



# RESOLUCION N° 95

EXPT.E.N° 50024/90



## PLAN DE ESTUDIOS ARCHIVADO Ministerio de Educación y Justicia EN COMERCIALIZACION

BUENOS AIRES, 16 ENE 1991

VISTO las presentes actuaciones por las que las autoridades del Instituto "Superior de Carreras Empresariales" (A-890) solicitan autorización para aplicar, con carácter experimental, dos planes de estudios de nivel terciario técnico para las carreras de "Analista en Comercialización Internacional" y de "Técnico Superior en Venta" a partir del ciclo lectivo 1991, y

### CONSIDERANDO:

Que los planes propuestos posibilitarán a los egresados insertarse en áreas laborales con gran requerimiento de personal especializado, en la actualidad.

Que permite incrementar las opciones que ofrece el sistema educativo nacional en el nivel terciario técnico.

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,

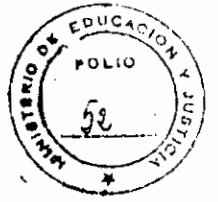
EL MINISTRO DE EDUCACION Y JUSTICIA

### RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Aprobar, con carácter experimental, los planes de estudios de nivel terciario técnico para las carreras de "Analista en Comercialización Internacional" y de "Técnico Superior en Venta" que, como Anexos I y II forman parte de la presente Resolución.

ARTICULO 2°.- Autorizar la aplicación de los planes aprobados en el artículo precedente en el Instituto "Superior de Carreras Empresariales" (A-890) de Capital Federal, a partir del término lectivo 1991.

lag  
+  
py  
+  
gla

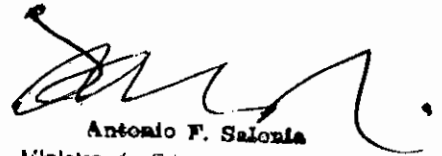


## Ministerio de Educación y Justicia

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

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

Log  
py

  
Antonio F. Salas  
Ministro de Educación y Justicia



Resolución

95



Ministerio de Educación y Justicia

16/1/1991

ANEXO I

PLAN DE ESTUDIOS PARA LA CARRERA DE ANALISTA EN COMERCIALIZA-  
CION INTERNACIONAL.

1. IDENTIFICACION DEL PLAN

- 1.1. Denominación: Formación del Analista en Comercializa-  
ción Internacional.
- 1.2. Nivel: Terciario Técnico.
- 1.3. Modalidad: Técnica.
- 1.4. Especialidad: Comercialización Internacional.
- 1.5. Duración: La carrera se cursa en tres (3) años dividi-  
dos en cuatrimestres. Total seis (6) cuatrimestres.
- 1.6. Título que otorga: Analista en Comercialización Inter-  
nacional.
- 1.7. Condiciones de ingreso:  
Estudios secundarios completos. Examen de nivelación.  
Este consta de dos asignaturas: Elementos de Contabi-  
lidad y Elementos de Economía. El curso comprende un  
total de 20 horas cátedra (10 horas para cada asigna-  
tura).  
Las asignaturas serán aprobadas con el 80% de la a-  
sistencia a las clases dictadas y un examen final oral.
- 1.8. Responsables del ensayo:  
Instituto Superior de Carreras Empresariales, (A-890),  
incorporado a la enseñanza oficial, Capital Federal.  
Rector y equipo docente.



## Ministerio de Educación y Justicia



2.

### 2. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

#### 2.1. Caracterización del Egresado

El Analista en Comercialización Internacional es un profesional capacitado para actuar en el ámbito del Comercio Exterior en todas las tareas relacionadas con el intercambio comercial entre países.

##### 2.1.1. Tareas específicas:

El Analista en Comercialización Internacional es un profesional capacitado para:

- a-dirigir el operativo internacional.
- b-determinar las metodologías de planificación y control comercial.
- c-organizar y planificar las tareas comerciales en el exterior.
- d-diseñar y ejecutar acciones de venta y distribución internacional.
- e-establecer políticas competitivas en la comercialización estratégica tanto a nivel microeconómico (empresas) como macroeconómico (gobierno).
- f-analizar y prever el comportamiento y la motivación de los mercados exteriores.
- g-determinar los objetivos de investigación de mercados.
- h-interpretar los resultados de las investigaciones de mercados.

uno  
Laz  
my



## Ministerio de Educación y Justicia

3.

### 3. COMPETENCIA DEL TITULO:

El Analista en Comercialización Internacional podrá desempeñarse en organismos estatales y privados en el área de comercio externo, importación y exportación.

### 4. CURRICULO:

#### 4.1. Objetivos del Plan de Estudio:

Capacitar al egresado para que:

- planifique, controle y ejecute planes de Comercialización Internacional.
- establezca políticas de comercialización estratégica tanto a nivel microeconómico (de empresas) como macroeconómico (nivel gubernamental).
- se desempeñe con idoneidad profesional y responsabilidad moral en su rol y funciones.

#### 4.2. Plan de Estudios, Asignaciones Horarias y Correlatividades.

<u>Asignaturas</u>	<u>horas semanales</u>	<u>correlatividades</u>
1. <u>Primer año</u>		
<u>Primer cuatrimestre</u>		
1.01 Matemática	4	----
1.02 Derecho comercial	3	----
1.03 Estructura de la Empresa	3	----
1.04 Microeconomía	5	----
Total	15 horas	



# Ministerio de Educación y Justicia



4.

<u>Asignaturas</u>	<u>horas semanales</u>	<u>correlatividades</u>
<u>Segundo cuatrimestre</u>		
1.05 Contabilidad	4	----
1.06 Historia del Co- mercio Exterior	3	----
1.07 Sociología General	2	----
1.08 Introducción al Co- mercio Exterior	4	----
1.09 Derecho Tributario	<u>2</u>	1.02
Total	15 horas	
2. <u>Segundo año</u>		
<u>Primer cuatrimestre</u>		
2.10 Estadística	3	1.01
2.11 Macroeconomía	5	1.04
2.12 Exportaciones	5	1.08
2.13 Introducción a la Administración	<u>2</u>	----
Total	15 horas	
<u>Segundo cuatrimestre</u>		
2.14 Administración I	2	2.13
2.15 Importaciones	5	----
2.16 Aduanas	4	----
2.17 Bancos y Finanzas	<u>4</u>	----
Total	15 horas	

un  
ky  
per



## Ministerio de Educación y Justicia

5.

<u>Asignaturas</u>	<u>horas semanales</u>	<u>correlatividades</u>
--------------------	------------------------	-------------------------

### 3. Tercer año

#### Primer cuatrimestre

3.18 Economía Inter		
nacional	5	2.15 y 2.12
3.19 Promoción de ne-		
gocios	5	2.15 y 2.12
3.20 Transportes	3	----
3.21 Seguros	<u>2</u>	----
Total	15 horas	

#### Segundo cuatrimestre

3.22 Comercialización		
Internacional	5	----
3.23 Integración y Coo		
peración Económica	4	1.06
3.24 Ética y Deontología		
Profesional	2	----
3.25 Práctica profesio-		
nal	<u>4</u>	----
Total	15 horas	

#### 4.3. Seminarios:

Seminarios a elección del alumno:

- Inglés.
- Informática.

El alumno debe elegir un seminario.

un  
tag  
cm



## Ministerio de Educación y Justicia



6.

Estos seminarios se desarrollan a lo largo de toda la carrera. El alumno puede decidir el momento en el cual cursarlo.

Cada asignatura cubre un total de cinco horas semanales durante tres cuatrimestres consecutivos o no.

### 5. ORGANIZACION PEDAGOGICA:

#### 5.1. Régimen de Asistencia:

- En cada asignatura la asistencia a clase es obligatoria. Las ausencias aún debidamente justificadas, no podrán exceder el 25 % del número total de horas de cátedra dictadas.
- Los alumnos que excedan ese porcentaje podrán ser reincorporados mediante una evaluación que será fijada por cada profesor de acuerdo con el tipo de asignatura.

#### 5.2. Régimen de Trabajos Prácticos:

- Los alumnos deberán cumplir, como mínimo, con un trabajo práctico por cuatrimestre y por asignatura.

#### 5.3. Régimen de Evaluación y Promoción:

Condiciones para aprobar las asignaturas: para aprobar cada una de las asignaturas los alumnos deberán:

- asistir como mínimo al 75 % de las clases dictadas con las salvedades establecidas en el rubro anterior.
- aprobar un examen parcial en las asignaturas cuatrimestrales y dos exámenes parciales en las anuales.





## Ministerio de Educación y Justicia



7.

- aprobar el o los trabajos prácticos o evaluación similar.
- aprobar el examen final.
- el examen parcial y el trabajo práctico o su equivalente habilitan al alumno para rendir el examen final.
- para ingresar al año inmediato superior es necesario tener aprobado el 50 % de las asignaturas del año inmediato anterior y el 100 % del primer año.

### 6. ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL PLAN DE ESTUDIOS:

#### 6.1.01. Matemática:

##### Finalidad:

Transmitir los conocimientos imprescindibles de esta disciplina a los efectos de brindar al alumno las herramientas que le permitan realizar un análisis de los problemas que se le plantean para su resolución.

##### Contenidos mínimos:

- Números y variables.
- Números complejos.
- Combinatoria.
- Determinantes.
- Funciones.
- Límites.
- Derivadas.
- Diferencia total.
- Integrales.

un  
bag  
my



## Ministerio de Educación y Justicia

8.



### 6.1.02. Derecho Comercial:

#### Finalidad:

Transmitir al alumno las nociones generales del Derecho Comercial, Laboral, de Quiebra, relacionados con el comercio exterior que practiquen las empresas objeto del estudio.

#### Contenidos mínimos:

- El Derecho Comercial.
- Sociedades comerciales.
- Contratos comerciales.
- Títulos de crédito.
- Derecho del Trabajo.
- Derecho de Quiebra.
- Derecho Internacional Público.
- Derecho Internacional Privado.
- Contrato de compra-venta internacional.

### 6.1.03. Estructura de la Empresa:

#### Finalidad:

Que el alumno comprenda la conjunción de recursos físicos y humanos dentro de la empresa en orden a la optimización de las mismas.

#### Contenidos mínimos:

- Formas y alcances de la administración.
- La administración de personal.
- Modelos de administración.
- Modelos gerenciales.

ms  
lag  
guy



## Ministerio de Educación y Justicia

9.

### 6.1.04. Microeconomía:

#### Finalidad:

Brindar al alumno los conocimientos básicos sobre oferta, demanda y mercados que le permitan junto con las asignaturas subsiguientes tener un enfoque global del problema económico.

#### Contenidos mínimos:

- La Ciencia Económica.
- Ingreso, ahorro y consumo.
- Demanda.
- Las propensiones marginales de la demanda.
- Teoría del consumo.
- Oferta.
- Costos y Óptimo.
- Los costos marginales.
- Mercados.
- La competencia perfecta.
- El oligopolio.
- El monopolio.
- La competencia monopolística.

### 6.1.05. Contabilidad:

#### Finalidad:

Brindar al alumno los conocimientos elementales de la teoría contable para su posible aplicación en el manejo de las empresas.



## Ministerio de Educación y Justicia



10.

### Contenidos mínimos:

- La contabilidad en la empresa moderna.
- Convenciones básicas de la teoría contable.
- Nociones sobre patrimonio y sus variaciones.
- El proceso contable.
- Técnicas de procesamiento contable.
- Resultado del balance.
- Presentación de estados contables.
- Conceptos elementales de Auditoría.

### 6.1.06. Historia del Comercio Exterior:

#### Finalidad:

Permitir un acabado conocimiento del desenvolvimiento de la actividad hasta la actualidad en orden a una mayor comprensión de la situación del comercio exterior hoy en día.

#### Contenidos mínimos:

- El comercio en la antigüedad.
- De los mercaderes a los grandes descubrimientos.
- La revolución industrial.
- El comercio internacional.
- El comercio y su crecimiento desde 1900 hasta 1930.
- Crisis de 1930.
- Bretton Woods y el nuevo orden económico mundial.
- 1960, la década del desarrollo.
- Las dos crisis petroleras.
- La deuda y los NIC'S.



## Ministerio de Educación y Justicia



11.

### 6.1.07. Sociología General:

#### Finalidad:

Brindar un análisis humanístico de la organización empresarial para comprender mejor las actividades interpersonales en el comercio.

#### Contenidos mínimos:

- Principios fundamentales del análisis sociológico.
- El marco organizacional en la empresa moderna y la burocracia.
- La empresa y su contexto social.

### 6.1.08. Introducción al Comercio Exterior:

#### Finalidad:

Introducir al alumno en las primeras nociones sobre la compra-venta internacional y las modalidades operativas del comercio exterior.

#### Contenidos mínimos:

- La compra-venta internacional.
- Cotizaciones.
- Medios de transporte.
- El seguro.
- Los instrumentos de pago.

### 6.1.09. Derecho Tributario:

#### Finalidad:

Brindar al alumno los elementos necesarios para que elabore una correcta determinación de la carga tributaria de las operaciones de comercio exterior.

W  
Laz  
T  
P  
M



## Ministerio de Educación y Justicia

12.

### Contenidos mínimos:

- Aranceles.
- Impuestos internos.
- Nuevo régimen tributario.

#### 6.2.10. Estadística:

##### Finalidad:

Plantear la necesidad de un uso racional del sistema y la interpretación adecuada de las diversas formas de presentación de las mismas para lograr una lectura objetiva de la realidad.

##### Contenidos mínimos:

- Medidas de posición y disposición.
- Funciones de interpolación y ajuste.
- Sucesiones cronológicas.
- Números índices.
- Cálculo probabilístico.
- Distribución normal.

#### 6.2.11. Macroeconomía:

##### Finalidad:

Analizar en forma consensuada los elementos que hacen a la distribución del ingreso nacional y el balance de pagos.

##### Contenidos mínimos:

- Las cuentas nacionales.
- Producto e ingreso nacional.
- La determinación del ingreso y la renta.



## Ministerio de Educación y Justicia

13.

- El equilibrio del mercado por el sistema IS y LM.
- Teoría del consumo y la propensión marginal.
- La inversión.
- El balance de pagos.
- Políticas de estabilización.

### 6.2.12. Exportaciones:

#### Finalidad:

Fijar los lineamientos básicos del sistema operativo que rige el desarrollo y dinámica de las exportaciones.

#### Contenidos mínimos:

- Exportación.
- Mecanismos de exportación de bienes y servicios.
- Beneficios promocionales.
- Derecho de exportación, su cálculo y aplicación.
- Cierres de cambio, principales operaciones aduaneras.
- Costo de exportación.

### 6.2.13. Introducción a la Administración:

#### Finalidad:

Que el alumno comprenda la Administración como un enfoque organizacional necesario a su futuro desempeño profesional.

#### Contenidos mínimos:

- Las organizaciones.
- La escuela de la Teoría de los sistemas.

uno  
log  
7  
per



## Ministerio de Educación y Justicia

14.

- La organización como sistema.
- Los sub-sistemas.
- El planeamiento.
- La organización formal.
- Concepto de línea y staff.
- Los organigramas.

### 6.2.14. Administración I:

#### Finalidad:

Que el alumno desarrolle criterios de administración que optimicen su labor profesional.

#### Contenidos mínimos:

- El proceso de organización.
- Organizaciones formales e informales.
- La administración gerencial de las instituciones.
- Criterios de administración.
- La proyección en la administración.

### 6.2.15. Importaciones:

#### Finalidad:

Brindar una visión acabada de la operatoria específica de las importaciones.

#### Contenidos mínimos:

- Importaciones.
- Los derechos de importación.
- Contratación de fletes y seguros.
- Determinación del costo de importación.





## Ministerio de Educación y Justicia

15.

### 6.2.16. Aduanas:

#### Finalidad:

Familiarizar al alumno con las modalidades básicas que lleva adelante la Administración Nacional de Aduanas.

#### Contenidos mínimos:

- Mecanismos aduaneros de exportación.
- Intervención aduanera del despacho de exportación.
- Mecanismos de importación.
- Liquidación de derechos.
- Confección de la documentación aduanera.
- Los controles aduaneros.
- Valoración aduanera.
- Clasificación aduanera.

### 6.2.17. Bancos y Finanzas:

#### Finalidad:

Posicionar correctamente al estudiante frente a la normativa vigente en la materia, por parte del Banco Central de la República Argentina.

#### Contenidos mínimos:

- Operaciones cambiarias autorizadas.
- Operativa de los instrumentos internacionales de pago.
- Régimen cambiario de exportación.
- Régimen cambiario de importación.
- Otras operaciones cambiarias.



## Ministerio de Educación y Justicia



16.

- Financiación y prefinanciación de operaciones de comercio exterior.

### 6.3.18. Economía Internacional:

#### Finalidad:

Analizar las circunstancias del medio internacional para comprender las políticas económicas actuales.

#### Contenidos mínimos:

- Teoría pura del comercio internacional.
- Políticas comerciales.
- Aranceles.
- El balance de pagos.
- Ajustes automáticos.
- Políticas de ajuste.

### 6.3.19. Promoción de Negocios:

#### Finalidad:

Brindar las herramientas necesarias para que el futuro egresado defina el posicionamiento de nuestros productos de exportación en el mercado mundial.

#### Contenidos mínimos:

- Estructura de la oferta exportable argentina.
- Composición de la demanda de importación argentina.
- Mercados para la producción argentina.
- Estudios de mercado y factibilidad.
- Selección de productos.
- Estrategias promocionales.
- Ferias y exposiciones.

no  
hay  
may



## Ministerio de Educación y Justicia

17.

### 6.3.20. Transportes:

#### Finalidad:

Hacer conocer al alumno los diversos medios de transporte, en orden a manejar sus modalidades de operación y sus costos.

#### Contenidos mínimos:

- Transporte por agua.
- Características operacionales de los principales puertos de exportación e importación del país.
- Técnicas de estibaje y manipuleo de las cargas.
- Práctica operativa de una contratación de flete marítimo.
- Transporte por aire.
- Características de la operatoria del embarque aéreo.
- Las tarifas del transporte por avión.
- Transporte terrestre.
- El flete ferroviario.
- El flete por camión.
- Práctica sobre flete terrestre.

### 6.3.21. Seguros:

#### Finalidad:

Que el alumno desarrolle criterios básicos para una correcta toma de decisión en cuanto a la cobertura de riesgos que hacen al transporte internacional de mercaderías.



## Ministerio de Educación y Justicia



18.

### Contenidos mínimos:

- Seguro de transporte.
- Cláusulas y modalidades generales.
- Seguro marítimo.
- Seguro de mercaderías.
- Seguro de crédito a la exportación.

### 6.3.22. Comercialización Internacional:

#### Finalidad:

Hacer conocer las técnicas de distribución internacional de los diversos bienes exportables de nuestra economía, para dinamizar la comercialización de los mismos.

#### Contenidos mínimos:

- Técnicas de comercialización internacional.
- Los envases y embalajes en el comercio internacional.
- Los canales de distribución.
- Planeamiento estratégico y comercial.
- Trabajo práctico: colocación de productos argentinos en diversos mercados internacionales.

### 6.3.23. Integración y Cooperación Económica:

#### Finalidad:

Permitir al alumno la utilización de las herramientas que permitan los diversos bloques económicos para desarrollar las exportaciones.



## Ministerio de Educación y Justicia



19.

### Contenidos mínimos:

- Reseña histórica de las organizaciones de integración económica mundial.
- La Comunidad Económica Europea.
- La Asociación Latinoamericana de Integración.
- Acuerdos firmados por la Argentina.
- Otras áreas de integración en el mundo.
- La cooperación económica.
- El F.M.I..
- El GATT.
- Otros organismos de cooperación económica.

### 6.3.24. Ética y Deontología Profesional:

#### Finalidad:

Lograr que el alumno internalice valores que guíen su conducta personal y profesional.

#### Contenidos mínimos:

- La ética y la persona.
- La ética social.
- El proceso de convivencia.
- Deontología.
- Los códigos de ética profesional.

### 6.3.25. Práctica Profesional:

#### Finalidad:

Mediante talleres de simulación lograr que el estudiante haga frente a situaciones potencialmente posibles en el devenir diario de la profesión.



## Ministerio de Educación y Justicia



19.

### Contenidos mínimos:

- Reseña histórica de las organizaciones de integración económica mundial.
- La Comunidad Económica Europea.
- La Asociación Latinoamericana de Integración.
- Acuerdos firmados por la Argentina.
- Otras áreas de integración en el mundo.
- La cooperación económica.
- El F.M.I..
- El GATT.
- Otros organismos de cooperación económica.

### 6.3.24. Ética y Deontología Profesional:

#### Finalidad:

Lograr que el alumno internalice valores que guíen su conducta personal y profesional.

#### Contenidos mínimos:

- La ética y la persona.
- La ética social.
- El proceso de convivencia.
- Deontología.
- Los códigos de ética profesional.

### 6.3.25. Práctica Profesional:

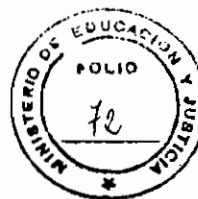
#### Finalidad:

Mediante talleres de simulación lograr que el estudiante haga frente a situaciones potencialmente posibles en el devenir diario de la profesión.



## Ministerio de Educación y Justicia

20.



### Contenidos mínimos:

- Selección de la oferta exportable del país. Introducción de productos tradicionales como no tradicionales y servicios.
- Análisis de los distintos mercados para los productos seleccionados.
- Costeo de exportación y MIX de productos.
- Contratación de fletes y seguros.
- Operativa bancaria.
- Operativa aduanera.
- Control de calidad.
- Medios de financiamiento.
- Servicios de post-venta.
- Operativa bancaria, apertura de cartas de crédito.
- Operativa aduanera y portuaria.
- Cierre de cambios y financiaciones.

### 7. CALENDARIO OPERATIVO PARA LA REALIZACION DEL ENSAYO:

#### 7.1. Etapas principales del ensayo:

##### 7.1.1. Primera Etapa:

Comprende la implementación de la carrera de Comercialización internacional. Se dictarán, en cuatrimestres sucesivos, todas las asignaturas correspondientes al plan y concluirá con una evaluación general de la etapa.

##### 7.1.2. Segunda Etapa:

Corresponde a la aplicación de los ajustes pre-



## Ministerio de Educación y Justicia



21.

vistos resultantes de la evaluación del desarrollo de las asignaturas de la primera etapa.

### 7.1.3. Tercera Etapa:

Corresponde a la aplicación de los ajustes resultantes de las evaluaciones previas. Comprende además la evaluación integral del Proyecto y la presentación para la aprobación definitiva.

### 7.2. Plazos de cumplimiento:

#### 7.2.1. Primera Etapa:

Esta etapa se iniciará en abril de 1991 y se extenderá hasta diciembre de 1993.

#### 7.2.2. Segunda Etapa:

Esta etapa se extenderá desde abril de 1994 hasta agosto de 1994.

#### 7.2.3. Tercera Etapa:

La tercera etapa se iniciará en agosto de 1994 y se extenderá hasta diciembre de 1994 en que se presentará el plan definitivo.

### 7.3. Indicadores que se tomarán en cuenta para evaluar las etapas intermedias del ensayo:

#### 7.3.1. Con respecto al plan:

- La aplicación del plan.
- Los resultados del plan.
- El plan en sí mismo y su desarrollo.

#### 7.3.2. Sectores a evaluar:

- Los profesores.





## Ministerio de Educación y Justicia



22.

- Los alumnos.
- El departamento académico.
- La organización pedagógica.
- Los egresados.
- Identificación del plan.
- La estructuración.
- Los requerimientos personales.

### 8. DISEÑO DEL ESQUEMA DE EVALUACION DEL ENSAYO:

#### 8.1. Objetivos:

Los señalados en 4.1.

#### 8.2. Indicadores:

Los señalados en 7.3.

#### 8.3. Instrumentos de evaluación:

##### 8.3.1. Nivel de organización pedagógica:

Registros de Secretaría, Actas de Reuniones, Actas de Supervisión Pedagógica.

##### 8.3.2. Nivel docente:

Entrevistas, Informes, Fichas de Seguimiento.

#### 8.4. Momentos de evaluación:

8.4.1. Seguimiento, evaluación y reorientación permanentes.

8.4.2. Al término de cada etapa, señalada en 7.1. y 7.2. se cumplirá una evaluación formal del Proyecto, de cuyo resultado surgirán los ajustes a implementar en la etapa siguiente.

W. K. G.  
P. M. Y.



## Ministerio de Educación y Justicia

23.

8.4.3. Al término de la tercera etapa, se cumplirá con la evaluación final del Proyecto para someterla a su aprobación definitiva.

*Gu*

*20/10/74*

*my*



## Ministerio de Educación y Justicia

### ANEXO II

#### PLAN DE ESTUDIOS PARA LA CARRERA DE TECNICO SUPERIOR EN VENTA.

##### 1. IDENTIFICACION DEL PLAN

- 1.1. Denominación: Formación de Técnicos Superiores en Venta.
- 1.2. Nivel: Terciario Técnico.
- 1.3. Modalidad: Técnica.
- 1.4. Especialidad: Ventas.
- 1.5. Duración: La carrera se cursa en dos (2) años divididos en cuatrimestres. Total, cuatro (4) cuatrimestres.
- 1.6. Título que otorga: Técnico Superior en Venta.
- 1.7. Condiciones de ingreso: Estudios secundarios completos.
- 1.8. Responsables del ensayo:  
Instituto Superior de Carreras Empresariales, (A-890),  
incorporado a la enseñanza oficial, Capital Federal.  
Rector y equipo docente.

##### 2. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS:

###### 2.1. Caracterización del egresado:

El Técnico Superior en Venta es un profesional capacitado para actuar en el área de comercialización y ventas de las empresas, como así también en forma autónoma, en tareas que impliquen, desde la organización hasta la ejecución de la actividad de venta.

###### 2.1.1. Tareas específicas:

El Técnico Superior en Venta es un profesional capaz de:

- a - planificar y organizar planes de venta.



## Ministerio de Educación y Justicia



2-

- b - controlar el desarrollo de un plan de venta.
- c - dirigir los elementos técnicos y humanos presentes en un proceso de comercialización y venta.
- d - diagnosticar y analizar las variables intervinientes en una campaña comercial.
- e - establecer objetivos y metodologías de venta adecuadas al mercado.
- f - seleccionar las estrategias a aplicar en cada situación particular.
- g - investigar mercados, elaborando interpretaciones de la realidad.
- h - determinar necesidades y oportunidades de venta.
- i - prever y prospectar el comportamiento de los mercados.
- j - ejecutar planes de venta.

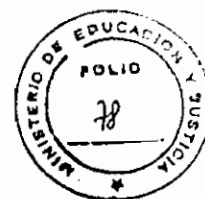
### 3. COMPETENCIA DEL TITULO:

El Técnico Superior en Venta podrá desempeñarse en las áreas de comercialización y de ventas de empresas públicas y privadas, como así también encarar tareas de ventas como profesional dependiente.

### 4. CURRICULO:

#### 4.1. Objetivos del plan de estudios:

- capacitar científica y técnicamente al alumno, para que sea capaz de desarrollarse en el área específica



## Ministerio de Educación y Justicia

3-

de ventas, desde un nivel de organización y planificación, hasta su concreción en la ejecución de la ta rea de venta.

- formar un profesional consciente de los valores que rigen la conducta ética en el área en que se desempeña, aceptando con responsabilidad su rol y su compromiso con la sociedad a la que pertenece.

### 4.2. Asignaturas que componen el plan de estudios, asignaciones horarias y correlatividades.

<u>Asignaturas</u>	<u>horas semanales</u>	<u>correlatividades</u>
1. <u>Primer año:</u>		
1.1 <u>Primer cuatrimestre</u>		
1.1.a Introducción a la Comercialización	4	----
1.1.b Introducción a la Psicología	2	----
1.1.c Antropología Filosófica	2	----
1.1.d Introducción a las Técnicas Cuantitativas	2	----
1.1.e Introducción a la Venta	3	----
1.1.f Técnicas de la Comunicación I	<u>2</u>	----
Total	15 horas	

uno  
Lay  
x  
puz



# Ministerio de Educación y Justicia

4-



<u>Asignaturas</u>	<u>horas semanales</u>	<u>correlatividades</u>
--------------------	------------------------	-------------------------

1.2 Segundo cuatrimestre

1.2.a Teoría de la Co-		
mercialización I	4	1.1.a.
1.2.b Comportamiento del		
Consumidor	2	1.1.b.
1.2.c Estadística	2	1.1.d.
1.2.d Técnicas de Venta I	3	1.1.e.
1.2.e Técnicas de la Co-		
municación II	2	1.1.f.
1.2.f Introducción a la		
Sociología	<u>2</u>	----
Total	15 horas	

2. Segundo año

2.3. Tercer cuatrimestre

2.3.a Comportamiento		
del Comprador	2	1.2.b.
2.3.b Psicología Social I	2	1.1.b.
2.3.c Técnicas de Venta II	3	1.2.d
2.3.d Publicidad y Promo-		
ción I	2	----
2.3.e Investigación de		
Mercado	3	----
2.3.f Teoría de la Comer-		
cialización II	<u>3</u>	1.2.a.
Total	15 horas	



Ministerio de Educación y Justicia

5-

<u>Asignaturas</u>	<u>horas semanales</u>	<u>correlatividades</u>
2.4 <u>Cuarto cuatrimestre</u>		
2.4.a Psicología Social II	2	2.3.b.
2.4.b Estrategia y Dirección de Venta	4	2.3.c.
2.4.c Política de Precios y Presupuestaria	2	----
2.4.d Publicidad y Promoción II	2	2.3.d.
2.4.e Ética y Deontología Profesional	2	1.1.c.
2.4.f Seminario de integración	<u>3</u>	----
Total	15 horas	
*Taller de Inglés	3	
*Taller de Informática	3	

\*NOTA:

Talleres:

Durante los dos años en que se cursa la carrera, se desarrollarán dos (2) talleres.

El alumno puede seleccionar uno por año.

Uno será de carácter obligatorio, el restante podrá cursarse o no.

La asistencia a aquél que de la elección del alumno resulte de carácter obligatorio no podrá ser inferior a un año, es decir, dos cuatrimestres correlativos.

uno  
Ley  
X  
Buz



## Ministerio de Educación y Justicia



6-

El objetivo del Taller de Inglés es lograr que los alumnos se comuniquen en forma oral y escrita en el idioma inglés.

El objetivo del Taller de Informática es lograr que los alumnos se capaciten en el uso de los instrumentos que les da la informática en orden a lograr una inserción técnica eficaz en el campo laboral moderno.

Las condiciones de promoción se establecen en el punto 5.3.

### 5. ORGANIZACION PEDAGOGICA:

#### 5.1. Régimen de Asistencia:

- La asistencia se computa por asignatura. Para mantener su condición de regular el alumno debe cumplir con el 80 % de la asistencia de las clases dictadas.

#### 5.2. Régimen de Trabajos Prácticos:

- Es obligatoria la aprobación de los trabajos prácticos que se fijan en cada asignatura, como mínimo se debe realizar uno. La aprobación del o los mismos dependen de la naturaleza de la asignatura.

#### 5.3. Régimen de Evaluación y Promoción:

- Para aprobar cada una de las asignaturas los alumnos deberán:
  - asistir como mínimo al 80 % de las clases dictadas.
  - aprobar dos exámenes parciales en las asignaturas cuatrimestrales.





## Ministerio de Educación y Justicia



7-

- aprobar los trabajos prácticos o evaluaciones similares.
- aprobar el examen final.
- los exámenes parciales y los trabajos prácticos o sus equivalentes habilitan al alumno para rendir el examen final.
- para ingresar al año inmediato superior es necesario tener aprobado el 50 % de las asignaturas del año inmediato anterior y el 100 % del primer año, para ingresar al tercero.

### 6. ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL PLAN DE ESTUDIOS:

#### 6.1.1.a Introducción a la Comercialización:

##### Finalidad:

Comprender las variables intervinientes en el acto de comercio como un medio idóneo y específico para el manejo y desarrollo de la empresa, en particular en el área de venta.

##### Contenidos mínimos:

- La comercialización y las necesidades humanas.
- La producción, la venta y el producto.
- Las metas en un sistema de comercialización: maximizar el producto, las alternativas y la satisfacción del consumidor.
- El mercado y su segmentación.
- Tipos de relaciones de mercado.
- Bases para la segmentación del mercado: mercado



## Ministerio de Educación y Justicia

8-



de consumidores y mercados industriales.

- Evolución del Departamento de Comercialización.
- Formas de organización del moderno departamento de comercialización.
- Ubicación de la gerencia de Comercialización en la empresa.
- La rápida adopción de la Comercialización: en el sector de los negocios, en el sector no rentable, en el sector internacional.

### 6.1.1.b Introducción a la Psicología:

#### Finalidad:

Conocer la conformación estructural, la evolución y las características de la personalidad en orden a comprender la conducta y reacciones humanas.

#### Contenidos mínimos:

- Las características individuales y el circuito funcional de la vivencia.
- La vida y la vivencia, el temperamento y el carácter.
- La personalidad.
- La inteligencia y la voluntad.
- Los estratos de la persona: el consciente, el inconsciente.
- La conducta humana.

### 6.1.1.c Antropología Filosófica

#### Finalidad:

uno  
Ray  
Mey



## Ministerio de Educación y Justicia



9-

Que el alumno logre elaborar un concepto de hombre en orden a entender su relación con el mundo que lo rodea.

### Contenidos mínimos:

- El hombre.
- Los actos humanos.
- Las características esenciales del hombre.
- La inteligencia.
- La voluntad.
- La libertad y la responsabilidad.
- Las necesidades del hombre.

### 6.1.1.d Introducción a las Técnicas Cuantitativas:

#### Finalidad:

Capacitar al alumno para aplicar técnicas estadísticas, efectuar cálculos y extraer inferencias, de los datos que aquella le proporciona, en relación con los diferentes tipos de mercados para obtener una lectura objetiva de los mismos.

#### Contenidos mínimos:

- La Estadística.
- Presentación de la información estadística.
- Medidas que caracterizan la distribución de frecuencia de variables cuantitativas.
- Relaciones entre cifras y/o variables.
- Números índices.
- Cálculo de probabilidades.
- Funciones de probabilidades.

un  
lag  
puz



## Ministerio de Educación y Justicia

10-



### 6.1.1.e Introducción a la Venta:

#### Finalidad:

Presentar un panorama general de los aspectos que intervienen en un proceso de venta en orden a que el alumno tenga una primera orientación en la temática de su futuro rol profesional.

#### Contenidos mínimos:

- El concepto de venta.
- La profesión de venta.
- El concepto de servicio.
- La naturaleza cambiante de la actividad vendedora.
- Pasos de la venta.
- La venta creadora.
- El arte de vender y el arte de motivar la compra.
- La entrevista.
- La negociación.

### 6.1.1.f Técnicas de la Comunicación I

#### Finalidad:

Comprender la interacción de los tres elementos primarios del proceso de comunicación oral: orador, discurso y auditorio.

Cualificar el proceso de comunicación oral, en el área de ventas, en orden a ajustar el discurso del vendedor.

#### Contenidos mínimos:

- La comunicación.
- La comunicación oral.



## Ministerio de Educación y Justicia

11-

- Sus factores: el orador, el mensaje y el receptor.
- Elementos de la estrategia de comunicación.
- Propósitos generales y específicos del discurso.
- Contacto con el oyente: la posición y la estructuración del discurso.
- Importancia de la voz.
- Principios de los tipos de discurso.
- Contribuciones de la psicología en la descripción y formulación de conceptos referidos a las variables que influyen sobre la eficacia de la palabra.

### 6.1.2.a Teoría de la Comercialización I:

#### Finalidad:

Analizar la comercialización de productos. Determinar las variables a tener en cuenta para obtener un desarrollo del producto.

#### Contenidos mínimos:

- El producto.
- La estrategia, la política y las decisiones referentes al producto.
- Los envases. Las marcas y su política.
- La determinación y el análisis de la demanda.
- El costo y la determinación del precio.
- Las estrategias y métodos para la fijación de precios.
- El grado de exposición en el mercado.
- Los stocks.



## Ministerio de Educación y Justicia



12-

### 6.1.2.b Comportamiento del Consumidor:

#### Finalidad:

Comprender los mecanismos que orientan la conducta humana.

#### Contenidos mínimos:

- Los principios del funcionamiento del aparato psíquico.
- La identificación y la identidad.
- Las necesidades psicológicas del individuo.
- La motivación y la causalidad.
- Finalidad de la conducta.
- Los mecanismos de defensa.
- Técnicas de investigación sobre comportamiento del consumidor.
- Análisis de entrevistas.

### 6.1.2.c Estadística:

#### Finalidad:

Que el alumno valore los instrumentos que le proporciona la estadística como datos objetivos para la interpretación de la realidad del mercado.

#### Contenidos mínimos:

- La estadística descriptiva.
- El tratamiento de la información: variables cuantitativas y variables cualitativas.
- La interpretación de variables e índices.
- El cálculo probabilístico.

no  
hay  
per



13-

- La teoría y práctica del muestreo.
- La inferencia estadística.
- La presentación de la información estadística.
- La información estadística en la Argentina.

6.1.2.d Técnicas de Venta I:

Finalidad:

Lograr que el alumno valore la metodización y la introducción de la tecnología al servicio de una optimización de los resultados de la gestión de venta.

Contenidos mínimos:

- Naturaleza de las técnicas de venta.
- La exposición de venta.
- Las técnicas de presentación del producto y del servicio.
- La demostración metodologizada.
- La entrevista.
- Las objeciones y cómo rebatirlas.
- Presentación de las ventajas y beneficios.

6.1.2.e Técnicas de la Comunicación II:

Finalidad:

Valorizar la comunicación no-verbal como una dimensión profunda del proceso general de comunicación, en orden a perfeccionar el propio estilo personal de relación.

Contenidos mínimos:

- La comunicación no-verbal.

no hay  
pkey



- La historia y perspectiva de la comunicación no-verbal en el proceso de la comunicación.
- La comunicación no-verbal y el entorno.
- La percepción del entorno.
- El concepto de territorialidad.
- La comunicación no-verbal y la apariencia física.
- La postura y los movimientos corporales.
- La comunicación: los gestos y el rostro.
- La capacidad para emitir y recibir señales no-verbales.

6.1.2.f Introducción a la Sociología:

Finalidad:

Comprender las relaciones sociales y las instituciones sociales como el marco dinámico dentro del cual se desarrollan los procesos de comercialización y venta para orientarlos conforme al mismo.

Contenidos mínimos:

- La cultura, la sociedad y el cambio social.
- El individuo y la sociedad: rol y status social.
- La socialización.
- La educación.
- El grupo y la masa.
- Los movimientos demográficos y la sociedad.
- La Clase social.
- La movilidad social.
- La marginación.
- Las instituciones de socialización.





## Ministerio de Educación y Justicia

15-



### 6.2.3.a Comportamiento del Comprador:

#### Finalidades:

Comprender la conducta del comprador industrial en orden a ajustar el proceso de venta.

#### Contenidos mínimos:

- Sistema de mercadotecnia industrial.
- El comprador industrial.
- La demanda y los productos.
- El cliente industrial.
- Los pedidos.
- Los proveedores.
- Los canales de distribución.

### 6.2.3.b Psicología Social I:

#### Finalidad:

Que el alumno reconozca el fenómeno social como in fluyente de los procesos psicológicos de los individuos.

Que comprenda las necesidades psicológicas plantea das por el desarrollo de las organizaciones y su consecuente complejización.

#### Contenidos mínimos:

- La persona, el grupo y la sociedad.
- Las necesidades psicológicas del hombre.
- Procesos manifiestos y latentes en el trabajo grupal.
- El liderazgo grupal.

un  
lag  
per



## Ministerio de Educación y Justicia

16-

- La cooperación y los roles en los grupos.
- El grupo de trabajo y la noción de tarea.
- El grupo y la cultura.
- La influencia socio-cultural en los grupos humanos.
- El proceso de institucionalización y sus consecuencias.
- El proceso de socialización.
- Cultura y sub-culturas.

### 6.2.3.c Técnicas de Venta II:

#### Finalidad:

Comprender las diversas técnicas disponibles para cada momento del proceso de venta en orden a poder aplicarlas en el momento preciso.

Desarrollar criterios de aplicación a la realidad de las técnicas utilizadas en las etapas de venta.

#### Contenidos mínimos:

- Principales elementos estratégicos de la negociación.
- Tácticas de la negociación.
- Planificación de la presentación personal ante el cliente.
- Los índices de compra.
- Métodos de cierre de venta.
- Mantenimiento de un cliente: el proseguir.

un  
Laz  
puy



## Ministerio de Educación y Justicia

17-

### 6.2.3.d Publicidad y Promoción I:

#### Finalidad:

Valorar el aporte de la publicidad a una campaña de venta en el sentido de su difusión y afianzamiento.

#### Contenidos mínimos:

- Los ámbitos de la publicidad y el negocio publicitario.
- Las estrategias de publicidad.
- La creatividad.
- La relación de la empresa anunciante con la agencia de publicidad.
- La investigación publicitaria.
- Tipos de campañas publicitarias.
- Los medios publicitarios.
- Planificación y evaluación de una campaña publicitaria.
- Deontología publicitaria.

### 6.2.3.e Investigación de mercado:

#### Finalidad:

Conocer los elementos y la mecánica que orientan el diagnóstico del mercado en orden a ajustar el proceso de venta.

#### Contenidos mínimos:

- El método científico en la investigación.
- Los modos de investigar el mercado.
- El análisis de situación.



## Ministerio de Educación y Justicia

18-



- Las pruebas piloto.
- El cuestionario.
- La recolección de datos.
- El encuestador.
- La muestra.
- El concepto de probabilidad.
- Supervisión del trabajo de campo.
- La codificación y la tabulación de datos.
- La interpretación de resultados.
- Los mercados de prueba.
- Los tipos de investigación de mercado.

### 6.2.3.f Teoría de la Comercialización II:

#### Finalidad:

Comprender los elementos que intervienen en la comercialización de servicios.

#### Contenidos mínimos:

- La comercialización de servicios.
- El sistema de servicción de la empresa de servicios.
- La gestión de la participación del cliente.
- Los clientes activos.
- El esfuerzo y el riesgo: dos dimensiones de los clientes pasivos.
- La gestión del personal en contacto.
- La oferta de servicios.
- La automatización de los servicios.

uno  
faj  
puy



## Ministerio de Educación y Justicia



19-

- Las redes: elección multi-localización y multi-servicios.
- La nueva actividad de servicios.
- La extensión de la oferta de servicios.

### 6.2.4.a Psicología Social II:

#### Finalidad:

Valorar la realización de un diagnóstico psicosocial de la realidad que presentan los diversos mercados.

Adquirir habilidad para emplear métodos y principios de la psicología social en la tarea de ventas.

#### Contenidos mínimos:

- Las relaciones humanas y la comunicación.
- La identificación y la interacción.
- La estructura de la comunicación grupal.
- Los medios masivos de comunicación.
- La tipificación de necesidades e intereses de una sociedad.
- Problemáticas sociales actuales.

### 6.2.4.b Estrategia y Dirección de Venta:

#### Finalidad:

Capacitarse en el planeamiento y organización de las variables y elementos que intervienen en el proceso de venta en orden a dirigir dicho proceso.



Contenidos mínimos:

- El planeamiento estratégico.
- El plan: requisitos, ventajas, desventajas.
- Determinación del campo estratégico.
- La estrategia dirigida a clientes.
- La estrategia competitiva en mercados incipientes.
- Las decisiones estratégicas.
- La dirección estratégica por objetivos.
- Los objetivos de la dirección de ventas.
- Pronósticos de venta.
- Los métodos apreciativos y matemáticos.
- Elaboración de presupuestos a partir del pronóstico de ventas.
- La distribución de la fuerza de venta.
- La remuneración, evaluación y supervisión de los vendedores.
- La selección y capacitación de vendedores.

6.2.4.c Política de Precios y Presupuestaria:

Finalidad:

Capacitarse en el uso de las variables presupuestarias en orden a orientar los costos en el proceso de ventas

Contenidos mínimos:

- El estudio de costos.
- Los costos directos e indirectos y su punto de equilibrio.





- La rentabilidad.
- El precio.
- La decisión en la fijación del precio.
- El precio como decisión interna y como decisión de mercado.
- El esquema valor-costos.
- La política presupuestaria.
- La previsión y el presupuesto de ventas.

6.2.4.d Publicidad y Promoción II:

Finalidad:

Que el alumno comprenda la promoción como un elemento interviniente en el desarrollo e implementación de la investigación de mercado.

Contenidos mínimos:

- La publicidad y la promoción.
- Los elementos de la promoción.
- La opinión pública y la promoción.
- La promoción comercial y la promoción de ventas.
- La información necesaria para la promoción.
- Las funciones de la promoción de ventas.
- La determinación de la mezcla promocional.
- La organización de una campaña de promoción.
- Las innovaciones en promoción.

6.2.4.e Ética y Deontología Profesional:

Finalidad:

Valorar una conducta ética en el desarrollo del



## Ministerio de Educación y Justicia

22-



rol profesional.

### Contenidos mínimos:

- El ser moral y la conducta humana.
- Los problemas éticos del hombre.
- Las diferentes respuestas éticas.
- Los deberes y derechos del hombre.
- La Deontología.
- La práctica profesional.

### 6.2.4.f Seminario de Integración:

La finalidad de dicho seminario es la de realizar un trabajo sistemático y orientado de interrelación e integración de los conocimientos adquiridos desde las diversas áreas de contenidos concier-  
nientes a ventas.

Los contenidos o temas a tratar serán definidos por el docente y los alumnos según intereses específicos.

## 7. CALENDARIO OPERATIVO PARA LA REALIZACION DEL ENSAYO:

### 7.1. Etapas principales del ensayo:

#### 7.1.1. Primera Etapa:

Comprende la implementación de la carrera de Técnico Superior en Venta. Se dictarán, en cuatrimestres sucesivos, todas las asignaturas correspondientes al plan y concluirá con una evaluación general de la etapa.

#### 7.1.2. Segunda etapa:

ms  
kay  
my





## Ministerio de Educación y Justicia

23-

Corresponde a la aplicación de los ajustes previstos resultantes de la evaluación del desarrollo de las asignaturas de la primera etapa.

### 7.1.3. Tercera Etapa:

Corresponde a la aplicación de los ajustes resultantes de las evaluaciones previas.

Comprende además la evaluación integral total del Proyecto y la presentación para la aprobación definitiva.

### 7.2. Plazos de cumplimiento:

#### 7.2.1. Primera Etapa:

Esta etapa se iniciará en abril de 1991 y se extenderá hasta diciembre de 1992.

#### 7.2.2. Segunda Etapa:

Esta etapa se extenderá desde abril de 1993 hasta agosto de 1993.

#### 7.2.3. Tercera Etapa:

La tercera etapa se iniciará en agosto de 1993 y se extenderá hasta diciembre de 1993 en que se presentará el plan definitivo.

### 7.3. Indicadores que se tomarán en cuenta para evaluar las etapas intermedias del ensayo:

#### 7.3.1. Con respecto al plan:

- La aplicación del plan.
- Los resultados del plan.
- El plan en sí mismo y su desarrollo.



7.3.2. Sectores a evaluar:

- Los profesores.
- Los alumnos.
- El departamento académico.
- La organización pedagógica.
- Los egresados.
- Identificación del plan.
- La estructuración.
- Los requerimientos personales.

8. DISEÑO DEL ESQUEMA DE EVALUACION DEL ENSAYO:

8.1. Objetivos:

Los señalados en 4.1.

8.2. Indicadores:

Los señalados en 7.3.

8.3. Instrumentos de evaluación:

8.3.1. Nivel de organización pedagógica:

Registros de Secretaría. Actas de Reuniones,  
Actas de Supervisión Pedagógica.

8.3.2. Nivel docente:

Entrevistas, Informes, Fichas de Seguimiento.

8.4. Momentos de evaluación:

8.4.1. Seguimiento, evaluación y reorientación permanentes.

8.4.2. Al término de cada etapa, señalada en 7.1 y 7.2. se cumplirá una evaluación formal del

uno  
de  
los  
puntos



*Ministerio de Educación y Justicia*



25-

Proyecto, de cuyo resultado surgirán los ajus  
tes a implementar en la etapa siguiente.

8.4.3. Al término de la tercera etapa, se cumplirá  
con la evaluación final del Proyecto para so-  
meterla a su aprobación definitiva.

*lu*

*un pz*

*my*