

CÓRDOBA, 6 de diciembre de 2024.-

VISTO:

La propuesta formativa de grado referida a las empresas y su administración dentro del ámbito del Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva, Universidad Provincial de Córdoba;

CONSIDERANDO:

Que desde el Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva de la Universidad Provincial de Córdoba se eleva una propuesta formativa de grado relativa a la administración de empresas con formato de carrera plena y con titulación intermedia de pregrado.

Que conforme se fundamenta, el avance tecnológico y la necesidad de mejora permanente de los procesos organizacionales de empresas para eficientizar la gestión, deja en evidencia la importancia de incorporar profesionales capacitados para manejar las complejidades de las organizaciones en un mundo globalizado, dinámico y cambiante que les permita identificar oportunidades, adaptarse a los cambios y liderar procesos de innovación.

Que la Universidad Provincial de Córdoba busca dar una respuesta a las tendencias y necesidades actuales del mercado laboral, a la demanda de innovación tecnológica y a la necesidad de contar con profesionales formados en áreas estratégicas de la gestión empresarial.

Que la oferta académica cuenta con una titulación intermedia de “Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial” a la cual podrán acceder los/as estudiantes que aprueben las veintidós (22) unidades curriculares contempladas entre primer y segundo año del plan de estudios.

0474

Que para obtener el título de “Licenciado/a en Administración de Empresas” los/as estudiantes deberán aprobar todas las unidades curriculares establecidas en el plan de estudios en las que se incluye el desarrollo, presentación y defensa oral de Trabajo Final de grado.

Que la oferta cuenta con el Visto Bueno de la Secretaría Académica y de Posgrado de la Universidad.

Que conforme lo establece el inc. C) del artículo 22 del Estatuto Universitario aprobado por Resolución Rectoral Nro. 173/2024 corresponde al Consejo superior “... crear, modificar y/o extinguir Ciclos de Complementación, Carreras...”.

Que ante ello corresponde aprobar la propuesta de formación de grado y crear la “Licenciatura en Administración de Empresas” elevada por el Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva, Universidad Provincial de Córdoba.

Que conforme a lo dispuesto por el art. 14 de la Ley Provincial Nro. 9.375, su modificatoria Ley Provincial Nro. 10.206, el Decreto Nro. 1.080/18, la Ley Provincial Nro. 10.704, la Resolución del Ministerio de Educación Nro. 591 - Letra D/2024, la Ley Provincial Nro. 10.953 y demás normativa aplicable, corresponden a la Rectora Normalizadora las atribuciones propias de su cargo y a su vez aquellas que el Estatuto les asigna a los futuros órganos de gobierno de la Universidad.

En virtud de todo ello, normativa citada y en usos de sus atribuciones;

**LA RECTORA NORMALIZADORA
DE LA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º: CRÉASE bajo el ámbito del Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva dependiente de la Universidad Provincial de Córdoba,

la carrera universitaria de grado: "Licenciatura en Administración de Empresas", con una duración de cuatro (4) años y con una carga horaria de dos mil seiscientos ocho (2608) horas reloj, la cual otorga el título de "Licenciado/a en Administración de Empresas", con titulación intermedia de pregrado: "Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial", con una duración de dos (2) años y con una carga horaria de un mil cuatrocientos ocho (1408) horas reloj.

ARTÍCULO 2º: **APRUÉBASE** el plan de estudios que en Anexo se acompaña y forma parte de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3º: **PROTOCOLÍCESE**, comuníquese y archívese

RESOLUCIÓN Nro. 0474.-




Esp. María Julia Oliva Cúneo
Rectora Normalizadora
Universidad Provincial de Córdoba

ANEXO

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA

INSTITUTO DE GESTIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y PRODUCTIVA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Identificación de la carrera

1.1. Nombre de la Carrera

Licenciatura en Administración de Empresas

1.2. Nombre del título a otorgar

Licenciado/a en Administración de Empresas

1.3. Duración estimada

4 (cuatro) años

1.4. Carga horaria total

2608 (dos mil seiscientos ocho) horas reloj

1.5. Nivel académico universitario

Grado

1.6. Modalidad

Presencial

1.7. Título intermedio

Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial

1.8. Duración estimada

2 (dos) años

1.9. Carga horaria

1408 (un mil cuatrocientos ocho) horas reloj

1.10. Nivel académico universitario

Pregrado

1.11. Modalidad

Presencial

1.12. Ubicación en la estructura institucional

Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva, Universidad Provincial de Córdoba.

1.13. Fundamentación

Gestionar organizaciones de toda índole y tamaño implica el conocimiento de muchas disciplinas que se articulan para lograr el funcionamiento armonioso de los diferentes procesos de cada área que componen la empresa.

En la actualidad, el avance tecnológico y la necesidad de mejora permanente de los procesos organizacionales para eficientizar la gestión, deja en evidencia la importancia de incorporar profesionales capacitados para manejar las complejidades de las organizaciones en un mundo globalizado, dinámico y cambiante que les permita identificar oportunidades, adaptarse a los cambios y liderar procesos de innovación. La transformación digital impacta en la forma en que las empresas operan, interactúan con los clientes y participan en el mercado.

El entorno empresarial actual se caracteriza por atender a la globalización, es decir las empresas operan en un mercado global, lo que exige comprensión de diversas culturas y economías. Además, considera la adaptación a la transformación digital, lo que implica una reconfiguración en la forma en que las organizaciones operan y se relacionan con sus clientes. Los profesionales deben ser capaces de integrar tecnologías emergentes en sus estrategias. También fomenta la sostenibilidad a partir de integrar prácticas sostenibles para articular el impacto ambiental y social de sus decisiones.

La Licenciatura en Administración de Empresas se establece como una respuesta educativa integral a los desafíos contemporáneos en el ámbito empresarial, brindando conocimientos y herramientas técnicas para lograr la optimización y la eficiencia organizacional; habilidades colaborativas y de comunicación que favorezcan la innovación y la agilidad y conocimientos tecnológicos para gestionar la información y la comunicación tanto interna como externa.

A través de un currículum orientado a la innovación y la gestión estratégica, se busca formar profesionales que sean competentes, responsables y comprometidos con el desarrollo sostenible de las organizaciones en las que participen. Su enfoque prioriza la integración de la tecnología en la gestión empresarial y la capacidad analítica posicionando a los egresados como líderes estratégicos y agentes de cambio preparados para afrontar los retos y aprovechar las oportunidades.

La Universidad Provincial de Córdoba (UPC) busca dar una respuesta a las tendencias y necesidades actuales del mercado laboral, a la demanda de innovación tecnológica y a la necesidad de contar con profesionales formados en áreas estratégicas de la gestión empresarial. Por ello, la Licenciatura en Administración de Empresas brindará oportunidades de inserción laboral rápida y de calidad a sus egresados, y contribuirá al crecimiento y competitividad de las organizaciones a nivel local, provincial y nacional.

2. Horizontes de la carrera

2.1. Objetivos de la carrera

- Formar profesionales capaces de liderar procesos de cambio y mejora continua en las organizaciones con responsabilidad social, desarrollando estrategias innovadoras, gestionando proyectos y promoviendo una cultura de colaboración.
- Proveer de herramientas a los futuros/as profesionales para que promuevan prácticas empresariales responsables que consideren el bienestar social y ambiental de la comunidad.
- Comprender las inscripciones contextuales, históricas, sociales, políticas, culturales, entre otras, para desarrollar prácticas eficientes de administración empresarial.
- Gestionar utilizando herramientas tecnológicas que potencien los negocios.
- Conocer sobre planificación e implementación de emprendimientos a fin de orientar el crecimiento y desarrollo de nuevas oportunidades de negocios.

2.2. Perfil del Egresado/a

Se espera que al finalizar su proceso de formación el/a *Licenciado en Administración de Empresas* haya logrado adquirir conocimientos, habilidades/competencias y actitudes para:

- La aplicación de herramientas estratégicas para coordinar, liderar y desarrollar planes de acción de manera colaborativa que operen a escala nacional e internacional.
- El desarrollo de estrategias de integración de tecnología en todas las áreas de la organización con innovación en la gestión de sistemas y los procesos administrativos internos.
- La identificación de oportunidades y amenazas en el entorno empresarial y formulación de soluciones innovadoras.
- La promoción de una cultura de innovación en la empresa, rediseñando las experiencias de los clientes.
- La adquisición de las competencias necesarias para iniciar y gestionar un negocio

Se espera que al finalizar su proceso de formación el/a *Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial* haya logrado adquirir conocimientos, habilidades/competencias y actitudes para:

- Coordinar los planes operativos y los procesos propios de la administración con soporte de herramientas tecnológicas adecuadas.
- Ejecutar operaciones en áreas funcionales y asistir a otros en diferentes empresas.
- Colaborar y participar en áreas de gestión estratégica, planeamiento, dirección y control; desarrollando su actividad con responsabilidad sobre los recursos que gestiona.

2.3. Alcances de los títulos

2.3.1. Alcance del Licenciado/a en Administración de Empresas

El/la *Licenciado/a en Administración de Empresas* está capacitado/a para desempeñar las siguientes actividades laborales:

- Liderar y administrar organizaciones, implementando proyectos de innovación y mejora continua, alineados a la estrategia organizacional.
- Rediseñar la experiencia de los clientes internos y externos de la empresa.
- Establecer prácticas, políticas y procesos para el diseño estratégico de nuevos productos y servicios, promoviendo una cultura de aprendizaje continuo y colaboración entre los equipos, incorporando el uso de la tecnología.
- Proponer productos y modelos de negocio innovadores para mejorar la oferta de la empresa.
- Asesorar a empresas en la formulación e implementación de estrategias y en la gestión de proyectos innovadores.
- Planear, analizar e implementar estrategias enfocadas a la globalización de las organizaciones con proyección internacional.
- Conducir las operaciones de organizaciones globales desde diversos enfoques.

2.3.2 Alcance del Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial

El/la *Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial* está capacitado/a para desempeñar las siguientes actividades laborales:

- Ejecutar funciones en las diferentes áreas de una organización, aportando conocimientos y herramientas que favorezcan la consecución de los objetivos planteados.
- Utilizar herramientas tecnológicas para optimizar la gestión.
- Tomar decisiones operativas en la coordinación y liderazgo de proyectos en equipo
- Asistir en la gestión como apoyo a procesos de planificación, toma de decisiones y control.

3. Diseño curricular de la Carrera

3.1. Requisitos de Ingreso

En virtud de lo establecido en el artículo 7 de la Ley de Educación Superior 24521/95, para ingresar a instituciones de la Educación Superior el ingresante debe tener

completos sus estudios secundarios. También se prevé que las personas "mayores de 25 años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de las evaluaciones que en su caso establezcan, que tienen preparación y/o experiencia laboral acorde con los estudios que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente".¹

3.2. Requisitos de egreso

Para obtener el título de *Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial* los/as estudiantes deberán aprobar veintidós (22) unidades curriculares, contempladas entre primer y segundo año en el plan de estudios.

Para obtener el título de *Licenciado/a en Administración de Empresas* los/as estudiantes deberán aprobar todas las unidades curriculares establecidas en el plan de estudios en las que se incluye el desarrollo, presentación y defensa oral de Trabajo Final de grado.

3.3. Estructura Curricular

a.-Unidades Curriculares, código, formato, asignación horaria semanal, total y condición académica

¹ Ley de Educación Superior 24521/95. Art. 7 del Capítulo 2: De la Estructura y articulación de la Educación Superior.

Primer Año									
Unidades curriculares semestrales									
1° semestre					2° semestre				
Unidad curricular (UC)	Cód. UC	Horas reloj semestrales	Hs. reloj semanales	Condición académica	Unidad curricular	Cód. UC	Horas reloj semestrales	Hs reloj semanales	Condición académica
Gestión Contable y Sistemas de Información 1	01	96	6	Promoción Regular Libre	Gestión Contable y Sistemas de Información 2	06	96	6	Promoción Regular Libre
Sociología Organizacional	02	64	4	Promoción Regular Libre	Matemática Financiera	07	64	4	Promoción Regular Libre
Gestión Empresarial	03	64	4	Promoción Regular	Arquitectura Organizacional	08	64	4	Promoción Regular

1° semestre						2° semestre			
Unidad curricular	Cód UC	Horas reloj semestrales	Hs reloj semanales	Condición académica	Unidad curricular	Cód UC	Horas reloj semestrales	Hs reloj semanales	Condición académica
Contabilidad de Gestión	11	64	4	Promoción Regular Libre	Gestión Tributaria	17	64	4	Promoción Regular Libre
Principios de Economía	12	64	4	Promoción Regular Libre	Macroeconomía	18	64	4	Promoción Regular Libre
Marco Jurídico	13	48	3	Promoción Regular Libre	Derecho Laboral y de la Seguridad Social	19	64	4	Promoción Regular Libre

Derecho y Gestión de las Organizaciones	14	64	4	Promoción Regular Libre	Emprendedurismo	20	48	3	Promoción Regular Libre
Investigación de Mercados	15	64	4	Promoción Regular Libre	Marketing y Negocios Digitales	21	48	3	Promoción Regular Libre
Práctica Profesionalizante 1	16	64	4	Promoción Regular	Práctica Profesionalizante 2	22	64	4	Promoción Regular

Totales 2° año

Unidades curriculares: 12 (doce) semestrales

Horas reloj anuales: 720 (setecientas veinte)

Horas reloj semanales: Primer semestre: 23 (veintitrés) y segundo semestre: 22 (veintidos)

Carga horaria total de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión Empresarial: 1408 (mil cuatrocientos ocho) horas reloj.

Hasta aquí quien cursa y aprueba todas las unidades curriculares obtendrá el título de Técnico/a Universitario/a en Gestión Empresarial

Tercer Año									
Unidades curriculares semestrales									
1° semestre					2° semestre				
Unidad curricular	Cód. UC	Horas reloj semestrales	Hs reloj semanales	Condición académica	Unidad curricular	Cód. UC	Horas reloj semestrales	Hs reloj semanales	Condición académica
Comercio Internacional	23	48	3	Promoción Regular Libre	Administración Estratégica	29	64	4	Promoción Regular Libre
Neurociencias Aplicadas a la Gestión Empresarial	24	48	3	Promoción Regular Libre	Economía de la Empresa	30	64	4	Promoción Regular Libre

Logística	25	64	4	Promoción Regular Libre	Gestión de Proyectos de Innovación	31	48	3	Promoción Regular Libre
Gestión financiera	26	64	4	Promoción Regular Libre	Competencias para la Gestión	32	64	4	Promoción Regular Libre
Derecho Comercial Internacional	27	64	4	Promoción Regular Libre	Gestión de la Producción	33	48	3	Promoción Regular Libre
Inglés Comunicacional	28	32	2	Promoción Regular Libre					

Totales 3° año

Unidades curriculares: 11 (once) semestrales

Horas reloj anuales: 608 (seiscientos ocho)

Horas reloj semanales: Primer semestre: 20 (veinte) y segundo semestre: 18 (dieciocho)

Cuarto Año									
Unidades curriculares semestrales									
1° semestre					2° semestre				
Unidad curricular	Cód UC	Hs reloj semestrales	Hs reloj semanales	Condición académica	Unidad curricular	Cód UC	Hs reloj semestrales	Hs reloj semanales	Condición académica
Dirección Estratégica	34	48	3	Promoción Regular Libre	Negociación y Resolución de Problemas	39	48	3	Promoción Regular Libre
Diseño de Experiencias Digitales y Estrategia Empresarial	35	64	4	Promoción Regular Libre	Marketing de Servicios Profesionales	40	64	4	Promoción Regular Libre

Comportamiento Organizacional	36	64	4	Promoción Regular Libre	Ética y Ejercicio Profesional	41	48	3	Promoción Regular
Electiva 1	37	64	4	Promoción Regular Libre	Electiva 2	42	64	4	Promoción Regular Libre
Proyecto Final de Innovación Empresarial 1	38	64	4	Promoción Regular	Proyecto Final de Innovación Empresarial 2	43	64	4	Promoción Regular

Totales 4° año

Unidades curriculares: 10 (diez) semestrales.

Horas reloj anuales: 592 (quinientos noventa y dos)

Horas reloj semanales: Primer semestre: 19 (diecinueve) y segundo semestre: 18 (dieciocho)

Carga horaria total de la carrera Licenciatura en Administración Empresarial: 2608 (dos mil seiscientos ocho) horas reloj

b. - Modalidad de dictado de las unidades curriculares

La modalidad es presencial.

c. -Contenidos mínimos de las unidades curriculares

PRIMER AÑO

01- Gestión Contable y Sistemas de Información 1

Historia y evolución de la contabilidad. Componentes y características de los sistemas de información contable. El Papel de la Contabilidad en la Toma de Decisiones: Importancia de la contabilidad para la toma de decisiones. Usuarios internos y externos de la información contable. Ética en la toma de decisiones, principios éticos y su aplicación en decisiones contables. Normas Contables Vigentes y Tipos de Información Contable: Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Información patrimonial, económica, financiera, de gestión y socioambiental. Captación y Registro de Información Contable: Proceso de captura de datos y documentación comercial. Análisis y registro de documentos comerciales (facturas, remitos, notas de débito/crédito). El Patrimonio y su Gestión: Concepto de patrimonio y sus componentes. Variaciones patrimoniales y su impacto. Aportes, resultados acumulados, distribución de utilidades, acciones, primas, descuentos de emisión. La partida doble y el plan de cuentas: Método de la partida doble. Elaboración y gestión de un plan de cuentas. Ecuación Contable: Ecuación contable estática y dinámica. Variaciones patrimoniales. Cuentas de Activo: Caja y Bancos: Arqueo de caja, conciliación bancaria, fondo fijo, caja en moneda extranjera. Inversiones: Inversiones transitorias, plazos fijos. Créditos: Créditos por ventas, tratamiento de los intereses, descuento de documentos. Bienes de Cambio: Valuación de inventarios, inventario permanente, método global, determinación del costo de mercadería vendida (CMV). Bienes de Uso: Características, clases, amortización, resultado de venta de bienes de uso. Activos Intangibles: Definición, características y tratamiento contable. Cuentas de Pasivo: Deudas: Clasificación, provisiones y devengamientos. Provisiones y Devengamientos: Tratamiento contable y normativas aplicables. Gestión de Riesgos y Control Interno: Identificación, evaluación y mitigación de riesgos financieros, y procesos de control interno para asegurar la eficiencia y cumplimiento normativo. Ejercicio Económico y Operaciones Previa

Balance General: Balance de Comprobación de Sumas y Saldos: Preparación y análisis. Inventario General y Ajustes al Balance: Arqueo de fondos y valores, conciliaciones bancarias, inventario de mercaderías, registración y cálculo del CMV, depuración de deudores, amortización de bienes de uso, principio de lo devengado. Digitalización de Procesos Contables: Implementación de software contable para automatizar procesos y mejorar la eficiencia.

02- Sociología organizacional

Importancia de las organizaciones en la vida moderna. Razones y consecuencias de la expansión de las organizaciones en las sociedades modernas. Aspectos centrales de la organización: Contexto. Objetivos. Estructura. La interacción social como base de las organizaciones.. Tipos de organizaciones. Las teorías clásicas de las organizaciones: F. Taylor y H. Fayol. Elton Mayo. La perspectiva de la Teoría de la Burocracia: Max Weber. Las teorías de las organizaciones como sistemas de cooperación: Philip Selznick. El constructivismo como teoría organizacional. Los estudios organizacionales. Introducción a los estudios organizacionales en América Latina. La crisis y el cambio en las organizaciones. Estructuras y procesos en diferentes tipos de organizaciones: empresas, organismos de la administración pública y organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro. Formas organizacionales: funcional, divisional, matricial, reticular. Participación, motivación y procesos de comunicación en las organizaciones. Introducción al análisis organizacional. Análisis organizacional. Marco teórico para el análisis organizacional. Identidad. Dominios de las organizaciones. El análisis organizacional. Las dimensiones relevantes en el análisis organizacional: el proyecto, la estructura organizativa, la integración psico-social, las condiciones de trabajo, el sistema político y el contexto. El análisis organizacional como estrategia de cambio. El rol del analista organizacional.

03- Gestión Empresarial

La Administración general como disciplina de observación, análisis y gestión de las organizaciones. Evolución del pensamiento administrativo. Sistemas. Sistemas abiertos y cerrados. Funciones de la administración. Criterios del administrador. Recursos organizacionales. RSE. Estrategias para la creación de valor social. Responsabilidad empresarial y sostenibilidad. Innovación social y su impacto en la comunidad. Responsabilidad Social del Administrador. Función de planeamiento. Propósito organizacional. Visión, misión, valores, objetivos, metas, políticas, estrategias y proyectos. Función de organizar: división de tareas, delegación, coordinación. Liderazgo. Relaciones de mando, asesoría, servicio, apoyo. Variables de tamaño,

tecnología, organización. Función de control. Tipos, elementos y herramientas de control. Normas, registros, indicadores, medidas de corrección.

04- Matemática Aplicada

Fundamentos de matemáticas aplicadas. Descriptores. Algebra. Ecuaciones. Función Lineal. Función Cuadrática. Aplicación económica de la función lineal. Modelo de Costo-Ingreso-Beneficio. Modelo de Mercado. Representación gráfica de resultados económicos. Interpretación de gráficos y visualización de datos. Aplicación económica de las funciones matemáticas. Uso de herramienta informática. Aplicaciones financieras y de mercado.

05- Tecnologías Digitales 1

Administración de la relación con los clientes (CRM): Plataformas tecnológicas, análisis de la herramienta. Valor del tiempo de vida del cliente (CLTV): Cálculo del valor neto de ingresos generados por el cliente. Grandes volúmenes de datos (Big Data): Concepto y aplicación en la empresa. Análisis para la toma de decisiones. Minería de datos: concepto. Aplicación en marketing digital y optimización de procesos administrativos. Inteligencia Artificial (A.I.): concepto, tipos, aplicación en las empresas y en los negocios digitales. Robótica cognitiva: concepto y aplicación.

06- Gestión Contable y Sistemas de Información 2

Sistemas de Registración Contable: Concepto y tipos de sistemas de registración. Libros obligatorios e indispensables: libro diario y mayor. Disposiciones Legales sobre Libros de Comercio: Normativa vigente y requisitos legales para la registración contable. Análisis de la normativa aplicable y su implementación práctica. Operaciones Contables Básicas: Registro de operaciones contables básicas: compras, ventas, pagos y cobros. Tratamiento contable de intereses, descuentos y bonificaciones. Bienes de Cambio e IVA: Contabilización de compras y ventas de bienes de cambio. IVA: Concepto, tipos de contribuyentes, base imponible, hecho imponible, alícuotas, débito y crédito fiscal. Facturación, registración y libros IVA. Estados Contables Básicos: Elaboración del Balance de Sumas y Saldos y la hoja preparatoria del Balance. Determinación de resultados contables. Sistemas y Medios de Procesamiento de Datos: Uso de software

contable para el procesamiento de datos. Implementación de inteligencia artificial en la automatización de procesos contables. Culminación del Proceso Contable: Control de la registración y aseguramiento de la exactitud contable. Elaboración de informes contables y su análisis.

07- Matemática Financiera

Interés y descuento. La tasa de interés. El factor de capitalización. Capitalización múltiple. Equivalencia de tasas. La tasa diaria equivalente. Evolución del capital. La función exponencial. Análisis gráfico de equivalencia. La tasa anual equivalente. La tasa de descuento. El factor de descuento. Tasas de interés y de descuento equivalentes. Actualización múltiple. Equivalencia de tasas de descuento. La tasa efectiva anual. La tasa nominal anual vencida. Proporcionalidad y equivalencia. La tasa nominal anual adelantada. Relaciones de orden entre tasas equivalentes. Tasa periódica de inflación. Tasa multiperiodica. Tasa periódica promedio. Tasas de interés aparente y real. Rentas Ciertas. Concepto de renta. Elementos. Clasificación. Valor final de una renta vencida. Representación gráfica de la evolución del capital. Cálculo de los elementos de la renta. Determinación de la tasa de interés. Escindibilidad del factor de capitalización. Valor final de una renta adelantada. Representación gráfica de la evolución del capital. Equivalencia entre el capital final de una renta vencida y el de una adelantada. Cálculo de los elementos de la renta. Escindibilidad de la renta adelantada. Valor actual de una renta vencida. Relación entre las funciones de actualización y capitalización. Cálculo de los elementos de la renta. Escindibilidad del factor de actualización. Valor actual de una renta adelantada. Equivalencia entre el valor actual de una renta vencida y el de una adelantada. Cálculo de los elementos de la renta. Escindibilidad del factor de actualización. Valor actual de una renta diferida. Valor actual de una renta anticipada. Valuación de rentas perpetuas. Sistemas de amortización de deudas. Sistemas de amortización de deudas. Amortizaciones periódicas y globales. Características y condiciones. Composición de la cuota. Sistema de cuota constante. Descomposición de la cuota. Amortizaciones acumuladas. Determinación del saldo de deuda. Representación gráfica de la evolución del saldo. Tasa de amortización. Expresiones recursivas del saldo. Anticipo de cuotas. Pago anticipado. Sistema francés con tasa variable. Cálculo de los saldos. Cálculo de las cuotas. Expresiones recursivas del saldo. Anticipo de cuotas. Sistema de amortización constante. Evolución del saldo. Determinación de la cuota. Variación de la cuota. Tasa de amortización. Expresiones

reursivas del saldo. Cancelación anticipada parcial y total. Empréstitos. Formas de reembolso, reembolso global. Rescates periódicos constantes. Plazo de gracia. Reembolsos multiperiodicos. Obligaciones enteras. Obligaciones fraccionadas. Modalidades de colocación y rescate. Colocación no a la par. Valor de colocación. Tasa efectiva. Rescate no a la par. Valor de rescate. Tasa efectiva. Suscripción y rescate no a la par. Negociación de obligaciones. Elementos de cálculo actuarial. Tabla de mortalidad. Probabilidad de vida. Probabilidad de muerte. Probabilidad diferida de muerte. Seguros en caso de vida. Capital diferido. Prima única. Rentas vitalicias. Rentas vitalicias subperiódicas. Primas periódicas. Seguros en caso de muerte. Seguro de vida entera. Seguros diferido y temporario. Seguro mixto. Relación entre rentas vitalicias y seguros en caso de muerte. Valoración actuarial implícita en operaciones financieras ciertas. Reserva matemática. La prima natural. Valoración de la reserva. Métodos prospectivo y retrospectivos. Capitalización actuarial. El seguro de retiro. Concepto. Etapa de aportes, formación del fondo. Etapa de retiro, distintas modalidades.

08- Arquitectura Organizacional

Teoría general de los sistemas. Enfoque sistémico. Networking. Digitalización en los procesos organizacionales. Identidad organizacional. Planeación y estrategia. Plan de negocios y modelo de negocios que integren sostenibilidad y tecnología. Estructura organizacional. Sistemas operativos y organizacionales. Sistemas administrativos. Procesos y flujos de trabajo. Comunicación y coordinación. Control interno. Conceptualización y clasificación de modelos. Metodologías de cambio y adaptación continua, como Design Thinking y Agile. Uso de plataformas digitales para la co-creación de productos y servicios.

09- Estadística y Ciencia de Datos

Estadística descriptiva y medidas numéricas. Su importancia en el análisis de datos. Elaboración de informes estadísticos. La probabilidad y sus aplicaciones. Distribución de probabilidad, estadística inferencial: muestreo y distribución de muestreo. Diseño de experimentos aplicados. Estimador y estimaciones. Criterios para seleccionar un buen estimador. Determinación del tamaño de muestra en estimación. Series de tiempo y pronóstico. Problemas que incluyen a las cuatro componentes de una serie de tiempo.

Análisis de series de tiempo. Números índice. Uso de los números índice. Problemas relacionados con los números índice. Desarrollar la capacidad de análisis. Integración de herramientas tecnológicas avanzadas en el análisis de datos. Aplicación de enfoques innovadores para resolver problemas complejos a través de la colaboración y la co-creación. Desarrollo de una visión holística que considere diversas perspectivas y datos multidimensionales en el análisis y la toma de decisiones.

10- Gestión Integral del Capital Humano

La Administración de Recursos Humanos. Enfoque moderno de la gestión del talento humano. Objetivos, funciones y procesos. El rol de los Recursos Humanos en la organización. Planeación de recursos humanos. Planificación y Proyección de Recursos Humanos. La demanda de recursos humanos y las técnicas de pronóstico. Análisis de tareas, métodos y procedimientos para su realización. Descripción y Especificación de puestos. Diferencias. Reclutamiento. Selección de recursos humanos. La provisión de recursos humanos. Naturaleza del reclutamiento. Proceso de reclutamiento. Solicitud de empleo. Selección de Personal. Base de datos. Técnicas de selección. Proceso de Inducción. Desarrollo de recursos humanos. Capacitación. Entrenamiento y Formación en el puesto de trabajo. Planificación de Carrera. Administración de programas de ascenso y promoción interna. Evaluación de desempeño. Fines y objetivos de un programa de evaluación de desempeño. Modalidades. El proceso de evaluación. Compensaciones. Fines y objetivos de un sistema de remuneraciones. Sistema de incentivos y compensación variable. Relación con otros procesos o sistemas. Administración y cumplimiento de la legislación laboral y del Sistema de la Seguridad Social. Documentación, registro y procesamiento de la información laboral. Liquidación de sueldos. Control de ausentismo y puntualidad. Higiene y Seguridad laboral. Riesgos del trabajo. Construcción de un sistema de información de recursos humanos. Relaciones laborales y comunicación interna. La comunicación empresarial. Modelos de comunicación aplicables a la gestión de las personas. Relaciones laborales en la empresa. Los sindicatos y la administración de los recursos humanos. Estructura y funciones de los sindicatos. Habilidades blandas en la gestión del talento humano. Trabajo en equipo: estrategias para fomentar la colaboración y el trabajo conjunto. Comunicación: importancia de la comunicación efectiva, herramientas y técnicas para implementarla en la organización. Liderazgo: estilos de liderazgo y su impacto en la gestión de equipos; enfoque de doble mirada 360.

11- Contabilidad de Gestión

Contabilidad Financiera. Contabilidad Administrativa. Contabilidad de Costos. Similitudes y diferencias. La Contabilidad de Gestión ante la nueva realidad de los negocios. Clasificación de Costos. Comportamiento de los costos. Ciclo y flujo de costos. Costo del producto. Materia prima. Proceso de compra en distintas actividades. Registros. Sistema de valuación. Mano de obra. Costos indirectos de fabricación. Asignación. Técnicas de costeo aplicables a operaciones. Métodos Absorbente y Variable. Departamentalización del sector productivo y de servicios. Distribución de costos. Registros contables. Producción de informes con la utilización de software específicos. Modelos de costeo. Costos por orden de producción. Costos por proceso. Aplicación de los modelos de costeo según la actividad de la organización. Costos estimados. Costos estándar. Presupuestos. Técnicas de planificación y control de operaciones. Plan de producción. Análisis de capacidad. Criterios para mejorar la productividad. Técnicas de costeo aplicables en operaciones.

12- Principios de Economía

Introducción a la Economía. Objeto y método de la economía. Los hechos y análisis económicos. Teoría económica y política económica. Ramas de la economía política. Problemas fundamentales de la economía. El proceso productivo: Corriente circular de la riqueza. Sectores que intervienen. Los factores de la producción: naturaleza, mano de obra, capital, tecnología. Desempleo, causas y efectos del desempleo. Productividad de factores. Curva de posibilidades de producción. Ley de los rendimientos decrecientes. Teoría de los costos de producción. El destino de la producción: Consumo – ahorro – inversión. Efecto multiplicador de la inversión. Modelo de negocios sostenibles basados en la economía circular. Sector monetario y financiero. El problema financiero. Activos financieros. Agregados monetarios. Creación de dinero bancario. Las Autoridades monetarias y el control de los medios de pago. La política monetaria. El Sistema monetario y financiero argentino. Distorsiones que sufre la moneda: Inflación. Hiperinflación. Deflación. Devaluación. El sector público: El rol del estado en la economía. La eficiencia. La equidad. El crecimiento y la estabilidad macroeconómicos. Sector Gobierno y Sector Público. La actividad financiera del Estado. El Sistema Tributario. La Coparticipación Impositiva. Indicadores del Sector Público. El

Presupuesto del Estado. La Tesorería General de la Nación. La Deuda Pública. El impacto de la tecnología en la economía moderna. Nuevos modelos de negocio en la economía digital. Análisis de plataformas digitales y su papel en el comercio. Innovaciones disruptivas y su efecto en la competitividad. Tendencias Contemporáneas en Contabilidad: Contabilidad Verde: Enfoques y prácticas para la sostenibilidad financiera. Contabilidad para Startups: Desafíos y soluciones contables específicas para nuevas empresas. Tecnologías Emergentes: Impacto de la IA, blockchain y big data en la contabilidad.

13- Marco Jurídico

El Código Civil y Comercial Argentino. Personas. Hechos y actos jurídicos. Obligaciones Comunes de la actividad comercial. Defensa del consumidor. Ley 24240. Representación mercantil y auxiliares de comercio. Teoría General de los Contratos: consumo, compraventa, permuta y cesión, derechos de agencia, concesión y distribución, franquicia. Contratos de Garantía: fianza, prenda común, prenda con registro, hipoteca, prenda agraria. Contratos financieros y bancarios. Transformación Digital: Estudio del impacto de la digitalización en las relaciones comerciales y contractuales, incluyendo la implementación de plataformas electrónicas para la celebración de contratos. Uso de app SimpLex.

14- Derecho y Gestión de las Organizaciones

Ley General de Sociedades: Análisis de la Ley General de Sociedades y sus aplicaciones. Tipos de Sociedades: Clasificación y características de las sociedades (SAS, SAU, SRL, SA). Contrato de Sociedad: Elementos esenciales y cláusulas típicas del contrato de sociedad. Funciones y Responsabilidades: Roles y responsabilidades de los socios. Órganos de Gobierno, Administración y Fiscalización: Estructura y funciones de los órganos societarios. Clasificación y Estudio de Sociedades: Diferencias, similitudes e importancia de los distintos tipos de sociedades. Cooperativas y Mutuales: Análisis y organización de cooperativas y mutuales. Asociaciones Civiles y Fundaciones: Estructura y funcionamiento de asociaciones civiles y fundaciones. Instituciones y Órganos de Control: Instituciones reguladoras y órganos de control de sociedades y de las organizaciones de la sociedad civil. Páginas Web de Organismos de Control: Utilización de sitios como ARCA (Agencia de regulación y control aduanero), IPJ (Inspección de Personas Jurídicas), e INAES (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social de Argentina). Incorporación de Tecnología en la Gestión: uso de plataformas digitales para la gestión de sociedades, facilitando la presentación de documentos y el cumplimiento de regulaciones.

15- Investigación de Mercados

Fundamentación de la investigación de mercado. Objetivos de la investigación de mercado. Proceso de investigación de mercado. Tipos de investigación de mercado. Métodos y técnicas de investigación de mercado. Herramientas de investigación de mercado: encuestas, entrevistas y análisis de datos secundarios. Fuentes de datos y herramientas digitales para recolección de datos. Herramientas de encuestas, de análisis de datos cuantitativos y cualitativos, de análisis de competencia, de pruebas y experimentos. Técnicas de análisis de datos. Presentación de resultados de investigación de mercado y toma de decisiones. Investigación de mercados en el contexto de innovación: validación de ideas, productos y servicios innovadores. Relación entre Marketing e Investigación de mercado. Análisis de datos y herramientas digitales. Ética en la investigación de mercado.

16- Práctica Profesionalizante 1

Las prácticas profesionalizantes articulan aprendizajes de los diferentes módulos y espacios curriculares. La puesta en práctica de lo aprendido en situaciones reales de trabajo, generan nuevos y potentes contenidos, saberes teóricos y prácticas socialmente productivas. Las prácticas profesionalizantes deben planificarse dentro del Marco del Proyecto Institucional de Prácticas Profesionalizantes, que asegure poner en práctica saberes profesionales significativos sobre procesos socio productivos de bienes y servicios que tengan afinidad con el futuro entorno de trabajo, integren el uso de herramientas tecnológicas, uso de simuladores, IA y que potencien y fortalezcan las habilidades blandas. El trabajo transversal de las habilidades blandas requeridas por el futuro entorno socio productivo: Adaptabilidad, Iniciativa- proactividad, Positividad. Pensamiento crítico, Organización, Tolerancia a las críticas, Resolución de conflictos, Trabajo en equipo, Comunicación, Sociabilidad, Creatividad, Orientación al logro, Negociación, Liderazgo, Puntualidad. Los formatos propuestos para el desarrollo de la Práctica Profesionalizante son: estudios de casos, trabajo de campo, observatorio, pasantías educativas, proyectos, ciclos de conferencias, cursos, seminarios, talleres, simulaciones y visitas formativas.

17- Gestión Tributaria

Impuestos Nacionales: Impuesto al Valor Agregado (IVA): Concepto, base imponible, alícuotas, regímenes de percepción y retención, uso de software de facturación electrónica. Impuesto a las Ganancias. Impuesto sobre los Bienes Personales. Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios. Impuestos Internos. Concepto, base imponible, alícuotas, regímenes de percepción y retención. Impuestos Provinciales: Impuesto sobre los Ingresos Brutos, Convenio Multilateral: Concepto, base imponible, alícuotas, regímenes de percepción y retención. Impuestos Municipales: Contribución a la Industria, Comercio y Servicios: Concepto, base imponible, alícuotas, regímenes de percepción y retención. Tecnologías y Modernización Tributaria: Uso de Software Contable y Fiscal: Herramientas digitales para la gestión tributaria, como SAP, Oracle, y Microsoft Dynamics. Plataformas Digitales para la Presentación de Impuestos: Implementación, beneficios y uso de ARCA (Agencia de Regulación y Control Aduanero).

18- Macroeconomía

La macroeconomía como escenario analítico. Principales indicadores y datos de la contabilidad nacional. Historia económica y social. Política económica. Mercado de bienes y servicios. Producto bruto interno (PBI). El PBI y sus formas de cálculo. Comportamientos de los componentes del PBI en las diferentes fases del ciclo económico. Producto neto interno (PNI). Sector privado: consumo, ahorro e inversión. Sector público: gasto público, impuestos y transferencias. Resultado fiscal. El multiplicador. función is. Mercado financiero. El Banco Central y el sistema financiero. Multiplicador monetario. Función Im. Política fiscal y monetaria bajo el modelo is-Im en una economía cerrada. El equilibrio general. Determinación del producto: oferta y demanda agregada. Modelo clásico y modelo keynesiano. Inflación y desempleo. Política fiscal y monetaria bajo el modelo oferta agregada y demanda agregada. Los tipos de cambio, los ciclos económicos y la política macroeconómica en una economía abierta. Crecimiento económico.

19- Derecho Laboral y de la Seguridad Social

Fuentes del derecho laboral. La relación laboral. Contenido del contrato de trabajo. Derecho individual del trabajo. Derecho colectivo del trabajo. Derecho de la seguridad social. Ley de contrato de trabajo. La remuneración. La jornada laboral. Licencias. Extinción del contrato de trabajo. Ley de Riesgos de trabajo. Ley de Seguridad e Higiene en el trabajo. Convenios colectivos aplicables a actividades del sector socioproductivo: comercio, rural, gastronómico, construcción, etc. Uso de herramientas informáticas y

software específico para liquidaciones. Utilización de firma digital, recibos de sueldos digitales, documentación laboral digital, comunicaciones digitales: consideraciones, efectividad, requisitos, alcances.

20- Emprendedurismo

Concepto, Emprendimientos y responsabilidad social. Sistema y proceso emprendedor. Modelo desafíos-problemas en etapas del proceso emprendedor. Desafíos y problemas al decidir emprender: compromiso del fundador, motivación, visión y pro-actividad, conocimiento y convicción. Desafíos y problemas en la puesta en funcionamiento del emprendimiento: alcanzar la eficacia y la austeridad, liderazgo centralizado, actitud, compromiso y ética en el equipo inicial, equilibrio entre vida privada y personal, errores, aprendizaje y conocimiento organizacional. Desafíos y problemas durante el crecimiento del emprendimiento: inversión en validación, generación de ingresos.

21- Marketing y Negocios Digitales

La importancia del marketing en las organizaciones. Enfoques del marketing. Evolución del marketing: del marketing 1.0 al marketing digital O. Marketing digital y su relación con el Marketing Global. Evolución del modelo de análisis del mix marketing: de las 4Ps a las 4Cs. El mercado. Investigación de mercados. Medición y estimación de la demanda. Ambiente de la mercadotecnia. Análisis del entorno y de la competencia. Macro y Micro ambiente Matriz FODA. Identificación de las ventajas competitivas. Análisis de la competencia y desarrollo de estrategias competitivas. Concepto de planeamiento. Planificación estratégica: objetivos, metas, estrategia, programas, planes y tácticas. Formulación de estrategias de desarrollo y crecimiento. Segmentación. Mercado Meta. Posicionamiento. El cliente, tipos de clientes. Valor y satisfacción del cliente. Atraer y retener clientes. Desarrollo de Productos y Servicios. Ciclo de vida del producto. Precio: estrategias de precios, precios de referencia. Umbral de precio. Promoción: concepto, tipos y estrategias. Comercio Electrónico: concepto. Clases de contenido. Redacción de contenidos web. Plan Estratégico de Comercio Electrónico. Plataformas: las soluciones tecnológicas para crear una tienda *online*. Modelos web pensados en el cliente. Estrategias de ventas en comercio electrónico (e-

commerce): técnica de relación de productos (*up-selling*). Técnica de venta cruzada de un producto (*cross-selling*). Escalabilidad. Integración de medios de pagos electrónicos.

22- Práctica Profesionalizante 2

Las prácticas profesionalizantes articulan aprendizajes de los diferentes módulos y espacios curriculares. La puesta en práctica de lo aprendido en situaciones reales, de trabajo generan nuevos y potentes contenidos, saberes teóricos y prácticas socialmente productivas. Las prácticas profesionalizantes deben planificarse dentro del Marco del Proyecto Institucional de Prácticas Profesionalizante, que asegure poner en práctica saberes profesionales significativos sobre procesos socio productivos de bienes y servicios que tengan afinidad con el futuro entorno de trabajo, integren el uso de herramientas tecnológicas, uso de simuladores, IA; que potencien y fortalezcan las habilidades blandas. El trabajo transversal de las habilidades blandas requeridas por el futuro entorno socio productivo: Adaptabilidad, Iniciativa- proactividad, Positividad. Pensamiento crítico, Organización, Tolerancia a las críticas, Resolución de conflictos, Trabajo en equipo, Comunicación, Sociabilidad, Creatividad, Orientación al logro, Negociación, Liderazgo, Puntualidad. Los formatos propuestos para el desarrollo de la Práctica Profesionalizante son: estudios de casos, trabajo de campo, observatorio, pasantías educativas, proyectos, ciclos de conferencias, cursos, seminarios, talleres, simulaciones y visitas formativas. Desarrollo de habilidades prácticas en empresas. Reflexión crítica sobre la experiencia profesional.

23- Comercio Internacional

Fundamentos del Comercio Internacional: Diferencia entre Comercio Exterior y Comercio Internacional. Principios de Economía Internacional. Teorías del Comercio Internacional: Ventajas Comparativas y Competitivas. Teoría Centro-Periferia y su aplicación actual. Globalización: Concepto y elementos de la globalización. Efectos de la globalización en las empresas. La empresa en un entorno globalizado. Comercio Exterior Argentino: Matriz y estructura del comercio exterior argentino. Territorio aduanero y zonas francas. Análisis de las exportaciones e importaciones argentinas. Balanza de pagos actual y evolución histórica. Regulación Internacional del Comercio: Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y su evolución. Organización Mundial del Comercio (OMC) y su papel en el comercio internacional. La Cámara de Comercio Internacional (CCI) y sus regulaciones. UNCTAD, OCDE, OMA.

Integración Económica: Tipos de sistemas de integración: Zona de Libre Comercio, Unión Aduanera, Mercado Común. Análisis de procesos de integración: MERCOSUR, TLCAN, ALADI, Unión Europea. Nuevos proyectos de integración económica y

comercial: BRICS, Puente Terrestre Euroasiático, la Nueva Ruta de la Seda. ASEAN, APEC, PECC, Comunidad Económica Africana. Impacto de las nuevas tecnologías en el comercio internacional. TIC, empresa y sociedad de Redes, territorio y competitividad en los negocios. Innovación, cultura y gestión del desarrollo de las empresas.

24- Neurociencias Aplicadas a la Gestión Empresarial

Introducción a las Neurociencias y el Management con énfasis en su aplicación práctica en el liderazgo. Procesos cerebrales y la toma de decisiones. Neuromarketing. Procesos cerebrales en situaciones de riesgo y estrés. Liderazgo y Motivación desde la Neurociencia. Neurociencia del feedback y el reconocimiento. Neuroliderazgo. Neurociencia del Comportamiento Organizacional. Cultura organizacional y neurociencia. El Estrés, la Resiliencia y la Productividad. Neurociencia y la Gestión del Cambio.

25- Logística

Introducción a la Logística. Conceptos básicos y evolución. Importancia de la logística: Impacto en la cadena de suministro y en la satisfacción del cliente. Componentes de la logística: Transporte, almacenamiento, distribución y gestión de inventarios. Cadena de Suministro. Elementos y flujos de la cadena. Gestión de la cadena de suministro: Estrategias para optimizar el flujo de productos y servicios. Colaboración en la cadena de suministro: Relaciones entre proveedores, fabricantes y distribuidores. Gestión de Inventarios. Técnicas de gestión de inventarios: Justo a tiempo (JIT), ABC, y métodos de reabastecimiento. Costos asociados a la gestión de inventarios: Costos de mantenimiento, costos de pedido y costos de ruptura de stock. Transporte y Distribución: Estrategias para optimizar la distribución. Gestión de costos de transporte: Análisis de costos y rendimiento. Toma de decisiones basada en costos: Métodos para la toma de decisiones estratégicas. Sistemas de gestión logística (LMS): Uso de software para la planificación y ejecución logística. Aplicación de datos en la optimización de procesos. Automatización y digitalización: Impacto en la eficiencia de la logística. Casos Prácticos y Estudios de Caso: Análisis de empresas: Estudio de empresas exitosas en logística y gestión de costos. Proyectos integradores: Simulaciones y proyectos prácticos que integren los conocimientos adquiridos. Tendencias y Desafíos de la Logística: Sostenibilidad en logística: Prácticas sostenibles

y su impacto. Innovaciones tecnológicas: Robótica, inteligencia artificial y su aplicación en la logística. Retos globales: Adaptación a cambios en el mercado y a crisis globales. Logística y sostenibilidad. Normas y estándares en logística. Control de calidad en logística.

26- Gestión Financiera

Objetivos y decisiones financieras de las organizaciones. La función financiera. Análisis financiero. Inversión bajo certidumbre. Evaluación económica. Criterios de elección: Payback, VAN, TIR. Tratamiento del riesgo y la incertidumbre en las decisiones financieras. Cash flows. Decisiones de financiamiento (corto, mediano y largo plazo), efecto de la palanca financiera. Sistemas especiales de financiamiento. Estructura financiera y costo del capital. Modelo de Modigliani - Miller. Gestión del capital de trabajo. Mercado de capitales. Mercados financieros nacionales e internacionales. Instrumentos y derivados financieros. Gastos de capital y operativos: CAPEX y OPEX. Análisis de finanzas digitales. Política de Precios: estrategias de precios, precios de referencia, umbral de precio. Finanzas sostenibles y análisis de riesgos.

27- Derecho Comercial Internacional

Noción de Derecho Internacional. negociaciones comerciales multilaterales y disputas comerciales internacionales. el sistema mundial de comercio y las reglas del juego para las relaciones comerciales internacionales. organizaciones internacionales relacionadas con el comercio internacional. Instrumentos de políticas comerciales. regionalismo vs. multilateralismo (ACR y normas comerciales multilaterales). la jurisdicción del sistema de solución de controversias de la OMC. etapas de una disputa comercial. Amicus curiae. suspensión de concesiones. contratos internacionales. CIDIP. tratados del MERCOSUR. arbitraje internacional. el acuerdo sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias (acuerdo MSF). el acuerdo sobre obstáculos técnicos al comercio (acuerdo OTC). introducción al acuerdo general sobre comercio de servicios. áreas clave de las negociaciones de servicios. Los cuatro modos de prestación de servicios. la convención de Viena sobre compraventa internacional de mercaderías. propiedad intelectual e industrial en el comercio internacional. Regulación internacional del comercio electrónico.

28- Inglés Comunicacional

Estructuras básicas de la lengua inglesa. Oralidad básica. Expresiones comunicativas básicas y específicas del área. Gramática orientada a diferentes funciones comunicativas. Producción oral y escrita de textos sencillos. Reconocimiento de instrucciones y recomendaciones. Abordaje a las cuatro habilidades: speaking, listening,

reading, writing. Manejo del idioma para llevar a cabo tareas básicas de un técnico en Administración: Recibir y gestionar llamadas telefónicas: saludos, ofrecimientos de ayuda, petición de información de contacto, despedida. Tomar mensaje. Comunicarse por escrito con clientes y colegas: email, propuestas, documentos e informes, dominar las expresiones formales de inglés para negocios. Escritura de un correo electrónico de seguimiento. Escritura de un correo electrónico para promocionar una empresa. Presentación de una empresa y propuesta: Tour en una compañía y en una fábrica, descripción de una empresa Indicación de roles y planes. TOO & ENOUGH. Tipos de eventos de networking y sesiones, Acercamiento a una persona clave y a un extraño en un evento de networking y finalización del acercamiento.

29- Administración Estratégica

El proceso estratégico. Tipos de estrategias. Métodos de evaluación del entorno: Modelo de 5 fuerzas, PESTEL, Análisis FODA, Análisis del mercado. Formulación de estrategias. Implementación de estrategias. Control y revisión de la estrategia. La auditoría y el control de gestión. Cuadro integral de mando: concepto y aplicación. Factores Claves de Éxito: Identificación y ponderación en la empresa y los productos o servicios digitales. Modelo Canvas: desarrollo y aplicación en el análisis estratégico.

30- Economía de la Empresa

Teoría de la producción y de la empresa: funciones de producción y de costos. Costos de la empresa: total, medio, marginal. Punto de equilibrio. Situaciones con carencia de información. Estructuras de mercado: competencia perfecta, monopolio, oligopolio. Bienes públicos, externalidades, información asimétrica. Mecanismos de intervención del Estado. Equilibrio de mercado. Productos complementarios y sustitutos, impacto en los mercados de la competencia y la innovación. Génesis y desarrollo de la revolución tecnológica (electrónica, comunicacional, genética, biológica). Paradigmas tecno-económicos. Impactos de la revolución tecnológica en la economía, la industria, el

comercio y la gestión del personal. Paradigma informacional. Relación actual entre tecnología, conocimiento y sociedad. Economía de la información. Las cuentas nacionales y la identificación de las variables agregadas (economía abierta y cerrada). La demanda agregada. La función consumo. Consumo y ahorro. El multiplicador. La demanda de inversión: la eficacia marginal del capital y la tasa de interés. Gasto público y la tasa de demanda agregada. El sector externo. Las funciones del dinero. Demanda y oferta monetaria. Política monetaria y fiscal. Inflación: diversas causas y orígenes. El papel de las expectativas. Enfoques de descripción. Los micro-fundamentos del consumo y la inversión.

31- Gestión de Proyectos de Innovación

Teoría de la planificación: Definición de proyectos, tipos de proyectos y su importancia en el entorno digital. Proceso de Preparación y Evaluación de Proyectos. Ciclo de vida de los proyectos. Gestión de la innovación en el marco de la estrategia empresarial. Cultura y liderazgo en la innovación. Software de Gestión y Análisis de Proyectos. Herramientas y técnicas para la gestión de innovación. Mapeo de ideas. Brainstorming. Metodologías ágiles. Gestión de prototipos y pruebas. Análisis de mercadeo y tendencias. Metodologías ágiles (Scrum, Kanban y Lean) y herramientas digitales de gestión de proyectos. Análisis de Mercadeo y Tendencias. Técnicas de análisis de mercado: segmentación, targeting y posicionamiento. Identificación de tendencias y oportunidades de innovación en el mercado.

32- Competencias para la Gestión

Oratoria: técnicas de presentación, voz y dicción, improvisación, lenguaje corporal, manejo de la audiencia, construcción de argumentos. Trabajo en equipo. Liderazgo. Flexibilidad. Organización. Autonomía. Gestión de emociones. Comunicación asertiva. Resolución de problemas complejos. Pensamiento crítico. Inteligencia emocional. Teoría de la Decisión efectiva en entornos organizacionales. Cultura Organizacional: estrategias de comunicación interna y externa y su impacto en la toma de decisiones. Análisis de Problemas y Toma de Decisiones. Ética y Responsabilidad Social: Análisis de las decisiones gerenciales alineadas con principios éticos y las expectativas de las partes interesadas. Marketing y Comunicación: Aunque más centrado en el cliente, también abarca la toma de decisiones en campañas publicitarias y estrategias de comunicación. Comunicación en la Era Digital. Impacto de la tecnología en la comunicación empresarial: herramientas y plataformas digitales. Estrategias de comunicación en redes sociales y su influencia en la marca. Gestión de la comunicación en crisis: planificación y respuesta.

33- Gestión de la Producción

Sistemas de producción. Estrategias de producción, la integración vertical. Conceptos básicos. Plan maestro de producción. Sistemas de producción. Tipos de procesos productivos. Logística de producción. Diseño e implementación. Análisis de procesos. Diagramas de flujo. Medidas de desempeño. Medidas de productividad. Técnicas estadísticas para el estudio de la producción. El ciclo productivo. Administración de la fuerza de trabajo. Organización del proceso manufacturero. Diseño de productos. Dimensión y localización. Selección de equipamiento. Automatización de la producción. Disposición de planta y capacidad de producción. Punto de equilibrio. Herramientas para el diseño de procesos productivos. Planificación de la producción. Organización de la provisión de servicios. Planos de servicios. Protección contra fallas. Variaciones por cliente. Línea y tiempo de espera. Sistema de filas. Planificación y programación de la producción. Modelos determinísticos y probabilísticos. Definición de conceptos y elementos que componen un proyecto. Financiación y costos de un proyecto. Relaciones con el ecosistema.

34- Dirección Estratégica

Estrategia Corporativa. Ventaja competitiva. Dinámica Competitiva. Concepto estrategia, los distintos niveles y su aplicación en los distintos tipos de organizaciones. Dirección estratégica: análisis, elección e implementación. El propósito organizacional. Dirección estratégica en diferentes tipos de organizaciones: PYME, ONG, sector público. Análisis del contexto (Preferencia, Prospectiva, Predicción, Análisis de escenarios). Análisis PEST. Las cinco fuerzas de Michael Porter. Segmentación y Targeting. Grupos Estratégicos. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) Indicadores Financieros. Análisis de la Cadena de Valor. Análisis de competencias y núcleo de competencias. Análisis comparativo y benchmarking. Factores críticos de éxito. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI). El reloj estratégico de Bowman. Estrategias genéricas. Liderazgo en diferenciación, costos, enfoque o alta segmentación. Drivers de Diferenciación. Matriz de BCG original y modificada. Matriz de Ansoff: diversificación. Métodos alternativos de desarrollo estratégico. Fusiones y Adquisiciones. Estrategias cooperativas. Alianzas estratégicas. Comprensión de los

UNIVERSIDAD
PROVINCIAL
DE CORDOBA

criterios de evaluación de estrategias. Capacidad de analizar la sustentabilidad futura de una estrategia. Comprensión del concepto de "GAP Analysis"

35- Diseño de Experiencias Digitales y Estrategia Empresarial

Introducción a UX/UI: Definición de Experiencia de Usuario (UX) y Diseño de Interfaz de Usuario (UI). Importancia de UX/UI en el contexto digital actual. Principios del Diseño Centrado en el Usuario: Métodos y técnicas para entender las necesidades del usuario. Investigación de usuarios: entrevistas, encuestas y grupos focales. Personas y escenarios: creación de perfiles de usuario para guiar el diseño. Usabilidad y Accesibilidad: Conceptos de usabilidad: eficiencia, efectividad y satisfacción del usuario. Principios de accesibilidad en el diseño digital. Herramientas y métodos para evaluar la usabilidad de un diseño. Proceso de Diseño UX: Fases del diseño UX: investigación, diseño, prototipado, pruebas y lanzamiento. Herramientas de prototipado. Testeo de usabilidad: metodologías y análisis de resultados. Elementos del Diseño UI: Principios del diseño visual: color, tipografía, iconografía. Establecimiento de guías de estilo y sistemas de diseño. Creación de interfaces atractivas y funcionales. Integración de UX/UI en la Estrategia Empresarial: impacto en la lealtad y retención. Medición del éxito de la UX: métricas y KPIs. Tendencias y Futuro del Diseño Digital: Innovaciones en UX/UI: diseño adaptativo, interacción por voz y realidad aumentada. La importancia de la experiencia del cliente en la era de la personalización. Ética en el diseño: prácticas responsables en la creación de experiencias digitales.

36- Comportamiento Organizacional

Introducción al Comportamiento Organizacional: Marco del Comportamiento Organizacional. El individuo en la organización: Diferencias Individuales, habilidad mental y personalidad. El comportamiento humano en el campo laboral. Motivación y satisfacción en el campo laboral. La salud mental en las organizaciones. Grupos y relaciones interpersonales. Grupos y equipos. Dinámica de los grupos, la efectividad de los equipos de trabajo y su comunicación. Liderazgo en las organizaciones. Poder, influencia y gobernabilidad. El sistema organizacional y el ambiente global: Toma de Decisiones. La cultura organizacional y la gestión del cambio. Desafíos de la Gestión de Recursos Humanos. Gestión del cambio y diversidad cultural en entornos globalizados. Administración de equipos de trabajo internacionales.

37- Electiva 1

Las unidades curriculares electivas, previstas en el plan de estudios, son aquellas asignaturas que cada estudiante puede elegir con el fin de ampliar su formación disciplinar. Estas asignaturas se definen y están sujetas a la oferta académica específica

de cada institución y/o carrera. Las opciones se integran a la estructura curricular como espacios que complementan y enriquecen la formación disciplinar principal, brindando conocimientos que complementen y enriquezcan el plan de estudios. A través de ellas, se incentiva la formación autónoma y el compromiso de los/as estudiantes con su propio proceso educativo para que puedan explorar, profundizar y complejizar áreas vocacionales de su interés. Por ello, dependiendo la orientación elegida, será la posibilidad de selección de las materias electivas. El objetivo de estas asignaturas es favorecer una formación más integral, al articular diferentes saberes y prácticas que refuerzan tanto las competencias específicas como las habilidades transversales necesarias para su desarrollo profesional.

38- Proyecto Final de Innovación Empresarial 1

Introducción a la Metodología de la Investigación: Definición y objetivos de la investigación en el contexto empresarial. Tipos de investigación: cualitativa, cuantitativa y mixta. Importancia de la investigación en la toma de decisiones empresariales. Diseño de la Investigación Formulación de preguntas y objetivos de investigación claros y relevantes. Elección del enfoque metodológico: diseño experimental, no experimental, descriptivo, correlacional. Definición de variables y su operacionalización. Técnicas de Recolección de Datos.

Métodos de recolección de datos: encuestas, entrevistas, grupos focales, observación y análisis documental. Diseño de instrumentos de recolección de datos: cuestionarios y guías de entrevista. Consideraciones éticas en la recolección de datos. Análisis de Datos Técnicas de análisis cualitativo y cuantitativo. Uso de software de análisis de datos. Interpretación de resultados y su relevancia para la investigación. Redacción del Informe de Investigación.

Estructura del informe: introducción, metodología, resultados, discusión y conclusiones. Normas de citación y referencias bibliográficas (APA, MLA, etc.).

Importancia de la claridad y la coherencia en la presentación escrita. Presentación de Resultados: Técnicas efectivas de comunicación oral para presentar hallazgos de investigación. Uso de herramientas visuales: gráficos, tablas y presentaciones digitales. Manejo de preguntas y respuestas durante la presentación. Investigación Situada y

Práctica: Concepto de investigación situada: cómo contextualizar la investigación en un entorno real. Aplicación práctica de la metodología de investigación en proyectos específicos. Reflexión sobre la experiencia de investigación: aprendizajes y desafíos enfrentados.

Evaluación y Retroalimentación: Criterios de evaluación del proyecto final: originalidad, relevancia, rigor metodológico y presentación. Proceso de retroalimentación continua: revisión de avances y ajustes necesarios.

Importancia de la crítica constructiva en el desarrollo de habilidades investigativas.

Proyecto Final: Desarrollo de un proyecto de investigación individual o en grupos, aplicando todos los conceptos aprendidos.

Presentación del proyecto ante un panel académico, con énfasis en la metodología utilizada y los resultados obtenidos. Desarrollo de un proyecto innovador para un sector específico. Aplicación de herramientas aprendidas a lo largo de la carrera. Elaboración de un informe técnico y presentación profesional.

39- Negociación y Resolución de Problemas

Fundamentos de la Negociación. Comunicación en la Negociación. Resolución de Problemas en el Entorno Empresarial. Negociación en Equipos y Gestión de Conflictos. Herramientas, técnicas y habilidades para la negociación. Arbitraje. Aspectos Éticos y Legales en la Negociación. Aplicaciones Prácticas de la Negociación y Resolución de Problemas. Plataformas de Negociación Electrónica (E-negotiation). Herramientas de Feedback y de Simulación de Negociación.

40- Marketing de Servicios Profesionales

Introducción al Marketing de Servicios. Característica. Comportamiento del consumidor de servicios. Estrategias de Marketing de Servicios. Creación de propuestas de valor para servicios. Posicionamiento y diferenciación en el mercado de servicios. Herramientas para evaluar el desempeño del marketing de servicios. Marketing Digital para Servicios: Tendencias y desafíos en marketing de servicios. Estrategias. Colegios profesionales. Agrupaciones profesionales. Redes profesionales.

41- Ética y Ejercicio Profesional

Normas y valores morales que los profesionales de un determinado sector deben respetar durante el ejercicio de su profesión. Introducción a la ética profesional. Principios éticos fundamentales. Códigos de ética: concepto, ejemplos según las distintas profesiones. Aplicación. Dilemas éticos comunes. Ética y responsabilidad

social. Confidencialidad y privacidad. Ética en la toma de decisiones. Impacto de la tecnología en la Ética profesional. Casos de estudios y análisis. Conclusiones y Buenas Prácticas. Consideraciones éticas en la creación de contenido digital. Protección de derechos de autor y propiedad intelectual. Prácticas responsables en la comunicación digital.

42- Electiva 2

Las unidades curriculares electivas, previstas en el plan de estudios, son aquellas asignaturas que cada estudiante puede elegir con el fin de ampliar su formación disciplinar. Estas asignaturas se definen y están sujetas a la oferta académica específica de cada institución y/o carrera. Las opciones se integran a la estructura curricular como espacios que complementan y enriquecen la formación disciplinar principal, brindando conocimientos que complementen y enriquezcan el plan de estudios. A través de ellas, se incentiva la formación autónoma y el compromiso de los/as estudiantes con su propio proceso educativo para que puedan explorar, profundizar y complejizar áreas vocacionales de su interés. Por ello, dependiendo la orientación elegida, será la posibilidad de selección de las materias electivas. El objetivo de estas asignaturas es favorecer una formación más integral, al articular diferentes saberes y prácticas que refuerzan tanto las competencias específicas como las habilidades transversales necesarias para su desarrollo profesional.

43- Proyecto Final de Innovación Empresarial 2

Introducción a la Metodología de la Investigación: Definición y objetivos de la investigación en el contexto empresarial. Tipos de investigación: cualitativa, cuantitativa y mixta. Importancia de la investigación en la toma de decisiones empresariales. Diseño de la Investigación Formulación de preguntas y objetivos de investigación claros y relevantes. Elección del enfoque metodológico: diseño experimental, no experimental, descriptivo, correlacional, etc. Definición de variables y su operacionalización. Técnicas de Recolección de Datos

Métodos de recolección de datos: encuestas, entrevistas, grupos focales, observación y análisis documental. Diseño de instrumentos de recolección de datos: cuestionarios y guías de entrevista. Consideraciones éticas en la recolección de datos. Análisis de

Datos Técnicas de análisis cualitativo y cuantitativo. Uso de software de análisis de datos. Interpretación de resultados y su relevancia para la investigación. Redacción del Informe de Investigación. Estructura del informe: introducción, metodología, resultados, discusión y conclusiones. Normas de citación y referencias bibliográficas (APA, MLA, etc.). Importancia de la claridad y la coherencia en la presentación escrita. Presentación de Resultados: Técnicas efectivas de comunicación oral para presentar hallazgos de investigación. Uso de herramientas visuales: gráficos, tablas y presentaciones digitales. Manejo de preguntas y respuestas durante la presentación. Investigación Situada y Práctica: Concepto de investigación situada: cómo contextualizar la investigación en un entorno real. Aplicación práctica de la metodología de investigación en proyectos específicos. Reflexión sobre la experiencia de investigación: aprendizajes y desafíos enfrentados. Evaluación y Retroalimentación: Criterios de evaluación del proyecto final: originalidad, relevancia, rigor metodológico y presentación. Proceso de retroalimentación continua: revisión de avances y ajustes necesarios. Importancia de la crítica constructiva en el desarrollo de habilidades investigativas. Proyecto Final: Desarrollo de un proyecto de investigación individual o en grupos, aplicando todos los conceptos aprendidos. Presentación del proyecto ante un panel académico, con énfasis en la metodología utilizada y los resultados obtenidos. Desarrollo de un proyecto innovador para un sector específico. Aplicación de herramientas aprendidas a lo largo de la carrera. Elaboración de un informe técnico y presentación profesional.

3.4. Propuesta de seguimiento curricular

El/la responsable académico/a de la carrera estará a cargo de la organización y gestión de la misma, con el fin de alcanzar los objetivos y el perfil profesional propuesto. Asimismo, será responsable del seguimiento e implementación del plan de estudios y de su revisión periódica. Tendrá injerencia en acciones de gestión académica como la conformación de equipos, cumplimiento de los programas de las unidades curriculares, seguimiento de la formación teórica y práctica brindada a los/las estudiantes, métodos de enseñanza y formas de evaluación, entre otros aspectos.



Esp. María Julia Oliva Cuneo
Rectora Normalizadora
Universidad Provincial de Córdoba

0474