.

5.- Requisitos para la aprobación de una asignatura:

- a) Aprobar su cursado.
- b) Aprobar su examen final de acuerdo al Reglamento Orgánico para los Institutos Nacionales de Profesorado Secundario (Decreto 4205/87 y sus modificaciones).

VI.- REQUERIMIENTOS MATERIALES DEL ENSAYO:

1.- Locales:

- Aulas: Para clases teóricas y prácticas de acuerdo a los reglamentos de cantidad y edificación vigentes.
- Laboratorio: Aula taller para práctica de computación.
- Sala de conferencias: superficie mínima 60 m².
- Sala de simulación: Destinada a prácticas de role-playing.



Ministerio de Educación y Justicia

- Sala de estudio: Destinada a lectura, análisis y reflexión de textos.

2.- Mobiliario:

- Aulas: Asientos con pupitre, uno por alumno de acuerdo a la capacidad de cada aula. Pizarrones.
- Laboratorio: Mesadas para computadores. Sillas para alumnos. Pizarra metálica esmaltada. (No podrá usarse tiza).
- Sala de conferencias:
 - Sillones para los asistentes (mínimo 80).
 - Pizarrones metálicos esmaltados.
 - Escritorio y Atril para el conferencista.
 - Mueble para soporte de aparatos de proyección.
- Sala de simulación:
 - Mesa de Directorio de un mínimo de 3 mts. de longitud.
 - Sillones para los alumnos.
 - Pizarrón.
- Sala de estudio:
 - Mesas de estudio.
 - Sillas.
 - Pizarrón.

3.- Material didáctico y tecnológico:

- Computadores: Mínimo 12 equipos de las siguientes características:
 - Memoria RAM: 256 KB
 - Disquetes: 2
 - Capacidad: 360 KB c/u
 - Monitor: monocromo o color
 - Sistema Operativo: MS-DOS, XENIX o UNIX
 - Lenguajes: Basic, Fortran, Cobol, Pascal, Lisp.
- Impresora: Mínimo una
- Video: Videograbador NTSC/PALN VHS
Televisor Color NTSC/PALN
- Proyectores: Proyector de Diapositivas
Proyector Cinematográfico: Super 8 y pantalla
- Grabación: Dictáfono a cassette con control de velocidad variable y micrófono activo

VII.- CALENDARIO OPERATIVO DEL ENSAYO

7.1- Etapas principales del ensayo:

7.1.1 Etapas desarrollo:

- Período: Abril de 1989 a Abril de 1991
- Características: Experimentación del dictado de todas las asignaturas del plan



Ministerio de Educación y Justicia

- Fechas indicativas:

- Abril 1989: Iniciación del primer curso del ensayo
- Diciembre de 1989: Evaluación del desarrollo del primer curso del ensayo
- Abril de 1990: Iniciación del segundo curso del ensayo
- Diciembre de 1990: Evaluación del desarrollo del segundo curso del ensayo
- Abril de 1991: Iniciación del tercer curso del ensayo
- Diciembre de 1991: Evaluación del desarrollo del tercer curso del ensayo
- Agosto de 1992: Evaluación total de la segunda etapa académica del ensayo correspondiente a las maestrías.

7.1.2- Etapa consolidación:

- Periodo: Abril de 1992 a Diciembre de 1994
- Características: En ella se experimenta el dictado de la segunda etapa académica del ensayo -Maestrías- para los alumnos egresados de la primera etapa y se evalúa también el desempeño profesional de los egresados de la Etapa Desarrollo.

- Fechas indicativas:

- Abril de 1992: Iniciación del cuarto curso del ensayo
- Diciembre de 1992: Evaluación del desarrollo del cuarto curso del ensayo y de los egresados de la Etapa desarrollo del ensayo.
- Abril de 1993: Iniciación del quinto curso del ensayo.
- Diciembre de 1993: Evaluación del desarrollo del quinto curso del ensayo y de los egresados de la Etapa desarrollo del ensayo.
- Abril de 1994: Iniciación del sexto curso del ensayo
- Diciembre de 1994: Evaluación del desarrollo del sexto curso del ensayo y de los egresados de la Etapa desarrollo del ensayo.

7.1.3- Etapa de evaluación final:

- Periodo: Abril de 1995 a Agosto de 1995

Características: Evaluación del ensayo total y del desempeño de sus egresados.

- Fechas indicativas:

- Agosto de 1995: Evaluación total del ensayo total y presentación del plan para su aprobación definitiva.

7.2- Plazos de cumplimiento:

- Desde abril de 1989 en que se inicia hasta diciembre de 1991, para evaluar el desarrollo del plan.
- Desde abril de 1992 hasta diciembre de 1994 en que finaliza, para evaluar el desarrollo de la segunda etapa (Maestrías) del plan y evaluar el desempeño profesional de los



Ministerio de Educación y Justicia

egresados de la primera etapa.

- Hasta julio de 1975, para la evaluación final y reajustes si correspondiere.
- Segundo semestre de 1975, para presentación del plan definitivo.

7.3.- Indicadores que se tomarán en cuenta para evaluar el cumplimiento del ensayo

7.3.1- Variable alumnos:

a. Indicadores cuantitativos

- . Número de alumnos al comenzar el curso
- . Número de asignaturas aprobadas por año
- . Número de egresados en relación con la inscripción y la promoción

b. Indicadores cualitativos:

- . Aptitudes requeridas en las asignaturas troncales de la carrera
- . Aptitudes detectadas en las asignaturas troncales de la carrera
- . Rendimiento en las asignaturas específicas

7.3.2- Variable profesores:

- . Título de los profesores y auxiliares docentes
- . Aptitudes

7.3.3- Variable organización académica:

- . Estructura académica
- . Estructura operativa

7.3.4- Variable egresados:

- . Aptitudes requeridas
- . Aptitudes detectadas
- . Absorción del mercado laboral

VIII.- DISEÑO DEL ESQUEMA DE EVALUACION DEL ENSAYO

8.1- Objetivos del ensayo: Los propuestos en el ítem II

8.2- Procedimientos o medios: Derivados de la caracterización del egresado.

8.3- Indicadores: Los señalados en el punto 7.3.

8.4- Instrumentos para la recopilación de datos acerca de la marcha del ensayo con respecto al:

8.4.1- Los alumnos: entrevistas, encuestas y otros que surjan de reuniones de profesores.



Ministerio de Educación y Justicia

- 6.4.2- Los docentes: actas de reuniones, encuestas, entrevistas con el Rector.
- 6.4.3- La comunidad: entrevistas a especialistas en el área y a empresarios de la zona.
- 6.4.4 Los egresados: fichas de desempeño en el campo laboral.

IX- PROGRAMACION DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL PLAN DE ESTUDIOS

M-000 EXAMEN DE INTERESO:

1.- Finalidad: Evaluar la capacidad de relacionar, resolver problemas, tomar decisiones y recrear el conocimiento en condiciones de incertidumbre. Medir el manejo intuitivo del instrumental matemático y la comunicación verbal y escrita.

2.- Contenidos mínimos:

- Comprensión en la lectura de textos.
- Análisis de información.
- Resolución de problemas utilizando conceptos y herramientas matemáticas.
- Capacidad analizar y evaluar los aspectos relevantes de casos en economía y empresas.
- Habilidad para una correcta y efectiva expresión escrita.

3.- Formas de evaluación:

- VRP
- Se efectuará mediante entrevista individual complementada por una evaluación escrita.
 - No se evaluará un conocimiento específico, ni las habilidades alcanzadas en un área determinada sino el entendimiento de los conceptos y uso de las herramientas cuantitativas, la habilidad de razonar cuantitativamente, resolver problemas cuantitativos e interpretar datos gráficos, la habilidad de entender, evaluar y expresarse en castellano corriente, analizar la información recibida determinando si esta es suficiente, determinar su importancia relativa y resolver situaciones desconocidas usando la lógica y el sentido común.
- Q

M-111 ASIGNATURA: ECONOMIA GENERAL

- 1.- Finalidad: Contar con herramientas teóricas y metodologías básicas para comprender el proceso económico nacional e internacional.



Ministerio de Educación y Justicia

2.- Contenidos mínimos:

- Conceptos introductorios.
- Microeconomía. Equilibrio del consumidor.
- Definiciones de las variables de la economía.
- Microeconomía. Equilibrio del Productor.
- Definición de Mercado. Distintos tipos de Mercados.
- Mercado de factores. Equilibrio general.
- La contabilidad nacional. Variables.
- Macroeconomía. Definiciones.
- Comercio Internacional. Las teorías del Comercio Internacional.
- Dinero y crédito. El multiplicador y la Base Monetaria.
- Crecimiento y Desarrollo económico.
- Historia del Pensamiento Económico.
- Los precursores, los clásicos, neoclásicos, keynesianos y pos-keynesianos.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

M 112 ASIGNATURA: GOBIERNO

1.- Finalidad: Conocer la estructura, fines y funciones del estado y la gestión gubernamental. Estudiar las categorías fundamentales del análisis político.

2.- Contenidos mínimos:

- Funciones políticas, sociales y jurídicas del estado.
- Fines y funciones políticas del estado.
- El asunto en el estado "Moderno".
- El bien común y la subsidiariedad.
- Funciones sociales del estado.
- Funciones económicas del estado en el sistema económico.
- Introducción a la Teoría General de Sistemas.
- Introducción a la Ciencia Política
- Categorías fundamentales del Análisis Político.

M 113 ASIGNATURA: INVESTIGACION, APRENDIZAJE Y COMUNICACION

1.- Finalidad: Desarrollar una eficaz metodología de estudio, la capacidad de síntesis y el espíritu científico. Capacitar en la metodología de la investigación. Desarrollar una eficaz comunicación escrita y oral. Generar las aptitudes del conocimiento y el pensamiento científico.



Ministerio de Educación y Justicia

2.- Contenidos mínimos:

- El conocimiento científico.
- El método científico y la metodología de la investigación en las ciencias sociales
- Historia del pensamiento científico contemporáneo en el área de las Ciencias Sociales
- Preparación de una Tesis
- Análisis de Textos.
- Ordenamiento del pensamiento.
- La síntesis.
- Terminología específica.
- Índices y ratios. Gráficos. Curvas. Barras.
- Búsqueda e investigación.
- Cambios de la estructura mental. Dinamismo vs. factibilidad.
- Creatividad vs. realidad. Innovación vs. limitaciones.
- Esquemas de presentación. Precisión de la información.
- Argumentos irrefutables. Eficacia y eficiencia del escrito.
- Bibliografía. Búsqueda y organización.
- Tipos de escritos.
- Organización de la información
- La comunicación oral.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

M 114 ASIGNATURA: METODOS CUANTITATIVOS

1.- Finalidad: Capacitar y consolidar un entrenamiento eminentemente práctico sobre el instrumental matemático y estadístico utilizado en la economía.

2.- Contenidos mínimos:

- Conceptos algebraicos fundamentales. Aplicaciones. Números índices.
- Funciones, límites, derivadas e integrales.
- Conceptos estadísticos fundamentales
- Ensayo de hipótesis
- Correlación y proyecciones
- Aplicaciones en la economía



Ministerio de Educación y Justicia

M 115 ASIGNATURA: PROBLEMÁTICA DEL MUNDO CONTEMPORÁNEO

- 1.- Finalidad: Analizar los factores objetivos universales del mundo contemporáneo. Estudiar mediante su análisis la problemática de distintos contextos geopolíticos. Estudiar las relaciones Norte-Norte y Norte-Sur, particularidades regionales y procesos de integración.
- 2.- Contenidos mínimos:
 - Factores objetivos universales.
 - Gobiernos de Europa occidental continental. Su estructura constitucional y política. Problemática contemporánea.
 - Gobierno Británico: gobierno y política. Constitución. Parlamento. Partidos y elecciones. Política exterior. Problemas administrativos y gobiernos locales.
 - Gobiernos de Europa central y oriental: constitución y estructura.
 - Gobierno de la Unión Soviética: organización institucional. Partes componentes. Política contemporánea. Estructura de partido y gobierno.
 - Política y gobierno China: organización y estructura. Regulaciones, doctrina e instituciones. Problemática contemporánea.
 - Política y gobierno del Japón: estructura y operatividad. Sistema político. Problemática interna.
 - Política y gobierno en el Sudeste Asiático: instituciones y proceso político. Problemáticas particulares.
 - Política y gobierno de los Estados Unidos: Estructura de gobierno. Constitución. Principios y problemática. Partidos políticos.
 - Gobierno y política de América Latina: estudio comparativo del desarrollo político y organización en diferentes países del Centro y Sud América.
 - Política y gobierno de Oriente Medio: estudio comparativo de los diferentes tipos de estructuras. Los Estados Árabes. Israel. Turquía. Irán.
 - Política exterior argentina.
 - Política y gobierno en África: estudio comparativo. Incluye las relaciones entre políticas de desarrollo. Organización política y estructuras sociales. África del Norte. África del Sur. Sub-Sahara. África del Este. Sudafrica. Nacionalismo. Creaciones de nuevas naciones. Problemas de desarrollo. Problemática racial.
 - Ideología y desarrollo de la Política Internacional. Estudio comparativo del desarrollo del mundo actual. Relaciones entre sociedades industrializadas y no industrializadas, a la luz del debate actual sobre imperialismo.
 - Organismos internacionales. Banco mundial, ONU, FMI, BID, OEA, etc.
 - Relaciones económicas internacionales contemporáneas.



Ministerio de Educación y Justicia



M 116 ASIGNATURA: CONTABILIDAD GERENCIAL

1.- Finalidad: Estudiar las funciones contables, principios y conceptos de costos, planificación y control. Manejar el balance como herramienta para la toma de decisiones.

2.- Contenidos mínimos:

- La contabilidad gerencial
- Análisis de balances
- El balance como herramienta para la toma de decisiones
- Costos
- Evaluación de la performance empresarial
- Uso de la contabilidad para la planificación y control

M 117 ASIGNATURA: ADMINISTRACION

1. Finalidad: Estudiar las funciones y responsabilidades del Director de Empresas, los problemas que afectan al éxito de las organizaciones, la estrategia corporativa, contextos interno y externo. Conocer los criterios actuales de organización.

2.- Contenidos mínimos:

- Teoría de la administración
- Planeamiento. Objetivos. Estrategias y políticas. Formulación de premisas. Toma de decisiones.
- Organización. Propósito. Departamentalización. Centralización. Descentralización. Comités y grupos. La organización efectiva.
- Integración de personal. Selección. Evaluación. Desarrollo de la organización y los administradores.
- Dirección. La administración y el factor humano. Motivación. Liderazgo. Comunicación.
- Control. Proceso y técnicas. Administración de la producción y de las operaciones. Control indirecto.
- Las organizaciones complejas.

M 121 ASIGNATURA: TEORIA Y POLITICA MACROECONOMICA I

1.- Finalidad: Dar los elementos analíticos y teóricos sobre el funcionamiento global o agregado de la economía.

2.- Contenidos mínimos:

- Contabilidad nacional.
- Demanda agregada, recta y producción.
- Equilibrio macroeconómico.
- Dinero, interés y renta curvas IS-LM.
- Política monetaria y fiscal.
- Consumo e inversión.
- Oferta y demanda de dinero.
- Inflación y desempleo.
- Sector Público.



Ministerio de Educación y Justicia

- Modelos de la teoría Macroeconómica contemporánea.
- Historia del pensamiento económico contemporáneo.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

M 122 ASIGNATURA: CONTABILIDAD Y FINANZAS PÚBLICAS

1.- Finalidad: Conocer las bases de las Cuentas Nacionales, la confección general del Presupuesto Nacional y el manejo financiero y tributario de los ingresos y egresos del Estado. Estudiar la estructura de las finanzas públicas y las relaciones financieras internacionales.

2.- Contenidos mínimos:

- Cuentas Nacionales. Corriente circular de la actividad económica. Tabla de Insumo Producto.
- Contabilidad del Balance de Pagos.
- El Presupuesto Nacional.
- El Banco Central de la República Argentina como agente financiero del Estado.
- La ciencia de las Finanzas Públicas.
- Las instituciones financieras.
- Gasto Público.
- Recursos públicos. Los recursos tributarios y no tributarios.
- Crédito público.
- Finanzas intergubernamentales y federalismo.
- Relaciones Financieras Internacionales.
- Finanzas Públicas en los diferentes niveles de gobierno.

M 123 ASIGNATURA: ANALISIS DE NEGOCIACIONES Y RESOLUCION DE CONFLICTOS

1.- Finalidad: Generar las aptitudes y el entrenamiento, para negociar, tomar decisiones y resolver conflictos.

2.- Contenidos mínimos:

- Aproximación analítica a la estrategia y táctica de las negociaciones.
- Negociaciones colectivas. Diplomacia internacional. Negociaciones comerciales y disputas individuales.
- Estrategia distributiva (suma cero).



Ministerio de Educación y Justicia

- Acuerdos bajo presión (manejos sindicales, huelgas, Tercer Mundo versus Naciones Desarrolladas, etc.)
- Estrategia integrativa (Suma no-cero.)
- Elementos de negociación multipartidaria.

3. Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de las asignaturas, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados, donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

N 124 ASIGNATURA: GESTION GUBERNAMENTAL

1.- Finalidad: Generar las aptitudes y capacitación en la organización y administración de gobierno.

2.- Contenidos mínimos:

- Problemática de la organización del proceso y administración de gobierno e instituciones.
- Obligaciones éticas y morales de los funcionarios públicos.
- Discusión de casos sobre operativas específicas y tácticas comunes de manejo y participación de la autoridad. La dirección compartida.
- Identificación de las herramientas de dirección de organizaciones complejas.
- Sistemas de presupuesto. Sistemas de información. Sistemas de personal. Diseño de estructuras organizacionales. Análisis de casos de situaciones específicas.
- Exploración del desarrollo de "Estrategias institucionales" para organizaciones gubernamentales.
- El proceso de toma de decisiones.
- La administración de gobierno en los países en vías de desarrollo.
- Problemática rural y urbana.
- Planeamiento nacional.
- El sistema de gobierno nacional. Administración. Subsistemas. Relaciones intergubernamentales.
- Estudio de las principales políticas y programas de gobierno nacional y su administración.
- Rol presidencial y de los administradores superiores en la formulación de políticas y regulaciones.
- El proceso legislativo.
- La administración y la ley.
- Administración Pública Nacional comparada. Modelos y ejemplos Internacionales.
- Políticas de corto y largo plazo.



Ministerio de Educación y Justicia

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

M 125 ASIGNATURA: FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

1.- Finalidad: Desarrollar las técnicas de evaluación de proyectos en base al análisis del costo-beneficio.

2.- Contenidos mínimos:

- Conceptos económicos de costos y beneficios.
- Superavit y excedentes de consumidores y productores.
- Precios sombra. Valuación de costos fuera de mercado y beneficios.
- Criterios de inversión y de la tasa de descuento. Estática y dinámica.
- Tratamiento del riesgo y de la incertidumbre.
- Regulaciones de precios y reglas de inversión.
- Casos de estudios centrados en países desarrollados y en vías de desarrollo. Transporte. Recursos marinos e hidroeléctricos. Polución. Energía u otros.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

M 126 ASIGNATURA: FINANZAS

1. Finalidad: Estudiar la planificación y control de la marcha de las empresas desde el punto de vista financiero. Analizar los mercados financieros y evaluar correctamente las coyunturas para una mejor toma de decisiones.



Ministerio de Educación y Justicia

2.- Contenidos mínimos:

- Financiamiento de las operaciones normales a corto plazo.
- Financiamiento a largo plazo.
- Decisiones de inversión.
- Fusiones y adquisiciones.
- Diagnóstico de la situación financiera.
- Teoría de la estructura óptima del capital.
- Mercados de capital.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados, donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

M 127 ASIGNATURA: MARKETING ESTRATEGICO

1.- Finalidad: Analizar el proceso de toma de decisiones en la comercialización a través del establecimiento de objetivos estratégicos. Planificar e implementar estrategias competitivas mediante la combinación de políticas de precios, canales de distribución, promoción y nuevos productos.

2.- Contenidos mínimos:

- El marco estratégico y su implementación
- Análisis estructural del escenario general
- Enfoque del conflicto competitivo desde la perspectiva de la demanda
- Análisis competitivo
- Análisis de situación con productos múltiples y diferentes mercados.
- Conducción de las estrategias
- Implementación

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados, donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.



Ministerio de Educación y Justicia

M 131 ASIGNATURA: COMPUTACION APLICADA

1.- Finalidad: Que los alumnos conozcan y se ejerciten en el uso de las computadoras personales y en la utilización de los programas de base orientado a la automatización de oficinas.

2.- Contenidos mínimos:

- Computadoras. Memorias. Hardware. Software. Arquitectura de un microprocesador. Periféricos.
- Sistemas operativos.
- Proceso de la palabra.
- Planillas de cálculo
- Bases de datos
- La automatización de oficinas.
- Los sistemas de soporte de decisión.
- Los sistemas expertos.

3. Actividades: Los cursos serán eminentemente prácticos. Se dictarán en el laboratorio sobre computadores a disposición de los alumnos.

4. Formas de evaluación: Se evaluará la capacidad de resolver problemas de aplicación mediante el uso de los programas de computación estudiados, debiendo el alumno demostrar soltura en la modelización y simulación de las situaciones, para su resolución mediante computadoras.

5. Proposición: Directa, sin examen final.

M 211 ASIGNATURA: TEORIA Y POLITICA MACROECONOMICA II

1. Finalidad: Capacitar en el análisis de una economía abierta y en la dinámica del crecimiento.

2.- Contenidos mínimos:

- Macroeconomía en una economía abierta.
- Flujos de bienes y de capitales con tipo de cambio fijos y flexibles.
- Teoría del crecimiento económico y de la productividad.
- Aplicación de los modelos y a la economía argentina.
- Política económica en una economía abierta.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.



Ministerio de Educación y Justicia

M 212 ASIGNATURA: DESARROLLO ECONOMICO

1. Finalidad: Dar una visión global del desarrollo económico, sus causas y sus efectos.

2. Contenidos mínimos:

- Definición de desarrollo y subdesarrollo.
- La necesidad del desarrollo a escala internacional.
- Medición del desarrollo económico.
- División del mundo.
- Los costos del crecimiento económico.
- Industrialización y desarrollo económico.
- Teorías e interpretaciones del Desarrollo.
- Las escuelas clásicas.
- El pensamiento socialista.
- El desarrollo económico schumpeteriano.
- La teoría keynesiana y pos keynesiana.
- La teoría del poder compensador.
- El capitalismo monopolista del estado.
- La teoría de las olas. Toffler.
- Teorías contemporáneas.
- La tesis de Gerhart Schröder de conocimiento como base actual del desarrollo.
- Naturaleza del subdesarrollo.
- La estructura económica de los países subdesarrollados.
- La reforma agraria.
- Las reformas estructurales.
- Las teorías del subdesarrollo.
- La evolución del comercio internacional.
- El comercio como factor de crecimiento. La regresión relativa de los países subdesarrollados. Crecimiento interior y exterior de los países subdesarrollados.
- El crecimiento y la tecnología.
- El conocimiento y la tecnología como impulsores contemporáneos del desarrollo. La formación de recursos humanos. Aumento de la brecha entre países desarrollados y subdesarrollados.
- La problemática centro periférica.
- El desarrollo económico argentino.
- Pautas para superar el estancamiento y volver a crecer.

M 215 ASIGNATURA: POLITICA ECONOMICA I

1. Finalidad: Brindar el instrumental para el análisis global y el planeamiento de políticas económicas. Estudiar las políticas de desarrollo, formación de capital, cambio tecnológico y de población. Analizar casos con especial énfasis en el caso Argentino.



Ministerio de Educación y Justicia

2.- Contenidos mínimos:

- Definiciones.
- Fines y medios de la Política Económica. Corto y largo plazo.
- Economías cerradas y abiertas.
- Políticas de desarrollo, de formación de capital, de cambio tecnológico y de población.
- Teoría de la Política Económica.
- Instrumental para la Política Económica.
- Política monetaria, cambiaria y crediticia.
- Distribución del ingreso.
- Empleo.
- Inflación.
- Sector agropecuario, industrial y financiero.
- Análisis de casos de Argentina.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

M 214 ESTRUCTURA ECONOMICA MUNDIAL Y ARGENTINA

1.- Finalidad: Conocer las distintas formas en que en la actualidad se estructura la economía a nivel mundial y argentina.

2.- Contenidos mínimos:

- La economía mundial. El producto bruto mundial. Características y perspectivas.
- Los países desarrollados. EEUU. Europa. La CEE. Características de sus economías. Las relaciones económicas internacionales de los países desarrollados.
- Los nuevos polos económicos: Japón, Canadá, Australia. Países de oriente. El Tercer Mundo. Estructura de los países en desarrollo.
- Los países de la órbita socialista. La URSS. Sus relaciones internas y con los demás bloques.
- El cuarto mundo. Las naciones pobrísimas.
- Estructura económica de los bloques mundiales.
- Flujos de bienes y servicios.
- Teorías económicas que estudian la estructura mundial. Análisis comparado.
- Problemática centro periferia. Desarrollo. Subdesarrollo. Norte-Norte, Norte-Sur, Sur-Sur.
- Visión de diferentes modelos de crecimiento aplicados a nuestro país.



Ministerio de Educación y Justicia

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados, donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación del alumno, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

N 215 ASIGNATURA: POLITICAS ECONOMICAS SECTORIALES I

1.- Finalidad: Analizar y estudiar las políticas económicas sectoriales con miras a la aplicación concreta de los conceptos estudiados.

2.- Contenidos mínimos:

- Políticas del Sector Público.
- Política del Sector Externo.
- Política monetaria, financiera y crediticia.
- Política de ingresos.
- Políticas anti-inflacionarias.
- Políticas de empleo.
- Política agropecuaria.
- Política industrial.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

N 216 ASIGNATURA: INVESTIGACION DE MERCADOS Y SU ANALISIS

1.- Finalidad: Analizar el rol de la investigación de mercados en la formulación de estrategias comerciales. Estudiar un amplio espectro de fuentes de datos y técnicas de investigación con especial énfasis en el uso de fuentes de datos secundarios. Investigación de mercados y sus análisis científico.



Ministerio de Educación y Justicia

2.- Contenidos mínimos:

- La investigación de mercados
- Alcance e importancia del mercado y la distribución
- La organización de investigaciones
- La población y sus costumbres
- Análisis cualitativo del proceso de la investigación
- El método científico en el diseño
- Análisis cuantitativo del mercado
- Uso de pruebas estadísticas y sus modelos
- Investigación aplicada al marketing
- Investigación aplicada a la promoción y publicidad

M 217 ASIGNATURA: SISTEMAS DE INFORMACION GERENCIAL:

1.- Finalidad: Conocer el análisis, diseño, desarrollo y evaluación de sistemas de información en las organizaciones. Explorar la aplicación de los sistemas de información para la toma de decisiones. Utilizar los sistemas de información como soporte de las funciones de planeamiento estratégico y control.

2.- Contenidos mínimos:

- Los sistemas de información como parte de los sistemas administrativos de la empresa.
- Conceptos de organización. Terminología.
- Organización del desarrollo del sistema.
- Planificación y control del proyecto. Presupuestos y controles de proyecto.
- Análisis y diseño de sistemas.
- Desarrollo de sistemas. Salidas. Desarrollo de procedimientos. Puesta en marcha y evaluación de los sistemas.
- Sistemas de soporte de decisión.
- Los sistemas expertos.
- Aplicaciones de los sistemas expertos a la función ejecutiva.

M 218 ASIGNATURA: MANAGEMENT DE LA PRODUCCION

1.- Finalidad: Analizar los procesos productivos de bienes y servicios. Capacitar en las estrategias de dirección. Examinar el rol del planeamiento, inventarios, programación de insumos, sistemas de distribución, sistemas operativos. Analizar la interface sector producción-resto de la organización. Capacitar en los procesos de desarrollo y control de la calidad.

2.- Contenidos mínimos:

- Las funciones correspondientes al Área de Producción.
- Sistemas de Información Productivos.
- Subsistemas de: a) planeamiento y control; b) administración de inventarios; c) listas de materiales.
- Sistemas computerizados de planeamiento y control de la producción



Ministerio de Educación y Justicia

- Organización de la producción. Análisis y pronóstico.
- Planificación de la producción.
- Programación de la producción.
- Lanzamiento y control.
- El control de calidad. Criterios modernos.

M 219 ASIGNATURA: MANAGEMENT DE LA PROMOCION

1.- Finalidad: Manejar los conocimientos y técnicas de las comunicaciones, la publicidad, la promoción y la propaganda. Capacitar para una eficaz dirección de la promoción.

2.- Contenidos mínimos:

- Comportamiento del consumidor.
- El "Promotion mix": Publicidad, promoción, propaganda, relaciones públicas y prensa.
- La dirección y planificación de la promoción.
- La crítica analítica de las campañas de promoción.
- Promoción como elemento clave de la comercialización.
- El presupuesto de promoción.
- Evaluación y control de campañas.
- Relaciones con las agencias de publicidad.

M 220 ASIGNATURA: NEGOCIOS INTERNACIONALES

1.- Finalidad: Conocer la economía y la dinámica de los negocios desarrollados en contextos internacionales, con énfasis en la formulación e implementación de estrategias de management y marketing para empresas importadoras y exportadoras. Analizar la empresa multinacional, convenios, joint-ventures y fusiones entre empresas de distintos países.

2.- Contenidos mínimos:

- Agrupamientos económicos en el comercio internacional.
- Las compraventas internacionales. Las compraventas marítimas.
- Funcionamiento del comercio internacional.
- Prácticas usuales. La nomenclatura arancelaria. La importación y exportación.
- Medios y formas que adquieren los circuitos de exportación. Las "Trading companies".
- El marketing internacional.
- Convenios, fusiones y "joint-ventures" entre empresas de distintos países.
- La dirección de la empresa con negocios internacionales.
- La dirección de la empresa multinacional.



Ministerio de Educación y Justicia

N 221 ASIGNATURA: POLITICA MONETARIA Y FISCAL

1.- Finalidad: Capacitar en los fundamentos de la economía y política monetaria, crediticia y fiscal a los efectos de la toma de decisiones.

2. Contenidos sínoes:

- Factores monetarios que afectan el nivel de ingreso nacional y relación de las instituciones financieras con dichos factores.
- Organización financiera de la sociedad.
- Finanzas públicas, política fiscal comparada.
Análisis comparado de las estructuras financieras, crediticias y fiscales en distintos países.
Análisis macroeconómico del equilibrio general. Mercados financieros / proceso de oferta y demanda de dinero.
Modelos de demanda de fondos y de canales de transmisión de las políticas monetaria y fiscal.
Determinación del producto agregado, empleo y precios.
- Inflación. Factores y consecuencias. Análisis de sus orígenes y diferentes teorías de control.
- Determinantes de la oferta de dinero con especial atención del rol de los Bancos Centrales.
- Rol de la política monetaria en la determinación del nivel económico.
- Costos: inflación y desempleo.
- Teoría del equilibrio general del dinero, interés, precios y producto.
- Efectos del fenómeno monetario sobre la inversión y la acumulación de capital.
- Factores de riesgo e incertidumbre.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

N 222 ASIGNATURA: POLITICA ECONOMICA II

1.- Finalidad: Analizar las distintas políticas económicas contemporáneas, con especial atención al caso Argentino. Estudiar las relaciones: Economía y política, Economía y Comunicación, Economía y Psicología.



Ministerio de Educación y Justicia



2.- Contenidos mínimos:

- Análisis comparado de las distintas políticas contemporáneas.
- Evolución de la Economía Argentina desde 1860 a la actualidad.
- Análisis de casos de la política Económica en Argentina por períodos y resultados y por sectores. Vinculaciones entre Sector Monetario Fiscal y Externo en cada período desde 1930 a la actualidad.
- Políticas económicas comparadas con otros países de América Latina.
- Pautas para la elaboración de Políticas.
- Economía y Política.
- Economía y Comunicación.
- Economía y Psicología.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

M 223 ASIGNATURA: ANALISIS DE COYUNTURA

1.- Finalidad: Estudiar y ejercitar en las técnicas para analizar situaciones y efectuar pronósticos económicos y de situación. Analizar las variables a corto plazo y su relación con las de mediano y largo plazo, las variables del sector público, externo internacional y monetarias.

2.- Contenidos mínimos:

- Técnicas económicas para el procesamiento de datos económicos
- Elaboración de índices
- Análisis de las principales variables macroeconómicas de corto plazo, sus relaciones y proyecciones al mediano y largo plazo.
- Análisis de las variables del sector público, externo y monetario.
- Análisis de la situación internacional de coyuntura.
- Análisis de la situación Argentina actual.
- Pronósticos.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.



Ministerio de Educación y Justicia



4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

M 224 ASIGNATURA: POLÍTICAS ECONÓMICAS SECTORIALES II

1.- Finalidad: Continuar el análisis y estudio las políticas económicas sectoriales con miras a la aplicación concreta de los conceptos estudiados.

2.- Contenidos mínimos:

- Política energética.
- Política de comunicaciones.
- Política de transportes.
- Política de población y viviendas.
- Política científica y tecnológica.
- Política internacional. Organismos internacionales e integración.
- Política de turismo.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

M 225 ASIGNATURA: PLANIFICACIÓN ECONÓMICA

1.- Finalidad: Capacitar en los fundamentos analíticos y bases instrumentales de la planificación económica y su incidencia en el proceso de desarrollo.

2.- Contenidos mínimos:

- La planificación económica.
- Caracteres y variedades de los planes económicos.
- Planes indicativos y planes imperativos.
- Desarrollo del fenómeno de la planificación.
- El concepto de planificación en las economías socialistas de tipo soviético.
- El concepto de planificación en las economías capitalistas.
- La planificación como desequilibrio.
- Estructura del proceso de planificación.
- Fases de elaboración del plan.
- Recopilación de información.



Ministerio de Educación y Justicia

- Proyección del crecimiento. El equilibrio del plan.
- Los medios de ejecución del plan. Ejecución y control. La inducción conductual.
- 3.- Actividades: Los alumnos desarrollarán un trabajo práctico de carácter monográfico de Planeamiento Económico en base a los objetivos generales y entorno propuesto por el docente.

M 226 ASIGNATURA: SEMINARIO DE CASOS DE DERECHO APLICADO

1.- Finalidad: Analizar mediante estudio de casos, las regulaciones legales a las que están sujetos los negocios y organizaciones, con especial énfasis en el estudio de las sociedades comerciales, contratos, derechos reales, locación, mandato, propiedad, quiebras, impuestos, papeles comerciales, asociaciones y fusiones, entre otros.

2.- Contenidos mínimos:

- El Derecho.
- Derecho Público y Privado.
- Derechos civiles.
- Derecho laboral. Locación. Honorarios.
- Obligaciones. Contratos.
- Sociedades comerciales, Asociaciones y Fundaciones.
- Papeles de negocios.
- Convocatoria, quiebra y concordato.
- Derecho tributario.

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

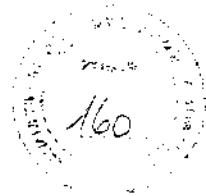
4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

M 227 ASIGNATURA: DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS

1.- Finalidad: Conocer el comportamiento organizacional y el manejo, desarrollo y problemática de los recursos humanos en las organizaciones.

2.- Contenidos mínimos:

- La escuela de las relaciones humanas
- Organización formal e informal
- Poder. Conflicto. Motivación. Liderazgo
- La gerencia de personal en el mundo moderno



Ministerio de Educación y Justicia

- Teorías X-Y-Z
- Recursos humanos versus robótica
- Capacidad empleadora de la organización
- Discusión del convenio colectivo de trabajo

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en desarrollo de los casos.

M 228 ASIGNATURA: LAS ORGANIZACIONES Y SU DIRECCION EN ACCION

1.- Finalidad: Proveer los métodos y conocimientos para el análisis organizacional y estratégico. Brindar las pautas para la toma de decisiones que involucren el proceso de dirección. Capacitar en el diseño de políticas, tácticas y estrategias internas y externas, evaluando correctamente el entorno y en condiciones de incertidumbre, riesgo y cambio.

2.- Contenidos mínimos:

- Técnicas de investigación para la acción y el diseño experimental de políticas organizacionales.
- Relación de la organización con el complejo cambio del entorno
- Respuesta de las organizaciones a los cambios
- Desarrollo de casos en el análisis de organizaciones y su dirección
- Dirección por objetivos y presupuesto base cero

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4.- Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

M-229 ASIGNATURA: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

1.- Finalidad: Capacitar en cómo forjar estrategias competitivas basadas en la economía de la rivalidad y los juegos de guerra, en una variedad de situaciones y organizaciones, con y sin fines de lucro, productoras de bienes o servicios, comerciales u otras con



Ministerio de Educación y Justicia

énfasis especial a la estrategia competitiva de los nuevos emprendimientos y el manejo de la innovación. Implicaciones de los cambios del entorno.

2.- Contenidos mínimos:

- Planes metodológico
- Desarrollo de propuestas
- Análisis de escenarios futuros
- Análisis y percepción de los cambios
- Aprovechamiento estratégico de la inflación
- Situaciones competitivas
- Conclusiones estratégicas
- Los juegos de guerra
- La competencia en acción

3.- Actividades: El profesor impulsará el estudio de los contenidos de la asignatura, en forma individual por el alumno y anterior al desarrollo en clase los conceptos claves y temas específicos puntuales, impulsando la discusión previa de los mismos. A partir de allí en clase se realizará el estudio, análisis y resolución de casos reales o simulados donde el estudiante aplique sus conocimientos previos.

4. Formas de evaluación: En la evaluación, se tendrá en cuenta especialmente, el esfuerzo y participación del alumno en el estudio individual previo y en el desarrollo de los casos.

M 240 ASIGNATURA: ETICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL I

1.- Finalidad: Que el alumno desarrolle actitudes que permitan el desenvolvimiento armónico de la persona y su integración a la comunidad. Que aprenda a plantearse problemas y a decidir con el máximo de personalización, responsabilidad y libertad personal posibles. Que haga uso responsable de su libertad. Que desarrolle su autonomía moral. Que asuma su compromiso social y político como profesional.

2.- Contenidos mínimos:

- Etica personal.
- Actitudes éticas.
- Razonamiento moral.
- Problemas éticos en cuanto a la persona.
- Etica de la convivencia.
- Etica de las relaciones interpersonales.
- Etica de los grupos sociales y políticos.
- Criterios básicos de la ética social.
- Perspectivas éticas de la política.
- Economía ética.
- Etica del conflicto social.
- Deontología.
- La ética profesional.
- Ciencia, tecnología y sociedad.



Ministerio de Educación y Justicia

- Ciencia empresarial y sociedad.
- La condición humana.
- Ciencia, tecnología y humanismo.
- Tendencias y proyección de la sociedad contemporánea.
- La sociedad democrática.
- Principios éticos que emanan de la Constitución nacional y de las leyes que reclaman su ejercicio.

M 241 ASIGNATURA: ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL II

1.- Finalidad: Consolidar los conocimientos adquiridos en la asignatura Ética y deontología profesional I, y aplicarlos a su campo específico.

2.- Contenidos mínimos:

- Ética y deontología aplicada.
- El rol profesional, docente y técnico.
- La integración y participación en la sociedad profesional.
- Ética y deontología aplicada al proceso de integración social.
- Ética y deontología aplicada al proceso de logro de empleo.
- Ética y deontología aplicada al proceso de iniciar un nuevo emprendimiento.
- Ética y deontología aplicada al proceso de dirección y coordinación.
- Ética y deontología aplicada al ejercicio profesional.
- Ética y deontología aplicada a las relaciones con el cliente profesional.
- Ética y deontología aplicada a la retribución del trabajo profesional.

M 300 TESIS

1.- Finalidad: Desarrollar un trabajo de análisis e investigación, en el campo de estudio de la carrera, que aporte un nuevo o mayor conocimiento.

2.- Contenidos mínimos:

- El trabajo debe aportar un nuevo o mayor conocimiento de un tema de interés para la ciencia y la comunidad.
- Cualidades que debe reunir:
 - Limitarse a un solo problema.
 - Referirse específicamente a las áreas de estudio de la carrera.
 - Interés.
 - Originalidad.
 - Ordenamiento.
 - Profundidad.
 - Rigor lógico y propiedad técnica de las conclusiones.
 - Claridad.



Ministerio de Educación y Justicia

- Documentación.
- El tema deberá ser aprobado por el Consejero de Tesis designado por el Rector, y su desarrollo supervisado por el mismo.

3. Formas de evaluación:

Efectuada la Tesis, la misma pasará para su consideración y examen al Jurado de Tesis designados en ambos casos por el Rector, integrado por lo menos por tres miembros, uno de ellos el Consejero de Tesis.

Una vez aprobado el trabajo escrito y dentro de un plazo máximo de sesenta días, el alumno defenderá su Tesis en forma oral y pública ante un jurado de tres miembros.

Los estudiantes que a la fecha de presentación de la tesis, residan en el exterior, podrán extender el plazo citado hasta un año a partir de la fecha de aprobación del trabajo escrito.

La Tesis será calificada numéricamente del cero al diez, se aprobará con la calificación: Cuatro

ul
x
Q
A