

ANEXO

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Departamento De Ciencias Humanas y Sociales

Universidad nacional del Alto Uruguay

INDICE

I. PLAN DE ESTUDIO.....	3
1.1. DENOMINACIÓN DE LA CARRERA:.....	3
1.2. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO QUE OTORGA:.....	3
1.3. MODALIDAD:.....	3
1.4. DURACIÓN EN AÑOS:.....	3
1.5. LOCALIZACIÓN:.....	3
1.6 CARGA HORARIA TOTAL DE LA CARRERA:.....	3
1.7. FUNDAMENTACIÓN DE LA CARRERA.....	3
1.8. OBJETIVOS.....	5
1.9. REQUISITOS DE INGRESO A LA CARRERA.....	6
1.10. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO.....	6
2. CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO QUE OTORGA.....	7
2.1. CAMPO PROFESIONAL.....	7
2.2. PERFIL DE LOS GRADUADOS.....	7
2.3. ALCANCE DEL TÍTULO.....	8
3. ESTRUCTURA CURRICULAR.....	9
3.1. ESTRUCTURA CURRICULAR ADOPTADA.....	9
3.1.1 Codificación de las asignaturas.....	9
3.1.2 Distribución del total de Asignaturas sobre la Estructura Curricular.....	10
3.2. PLAN ANALÍTICO DE LAS CARRERAS.....	11
3.3 ANÁLISIS DE CONGRUENCIAS.....	13
3.4 CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ASIGNATURAS.....	14
3.4.1. <i>Bloque Curricular 1. Formación Básica.....</i>	<i>14</i>
3.4.2. <i>Bloque Curricular 2. Formación Específica.....</i>	<i>17</i>
3.4.3. <i>Bloque Curricular 3. Asignaturas Complementarias.....</i>	<i>24</i>

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

I. PLAN DE ESTUDIO

1.1. Denominación de la carrera: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

1.2. Denominación del Título que otorga: LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Título de Grado: Licenciado/a

1.3. Modalidad: Presencial

1.4. Duración en años: 4 años

1.5. Localización: San Vicente, Misiones, Argentina.

1.6 Carga horaria total de la carrera: 2784 horas reloj, discriminadas según el siguiente detalle

Estructura Curricular	Número de Materias	Cantidad de Horas reloj
Asignaturas obligatorias		
– <i>Formación Básica (B)</i>	10	784
– <i>Formación Específica (P)</i>	18	1328
– <i>Complementarias (C)</i>	11	672
Total	39	2784

1.7. Fundamentación de la Carrera

En las últimas décadas, la humanidad asiste a un proceso de transformaciones de orden global con características multidimensionales en aspectos relacionados a la sustentabilidad de lo económico, sociocultural, político-institucional y ambiental; y en cuyo contexto la información, el conocimiento y la innovación se tornan cada día más relevantes para la toma de decisiones.

Este contexto mundial de cambio vertiginoso genera nuevos desafíos de competitividad en los negocios, exigiendo que las empresas atiendan de manera eficiente las demandas de consumidores locales, nacionales o internacionales, cada vez más informados y exigentes.

En relación con ello, y entendiendo a la competitividad como la habilidad para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente, es que las instituciones requieren

cada vez más de una creciente y sistemática incorporación de conocimientos e innovación que les permita responder eficazmente a los desafíos y mantener sus ventajas comparativas.

Para ello, el desarrollo de una comunidad innovadora, inclusiva en términos socio-productivos y culturales, socialmente responsable e integrada a las corrientes internacionales que mantienen dinamizadas las sociedades y sus economías a nivel local - regional, es un elemento crítico para acelerar el proceso de crecimiento económico y mejorar las condiciones sociales de los habitantes.

Existe numerosa evidencia tanto a nivel internacional como en Argentina, que las empresas dinámicas e innovadoras, al desarrollar nuevos negocios lo hacen con importantes niveles de productividad aplicados a recursos locales y generando la mayor parte de los nuevos empleos que se generan en este siglo XXI.

Por esta razón, para lograr el éxito en el mundo competitivo de hoy, las empresas y profesionales están obligados a definir sus estrategias e incorporar, dentro de su proceso administrativo, las herramientas de gestión que garanticen su materialización.

En tal sentido, es de vital importancia el diseño e implementación de un adecuado sistema de gestión y el desarrollo de alternativas innovadoras. Las estrategias de negociación deben así responder a los nuevos paradigmas de la administración estratégica, considerando políticas de comunicación basadas en el *e-commerce*, la innovación orientada a la satisfacción de los clientes con base en la sostenibilidad del medioambiente y la identidad local, entre otros aspectos.

En el caso específico de la Región del Alto Uruguay, el mapa económico - empresarial se caracteriza por la presencia de un número importante de minifundios orientados en su mayoría a la agricultura de subsistencia, sobresaliendo una incipiente industrialización, más acentuada al sur de la Región, ante la presencia de cultivos e industrias vinculadas con la producción de yerba mate, té, forestoindustria y metalmecánica; con la actividad turística como emergente entre el entramado de actividades económicas; y donde su posición estratégica limitante con Brasil, exige a emprendedores, gerentes y directivos regionales, una especial capacidad de gestionar con enfoque estratégico el dinamismo de los negocios que dicho mercado genera.

Esto ha quedado reflejado, del relevamiento efectuado a empresas de la Región, donde se ha podido constatar que el 80% de las empresas encuestadas manifiestan requerir profesionales con conocimiento en gestión estratégica de negocios, que posean una sólida formación en todos los aspectos claves para el desarrollo y fortalecimiento empresarial: capacidad de análisis de entornos, de diseño y puesta en marcha de estrategias empresariales, conocimientos específicos de finanzas, comercialización, comunicación, y flexibilidad de adaptación a los cambios, entre otros.

La formación en administración de negocios propuesta, adquiere así, especial relevancia, pues buscará desarrollar y fortalecer en el estudiante habilidades para el análisis de mercados y los procesos requeridos para lograr una mayor competitividad empresarial, sobre la base de competencias demandadas por las empresas pioneras del nuevo siglo, vinculadas con la capacidad de identificación de problemas, diseño de alternativas e implementación de estrategias, la abstracción, el pensamiento sistémico, la lógica experimental y la capacidad de trabajar en equipo.

Así como el conjunto de la sociedad, el sistema económico es complejo, demanda enormes esfuerzos de coordinación y articulación entre las partes. Es por ello, que el trayecto curricular debe incluir herramientas que permitan interpretar la realidad para establecer las posibles causas y soluciones de los problemas. La persona formada deberá ser entonces, versátil, comprometida y con actitud prospectiva ante la construcción del futuro.

El Plan de Estudios tiene una duración de cuatro años, tal como lo pautan las nuevas tendencias curriculares, incluyendo una diversidad de Asignaturas y Talleres que incrementan el saber científico, la capacidad de análisis y el desarrollo profesional, permitiéndole al egresado la posibilidad de continuar los estudios de posgrados (doctorados, maestrías y especializaciones), como así también la inserción laboral inmediata a la sociedad.

La Educación Superior de carácter público está llamada a transformar la sociedad, interpretando las necesidades presentes y futuras. La sustentabilidad, la equidad y la gobernabilidad se encuentran directamente relacionados a la formación de personas solidarias, creativas, comprometidas y democráticas. El profesional que forma nuestra casa de estudios pretende contribuir con estos objetivos.

1.8. Objetivos

“La Universidad Nacional del Alto Uruguay propone atender una demanda del medio planteada en la formación de profesionales universitarios con competencias y habilidades para la realidad geopolítica de la Provincia de Misiones y de la Región donde se encuentra inserta, conforme lo establece la norma de su creación (Ley 27.074: Art.2°), buscando generar impacto en la dinámica del territorio regional con carácter innovador y la vinculación con el medio socio productivo y la transferencia de tecnología, mediante la formación de profesionales que interpreten las necesidades de las organizaciones radicadas en el área de alcance, y contribuyan a

dinamizar el cambio de la sociedad y el sistema socioeconómico que la forma”.

En relación con ello, a través de la *Licenciatura en Administración de Negocios*, se buscará:

- › Formar profesionales en administración con aptitudes técnicas, científicas y humanas adecuadas para para crear, promover, administrar y consolidar negocios que generen un impacto positivo en el entorno socioeconómico y ambiental en que se desarrolle, capaces de gestionar y conducir con éxito negocios competitivos en distintos mercados tanto nacionales, como regionales e internacionales, identificando necesidades de los consumidores y generando propuestas de valor para satisfacer la demanda del mismo.
- › Por otra parte, se buscará desarrollar en los alumnos la creatividad y el espíritu innovador, capacitándolo en el emprendimiento de nuevos negocios, y se transmitirá la necesidad creciente de la interrelación con otros profesionales, para abarcar una porción más amplia de la realidad en base al trabajo interdisciplinario. El trayecto curricular y el ambiente institucional inducen hacia una voluntad democrática que, junto con la formación en recursos humanos, le permite integrar y administrar grupos de trabajo multidisciplinarios para abordar problemas complejos de la sociedad.
- › La formación posibilita al graduado contribuir en la planificación de sistemas organizacionales a niveles meta, macro, meso y micro con una perspectiva integradora y holística. Persigue como objetivos ser competitivo en aspectos económicos, sustentable en su intervención e intercambio con el ambiente, equitativo en el trato con las personas, innovador en los aspectos tecnológicos y de infraestructura.
- › Además, aporta a la gobernabilidad del sector público en todos sus niveles, ya que el graduado tendrá la capacidad de identificar factores y variables de índole coyuntural y estructural, colaborando en el diseño y ejecución de políticas vinculadas a su competencia.
- › La investigación, el estudio del ambiente, el diseño y evaluación de alternativas económicas y financieras, el análisis y diseño de sistemas comerciales y la planificación estratégica son sus fuertes principales.

1.9. Requisitos de Ingreso a la Carrera

Para ingresar en la carrera el aspirante deberá cumplir con lo establecido en el artículo 7 de la Ley Nro. 24521: acreditar el nivel secundario completo y excepcionalmente, los mayores de VEINTICINCO (25) años que no reúnan esa condición podrán ingresar mediante la aprobación de las evaluaciones

que para tal fin se establezcan según la normativa vigente que establezca la Universidad.

1.10. Requisitos para la obtención del Título

Para obtener el título de *Licenciado/a en Administración de Negocios* de la Universidad Nacional del Alto Uruguay el alumno/a deberá acreditar la aprobación del total de materias del Plan de Estudio (39 materias, 2784 horas), más la presentación escrita y oral de un trabajo final (monografía de grado).

2. CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO QUE OTORGA

2.1. Campo Profesional

El graduado/a de la **Licenciatura en Administración de Negocios** de la Universidad Nacional del Alto Uruguay, adquiere una sólida formación que le permite desempeñarse laboralmente en las áreas de comercialización, recursos humanos, finanzas y administración de operaciones de organizaciones privadas, gubernamentales, civiles, instituciones educativas, con o sin fines de lucro, siendo importante el mercado generado por los sectores privado y público. Asimismo, podrá desarrollarse en forma independiente ofreciendo sus servicios como consultor o creando su propia empresa, así como también en la investigación y la docencia.

- *Organizaciones Privadas*: empresas comerciales, de producción de bienes o prestación de servicios.
- *Organizaciones Públicas* (organizaciones del Estado): ya sea prestando asistencia profesional en el diseño, ejecución y análisis de políticas públicas en materia de su competencia, como en la organización y gestión de procesos vinculados a las mismas.
- *Sociales*: organizaciones y personas físicas sin fines de lucro;
- *Investigación y/o docencia*: en esta área los graduados se podrán incorporar tanto a instituciones públicas como privadas a nivel provincial, nacional y/o regional, incluso fortaleciendo diversas áreas de la propia Universidad Nacional del Alto Uruguay.

2.2. Perfil de los Graduados

El **Licenciado/a en Administración de Negocios** será un profesional calificado para aplicar eficientemente los conocimientos de las diferentes áreas de su formación en el diseño, desarrollo y gestión de negocios que generen impacto positivo en el desarrollo socioeconómico de la Región a la que forman parte, manifestando en el ejercicio de su actividad profesional actitud crítica, reflexiva y transformadora que responda a los desafíos propios de los avances científicos y tecnológicos que se planteen en su área de competencia.

Será un profesional con enfoque amplio y capacidades para la gestión estratégica de negocios en distintos tipos de organizaciones, contando con amplios conocimientos en áreas administrativas, financieras, de comercialización, gestión de recursos humanos y de operaciones, que le permiten identificar oportunidades del entorno socioeconómico nacional e

internacional y liderar proyectos orientados al crecimiento y a la diversificación constante.

Asimismo, contará con habilidades de dirección de equipos de trabajo, con gran enfoque a resultados y gestión del cambio. Poseerá capacidades para concebir y desarrollar estrategias de negocio que impliquen un uso intensivo de las tecnologías de información y comunicación (TIC's) en general y de los sistemas de comercio electrónico en particular. Conocerá los instrumentos legales necesarios para implementar proyectos a nivel tanto a nivel nacional como regional. Identificará los procesos de gestión de operaciones más adecuados atendiendo a la optimización de la relación costo-calidad-utilidad.

Poseerá habilidades para desempeñarse en un entorno regional independiente, en constante cambio y altamente competitivo; contribuyendo ética y solidariamente con aportes al desarrollo de la comunidad en la que se desenvuelve.

2.3. Alcance del título

El *Licenciado/a en Administración de Negocios*, egresado/a de la Universidad Nacional del Alto Uruguay, es competente para:

- Desempeñarse en actividades de administración y gerenciamiento de negocios en unidades económicas de organizaciones de todo tipo.
- Intervenir en los procesos de planificación estratégica y operativa de las organizaciones, analizando las fuerzas del mercado que influyen en las actividades económicas y aplicando conocimientos teóricos y herramientas de investigación de mercado en la definición de soluciones estratégicas de negocio.
- Asesorar en el desarrollo de sistemas de información de mercados, productos y de inteligencia competitiva.
- Diseñar e implementar estrategias vinculadas con la planificación y control de proyectos de inversión y planes de negocios.
- Asesorar en materia de diseño de estructura de las organizaciones, sistemas de comunicación interna y externa y procesos administrativos.
- Determinar y evaluar negocios, su estructura de costos y rentabilidad.

- Asesorar en tareas de gestión y planificación vinculadas con áreas de su competencia en organizaciones pública, privadas y no gubernamentales.
- Integrar equipos multidisciplinarios empresariales para planificar, coordinar y gestionar proyectos y programas de acción tendientes a potenciar las economías regionales.

3. ESTRUCTURA CURRICULAR

3.1. Estructura Curricular Adoptada

Las asignaturas contenidas en los Planes de Estudios se clasifican por Bloques curriculares:

- Bloque I: Materias Obligatorias de Formación Básica (B): son asignaturas introductorias correspondientes a la rama de conocimiento de las Ciencias Básicas al que se adscribe el título.
- Bloque II: Materias Obligatorias de Formación Específica (P): son asignaturas orientadas a la formación específica, correspondientes con la rama de conocimiento a la que se adscribe el título.
- Bloque III: Materias Obligatorias Complementarias (C): comprende el conjunto de asignaturas/talleres que provean al alumno una formación integral en la profesión, correspondientes con la rama de conocimiento a la que adscribe el título.

3.1.1 Codificación de las asignaturas

El código está compuesto por la letra y un número. La letra indica el Bloque Curricular a que pertenece la asignatura. El número simplemente indica orden. Las numeraciones pueden no ser correlativas y aparecer en un orden no natural, dado que se utiliza una codificación única para todas las carreras y las orientaciones.

Boque Curricular	Número de Asignaturas	Cantidad de Horas Reloj
Bloque 1. <i>Formación Básica (B)</i>	10	784
Bloque 2. <i>Formación Específica (P)</i>	18	1328
Bloque 3. <i>Complementarias (C)</i>	11	672
Total	39	2784

3.1.2 Distribución del total de Asignaturas sobre la Estructura Curricular

Bloque Curricular	Asignatura
Bloque Curricular 1. Formación Básica (B)	B.1. Administración
	B.2. Microeconomía
	B.3 Elementos de Álgebra y Análisis
	B.4 Sistemas de Información Contable
	B.5 Matemática Financiera
	B.6 Elementos de Derecho
	B.7 Derecho de la Empresa
	B.8 Estadística Aplicada (anual)
	B.9 Macroeconomía
	B.10. Economía del Sector Público
Bloque Curricular 2. Formación Específica (P)	P.1 Marketing y Negocios
	P.2 Administración Estratégica
	P.3 Contabilidad Gerencial
	P.4 Investigación de Mercados
	P.5 Planeamiento y gestión de la Producción
	P.6 Dirección Financiera empresarial
	P.7 Administración Tributaria
	P.8 Costos para la toma de decisiones
	P.9 Liderazgo, Conflicto y Negociación
	P.10 Psicología Laboral y Recursos Humanos
	P.11 Formulación y evaluación de Proyectos
	P.12 Creatividad e Innovación
	P.13 Negocios Internacionales
	P.14 Dirección general y calidad de gestión
	P.15 Simulación de negocios
	P.16 Gestión de ventas y Negociación
	P.17 Negocios electrónicos
	P.18 Administración de negocios sustentables
Bloque Curricular 3. Asignaturas Complementarias (C)	C.1 Técnicas de Comunicación Empresarial
	C.2 Portugués
	C.3 Gestión del Conocimiento
	C.4 Inglés
	C.5 Sistemas Administrativos Informáticos
	C.6 Portugués Técnico
	C.7 Inglés Técnico
	C.8 Metodología de la Investigación
	C.9 Taller de monografía de grado
	C.10 Oratoria y Presentación Profesional
	C.11 Ética Profesional

3.2. Plan Analítico de las Carreras

Código	Tipo	Asignaturas	Carga Horaria	
			HES	HET
Primer Año				
1er Cuatrimestre				
B.1	B	Administración	5	80
B.2	B	Microeconomía	4	64
B.3	B	Elementos de Álgebra y Análisis	5	80
B.4	B	Sistemas de Información Contable	5	80
C.1	C	Técnicas de Comunicación Empresarial	4	64
2do Cuatrimestre				
P.1	P	Marketing y Negocios	5	80
B.5	B	Matemática Financiera	5	80
B.6	B	Elementos de Derecho	4	64
C.2	C	Portugués	4	64
C.3	C	Gestión del Conocimiento	4	64
<i>Carga Horaria total Anual (horas reloj)</i>				720 hs
Segundo Año				
Materias Anuales de Segundo Año				
B.8	B	Estadística Aplicada (anual)	4	128
1er Cuatrimestre				
B.7	B	Derecho de la Empresa	4	64
B.9	B	Macroeconomía	5	80
P.2	P	Administración Estratégica	5	80
C.4	C	Inglés	4	64
2do Cuatrimestre				
P.3	P	Contabilidad Gerencial	5	80
P.4	P	Investigación de Mercados	4	64
P.5	P	Planeamiento y gestión de la Producción	4	64
B.10	B	Economía del Sector Público	4	64
<i>Carga Horaria total Anual (horas reloj)</i>				688 hs
Tercer Año				
Materias Anuales de Tercer Año				
P.6	P	Dirección Financiera empresarial (anual)	4	128

1er Cuatrimestre				
P.7	P	Administración Tributaria	4	64
P.8	P	Costos para la toma de decisiones	4	64
C.5	C	Sistemas Administrativos Informáticos	4	64
C.6	C	Portugués Técnico	4	64
2do Cuatrimestre				
P.9	P	Liderazgo, Conflicto y Negociación	4	64
P.10	P	Psicología Laboral y Recursos Humanos	4	64
P.11	P	Formulación y evaluación de Proyectos	4	64
C.7	C	Inglés Técnico	4	64
P.12	P	Creatividad e Innovación	4	64
<i>Carga Horaria total del Cuatrimestre (horas reloj)</i>				704 hs
Cuarto Año				
Materias Anuales de Cuarto Año				
P.16	P	Gestión de ventas y Negociación (anual)	4	128
1er Cuatrimestre				
P.13	P	Negocios Internacionales	4	64
P.14	P	Dirección general y calidad de gestión	4	64
P.15	P	Simulación de negocios	4	64
C.8	C	Metodología de la Investigación	4	64
2do Cuatrimestre				
P.17	P	Negocios electrónicos	4	64
P.18	P	Administración de negocios sustentables	4	64
C.9	C	Taller de monografía de grado	4	64
C.10	C	Oratoria y Presentación Profesional	3	48
C.11	C	Ética Profesional	3	48
<i>Carga Horaria total Anual (horas reloj)</i>				672
Carga Horaria Total del Plan (horas reloj)				2784 hs

Tipo: corresponde a la sigla del Bloque Curricular

HES: Carga Horaria Semanal

HET: Carga Horaria Total (considerando 16 semanas de clases por cuatrimestre)

3.3 Análisis de Congruencias

CONGRUENCIA ALCANCE DEL TÍTULO - CONTENIDOS

El **Licenciado/a en Administración de Negocios**, egresado/a de la Universidad Nacional del Alto Uruguay, es competente para...

Definición del Alcance	Asignaturas relacionadas
<i>Desempeñarse en actividades de gestión y gerenciamiento de negocios en unidades económicas en organizaciones de todo tipo.</i>	La capacidad para desempeñarse en este rol surge del contenido de todas las asignaturas de la carrera
<i>Intervenir en los procesos de planificación estratégica y operativa de las organizaciones, analizando las fuerzas del mercado que influyen en las actividades económicas y aplicando conocimientos teóricos y herramientas de investigación de mercado en la definición de soluciones estratégicas de negocio.</i>	La capacidad para desempeñarse en este rol surge del contenido de todas las asignaturas de la carrera
<i>Asesorar en el desarrollo de sistemas de información de mercados, productos y de inteligencia competitiva.</i>	B1 B4 B7 B10 P2 P3 P5 P6 P7 P8 P19 P10 P14 P15 P16 P17 P18 C1 C3 C5 C10 C11
<i>Diseñar e implementar estrategias vinculadas con la planificación y control de proyectos de inversión y planes de negocios.</i>	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 P11 P12 P14 P15 P16 P17 P18 C5
<i>Asesorar en materia de diseño de estructura de las organizaciones, sistemas de comunicación interna y externa y procesos administrativos</i>	B1 B4 B7 B10 P2 P3 P5 P6 P7 P8 P19 P10 P14 P15 P16 P17 P18 C1 C3 C5 C10 C11
<i>Determinar y evaluar negocios, su estructura de costos y rentabilidad.</i>	B1 B4 B10 P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P11 P13 P14 P15 P16 P17 P18 C3 C5 C10 C11
<i>Asesorar en tareas de gestión y planificación vinculadas con áreas de su competencia en organizaciones pública, privadas y no gubernamentales.</i>	B1 B6 B7 B9 B10 P1 P2 P4 P6 P7 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C10 C11
<i>Integrar equipos multidisciplinarios empresariales para planificar, coordinar y gestionar proyectos y programas de acción tendientes a potenciar las economías regionales.</i>	B1 B2 B6 B9 B10 P1 P2 P4 P6 P9 P10 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18 C1 C2 C4 C6 C9 C10 C11

3.4 Contenidos Mínimos de las Asignaturas

3.4.1. Bloque Curricular 1. Formación Básica

- B.1 Administración*
- B.2 Microeconomía*
- B.3 Elementos de Álgebra y Análisis*
- B.4 Sistemas de Información Contable*
- B.5 Matemática Financiera*
- B.6 Elementos de Derecho*
- B.7 Derecho de la Empresa*
- B.8 Estadística Aplicada*
- B.9 Macroeconomía*
- B.10 Economía del Sector Público*

B.1. ADMINISTRACIÓN

Contenidos mínimos

Introducción a las organizaciones y a la Administración. Características, funciones y procesos administrativos. Evolución de las Ideas de Administración hasta nuestros días. Entorno de las Organizaciones. Moral y ética en los negocios. Responsabilidad Social de las organizaciones. Cultura de la Organización. Valores. Formación de Objetivos. Estructura. Visión sistémica de la organización. La empresa como un sistema integrado. Caracterización de sistemas administrativos. Elementos que constituyen el sistema. Modelos de sistemas y su relación con la naturaleza de la organización. Las áreas de la organización: funciones y procesos. Teorías de la Administración. Pensamiento Sistémico. La toma de decisiones como función gerencial básica. Administración y su aporte al desarrollo social y económico. Evolución y Características de los modelos de negocios y gestión administrativa en la provincia de Misiones. Cooperativas. Empresas Familiares.

B.2. MICROECONOMÍA

Contenidos mínimos

Introducción al estudio de la economía. Diferenciación entre micro y macroeconomía. Comportamiento del consumidor y propiedades de las funciones de demanda. Concepto de empresa y unidad de negocios. Tecnologías y funciones de costos. Equilibrio del mercado; competencia

perfecta; el monopolio; competencia imperfecta. La empresa y su financiamiento. Inversión y flujo financiero. Análisis costo beneficio.

B.3. ELEMENTOS DE ÁLGEBRA Y ANÁLISIS

Contenidos mínimos

Sistemas de ecuaciones lineales. Métodos de resolución. Problemas de Insumo-Producto. Matrices. Operaciones elementales entre matrices. Reducción de matrices. Reducción de matrices reales simétricas. Inversa de una matriz cuadrada. Matrices elementales y matrices inversas. Determinante. Determinantes e inversas. Aplicaciones a la Economía. Espacios vectoriales. Combinación lineal y espacio generado. Independencia Lineal. Bases y dimensión. Rango, nulidad. Cambio de base. Bases ortonormales y proyecciones en R^n Aproximaciones por mínimos cuadrados. Aplicaciones lineales. Funciones. Límite y Continuidad. Derivadas. Aplicaciones de las derivadas. Análisis marginal. Elasticidad. Integrales indefinidas. Integrales definidas. Aplicaciones a la economía. Funciones de varias variables. Límites. Derivadas parciales. Máximos y mínimos de funciones de varias variables independientes. Introducción a las ecuaciones diferenciales. Aplicaciones a la economía.

B.4. SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONTABLE

Contenidos mínimos

Definición y funciones de la contabilidad. Los informes contables. Cuentas. Clasificación. Partida doble. Planes de cuenta. Nociones de documentación contable y administrativa. Variaciones patrimoniales cualitativas y cuantitativas. Principio de devengado y percibido. Noción de sociedad comercial. Tratamiento de Compras y bienes de cambio, Costo de las mercaderías vendidas. Normas contables: noción y clasificación. Normas de exposición. Objetivos de los informes contables. Estados contables básicos. Resoluciones técnicas del F.A.C.P.C.E. Tratamiento en un sistema contable a moneda constante. Aspectos en materia de exposición. Estado de Evolución del Patrimonio Neto. El ajuste por inflación. Armado de Balance de presentación, cuadros y notas. Memoria de estados contables.

B.5. MATEMÁTICA FINANCIERA

Contenidos mínimos

Conceptos básicos: El capital, el Crédito y la tasa de interés. Operaciones financieras simples. Capitalización. Interés simple. Interés compuesto. Tipos de tasa. Operaciones financieras simples. Descuentos con tasa de

interés. Descuento con tasa de descuento. Cálculo del valor actual. Tipos de tasas de descuento. Valoración de capitales. Desplazamiento de capitales. La equidad financiera. Vencimiento común y vencimiento medio. Las operaciones financieras y su entorno: la inflación. Números índices. Tasa real. Operaciones financieras. Rentas: concepto. Criterios de clasificación. Valor actual y final. Reembolso de préstamos. Amortización de deudas. Amortización con pago único de capital. El sistema acumulativo o francés. El sistema de amortización real constante o alemán. Otros sistemas de amortizaciones de deudas. Otras operaciones financieras.

B.6. ELEMENTOS DE DERECHO

Contenidos mínimos

Derecho. Origen. Derecho Natural y Derecho Positivo. Ramas del Derecho. Fuentes del Derecho. Sujeto del Derecho. Estado. Elementos. El constitucionalismo: antecedentes y evolución. Estado de Derecho y constitucionalismo. Las bases de la organización constitucional argentina. Antecedentes y fuentes de la Constitución Nacional. Las bases de la organización constitucional argentina.

Constitución. Supremacía. Control de constitucionalidad de las normas. Forma de Gobierno. Federalismo. Tributación fiscal. Derechos Subjetivos Individuales y colectivos. Garantías constitucionales. Representación Política. Sistemas electorales. Los Poderes del estado. El Congreso. Composición y atribuciones. Proceso de formación y sanción de las leyes. El P. Ejecutivo y el Judicial: Composición y atribuciones.

B.7. DERECHO DE LA EMPRESA

Contenidos mínimos

Elementos de Derecho administrativo. Persona. Clasificación. Atributos de la personalidad. Nombre. Estado civil. Domicilio. Capacidad. Patrimonio. Medidas precautorias de protección. Bienes y cosas. Hecho y acto jurídico. Obligaciones. Contratos. Formas modernas de contratación. Derecho Económico. Empresa. Comerciante. Derecho del trabajo. Sociedades civiles y comerciales. Distintas formas asociativas. Concursos y quiebras.

B.8. ESTADÍSTICA APLICADA

Contenidos mínimos

Función y alcance de la estadística. La aleatoriedad- Teoría de las probabilidades a variables aleatorias. Modelos estadísticos. Series

cronológicas. Teoría de la muestra. Distribución normal y binomial. Principales test y correlación, regresión en investigación de mercado localización, evaluación de rendimiento de personal, etc. Probabilidad y posibilidad. Decisiones bajo incertidumbre y riesgo. Estadística en la práctica. Aplicaciones en la administración y en la economía.

B.9. MACROECONOMÍA

Contenidos mínimos

Determinación del Ingreso, producto, ahorro, inversión, dinero y mercados financieros. Inflación y desempleo. Identidades monetarias y del sector externo. Índices de precios. Equilibrio Macroeconómico. Mercado de trabajo. Inflación y desempleo. Estabilidad y crecimiento. Políticas macroeconómicas. Las expectativas en el análisis macroeconómico.

B.10. ECONOMÍA DEL SECTOR PÚBLICO

Contenidos mínimos

Estado: naturaleza, rol, medida. Sector Público. Justificación de la existencia del Estado. Economía Política. Distribución del ingreso. Actividad Financiera del Estado. Municipalismo. Recursos Públicos: derecho Tributario. Tributos: clasificación. Coordinación Financiera. Régimen legal de la potestad tributaria. Federalismo Fiscal. Crédito Público. Déficit Fiscal. Gasto Público: características, límites, efecto económico, clasificación, incidencia y eficiencia, funciones del Estado. Gasto Tributario. Presupuesto Público: origen, evolución, naturaleza Jurídica, principios, dinámica del presupuesto, estructura, ciclo presupuestario, Clasificadores.

3.4.2. Bloque Curricular 2. Formación Específica

- P.1 Marketing y negocios*
- P.2 Administración estratégica*
- P.3 Contabilidad gerencial*
- P.4 Investigación de mercados*
- P.5 Planeamiento y gestión de la producción*
- P.6 Dirección financiera empresarial (anual)*
- P.7 Administración Tributaria*
- P.8 Costos para la toma de decisiones*
- P.9 Liderazgo, conflicto y negociación*
- P.10 Psicología laboral y recursos humanos*
- P.11 Formulación y evaluación de proyectos*
- P.12 Creatividad e innovación*
- P.13 Negocios internacionales*

- P.14 Dirección general y calidad de gestión*
- P.15 Simulación de negocios*
- P.16 Gestión de ventas y negociación (anual)*
- P.17 Negocios electrónicos*
- P.18 Administración de negocios sustentables*

P.1. MARKETING Y NEGOCIOS

Contenidos mínimos

Marketing en empresas. Bases. Segmentación de mercados y clientes. Creación y desarrollo de relaciones con clientes. Posicionamiento. Crear experiencias. Producto. Canales de Distribución. Comunicación. Precio. Marketing Mix. Marketing de servicios. Comunicación en el Marketing. El Branding; creación y estrategia. La implementación del Plan de Marketing. Modelo. Plan de Negocios. Modelo de Negocio. Plan de desarrollo, producción y operaciones. Plan Financiero. Socios y Equipo de trabajo. Neuromarketing.

P.2. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

Contenidos mínimos

Planeamiento y administración estratégica: nacimiento, crecimiento y crisis por las que atraviesa la empresa en su camino en busca del objetivo de sus creadores o impulsores, discusión de sus diagnósticos de situación y sus posibles soluciones. Proceso-naturaleza-modelo general. Formulación de la estrategia: misión, visión, objetivos, valores, estrategias y tácticas. Niveles de aplicación de la estrategia. El análisis ambiental: auditoría externa, la evaluación interna. Composición de la cadena de valor. Matriz FODA. Determinantes de la competencia. Estrategias competitivas genéricas. Análisis estratégico de cartera. Relación entre estrategia, estructura y cultura. Alineamiento. Estrategia de negocios: Análisis interno: Grupos Estratégicos. Elementos genéricos y competitivos de la estrategia. Estrategia Corporativa: La dimensión del liderazgo. Estructura. Poder. Sistemas de control Herramientas de control. Introducción al pensamiento ético. El marco ético de las organizaciones. La responsabilidad social. Tecnología de la información. Planeamiento del reconocimiento de las crisis empresarias, sus patologías, formas de abordarlas y gama de posibles soluciones de cada una de ellas en cada uno de sus estadios. Gestión del conocimiento como generadora de ventajas competitivas para las organizaciones en la era de la sociedad del conocimiento. Estudio de las formas de negociación ante los desafíos que enfrenta la empresa frente al sector público, su grupo interno, sus competidores, sus clientes y la comunidad como un todo. Discusión de causas, objetivos y soluciones posibles. Práctica intensiva en taller o en campo (empresas) de casos.

P.3. CONTABILIDAD GERENCIAL

Contenidos mínimos

La contabilidad como herramienta para gestión. La gestión empresarial. La contabilidad para la gestión. Informes de la contabilidad para gestión. Elementos del control administrativo. Enfoque del costo beneficio. Programa general de administración. Análisis de variaciones. Visión general de control interno. Análisis de los Estados Contables Estados contables básicos y obligatorios. Estados proyectados. Proyecciones de orígenes y aplicación de fondos. Las finanzas de la empresa. Los beneficios. Interpretación de los Estados Contables. Los ratios. Medición y análisis global de la rentabilidad.

P.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Contenidos mínimos

Sistemas de información de Marketing: concepto y componentes del sistema de información de Marketing. Aplicaciones y beneficios. La investigación comercial: concepto. Fuentes de información. Especificación de hipótesis: clasificación y medida de las variables en función de: comportamientos, atributos, actitudes, opiniones, motivaciones o necesidades. Tipos de diseño. Sesgos. Diseños transversales. Investigación cualitativa. El cuestionario: tipos de preguntas. Métodos de muestreo. Recolección y análisis de datos: trabajo de campo. Planeación. Métodos. Análisis de la información. Interpretación de los resultados. Presentación de conclusiones. Investigación de la publicidad: recuerdo. Investigación de nuevos productos: identificación de necesidades. Desarrollo de conceptos. Evaluación de productos.

P.5. PLANEAMIENTO Y GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Contenidos mínimos

Diagnóstico y diseño de sistemas de producción. Estrategias de insumos, procesos y productos. Productividad. Punto de equilibrio y punto óptimo de explotación. Calidad: control y aseguramiento. Dirección de Operaciones: planificación. Modelo del transporte. Soluciones computacionales: programación lineal, teoría de colas. Programación logística integral y funcional. Búsqueda y selección de tecnologías adecuadas. Gestión de inventarios: valuación de inventarios. Lote óptimo. Sistemas de almacenaje. Optimización de la gestión de stocks. Gestión de la cadena de suministro. Cálculo de necesidades: decisiones sobre materias primas, materiales, recursos humanos y equipos. Soluciones computacionales. Plan Maestro de Producción. MRP y JIT. Lay Out de

planta. Impactos ecológicos. Desarrollos de sistemas de control eficientes.

P.6. DIRECCIÓN FINANCIERA EMPRESARIAL

Contenidos mínimos

La función financiera. Objetivos. Decisiones de financiamiento, de inversión y política de dividendos. La Dirección financiera en pequeñas y medianas empresas. Funciones de la moneda. Valores corrientes y constantes. La inflación, su medición y efectos económicos que produce. Costo de financiaciones. Capital de trabajo y su gestión. Estado de origen y aplicación de fondos. Presupuesto económico. Análisis del mix de ventas. Análisis de variación del margen. Punto de equilibrio económico y financiero. Estructura de financiamiento. Proyecto de inversión. Calculo del flujo de fondos proyectado y su evaluación mediante VAN, TIR y Período de repago. Cash flow. Política de dividendos. Determinantes de la tasa de interés. Costo de capitales. Uso de la computadora en la elaboración de estados y análisis de sensibilidades. Mercado de capitales argentino. Fuentes de recursos financieros. Riesgo país. Gestión de los flujos de caja. Decisiones de inversión en condiciones de riesgo. Financiamiento de la empresa a corto, mediano y largo plazo. Leasing. Fideicomiso. Modelos de portafolio. Apalancamiento financiero. Estructura del mercado de capitales. El sistema bancario. Relación empresa - intermediarios financieros. Instrumentos financieros e instrumentos derivados. Bonos y Obligaciones negociables. Determinantes de la tasa de interés. Valuación de bonos. Duración. Volatilidad. Cálculo de la beta. Futuros y Opciones. Valuación de empresas. Uso de la computadora para cálculos, análisis y sensibilidades.

P.7. ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Contenidos mínimos

Nociones sobre la actividad financiera del Estado. Principios teóricos de la tributación y derecho tributario. Estructura del sistema tributario argentino. Imposición a las ganancias. Imposición al consumo. Imposición al patrimonio. Impuesto de sellos. Impuesto a los ingresos brutos. Normas básicas de procedimiento tributario. Régimen penal tributario. Efectos de los impuestos en la gestión empresarial.

P.8. COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES

Contenidos mínimos

Sistemas de Costos. Clasificación de los desembolsos. Informes de Costos. Costos Standard. Costeo Directo. Implantación de un sistema de costos standard. Gastos de Comercialización. Costos para la Toma de Decisiones. Planificación y control de Gestión. Auditoria de costos. Evaluación de empresas. Just in Time. Reducción de costos. El proceso decisorio. Tablero de comando. Precios de transferencia interna. La contabilidad en costos y los temas de debate actual. Las entidades sin fines de lucro. Gestión de costos en pequeñas y medianas unidades de negocios.

P.9. LIDERAZGO, CONFLICTO Y NEGOCIACIÓN

Contenidos mínimos

Proceso de toma de decisiones. Objetividad y Subjetividad. La información en el proceso. La evaluación de las situaciones de decisión: sesgos y prejuicios Comportamiento del entorno y mediación de sus variables. Los elementos de la decisión: matrices y árboles de decisión. La evaluación de los efectos de la decisión. Criterios de decisión; la decisión bajo riesgo. Decisión Bayesiana. Cantidad y valor de la información adicional, la decisión bajo certeza, la decisión competitiva: conflicto y negociación. El conflicto: clasificación, dinámica, estructura. Costos del Conflicto. Modos de resolución. La comunicación como proceso de comprensión y persuasión. La negociación. Principios. Factores de juego. Poder y relación de fuerza. Tácticas. El Negociador. Modelos de negociación. Proceso de negociación. El acto de venta y la negociación. Liderazgo. Funciones y características. Principios y valores humanos. Jerarquía. Roles.

P.10. PSICOLOGÍA LABORAL Y RECURSOS HUMANOS

Contenidos mínimos

El factor humano en la empresa. Estructura del mercado de trabajo. La relación entre Psicología del trabajo y la organización. Aportes. Aspectos operativos: selección e incorporación, sistemas de compensación, desarrollo vocacional, planeamiento de carreras, motivación, capacitación y entrenamiento. Trabajo en equipo. Cultura. Productividad de los recursos humanos. Competencias. Mediciones de desempeño y potencial. Estrés, *burn out* y *mobbing*. Recursos comunicacionales. Comunicación de crisis. Negociación y liderazgo. Procesos de mejora organizacional. Implementación de sistemas de calidad: organización, participación, formación, imagen. La psicología del trabajo en Argentina: principio de complementariedad y de incertidumbre. La psicología del trabajo en el futuro: el mundo de las organizaciones virtuales.

P.11. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Contenidos mínimos

El pensamiento estratégico y el proceso de definición del proyecto a largo plazo. El proceso de formulación del proyecto. Etapas típicas de un proyecto. Definición de las variables significativas. Los estudios de prefactibilidad. Factibilidad comercial, técnica, legal, administrativa, económica. Resumen y conclusiones, estudio de mercado, tamaño y localización, ingeniería del proyecto. Organización, costos de inversión y funcionamiento, presupuesto, financiamiento. El proceso de generación del proyecto y del plan a evaluar alternativas. Revisión específica de la dimensión tiempo en las decisiones financieras. Valor futuro, valor presente, anualidades, tasa efectiva, amortización de préstamos. Técnicas de presupuesto de capital. Valor presente, tasa interna de retorno, período de repago. Procesos determinísticos. Decisiones en condiciones e incertidumbre. Decisiones en condiciones de riesgo. Evaluación de introducción a la ingeniería de "apalancamiento" de la inversión. El costo del capital. Financiación de la deuda. Metodologías de formulación de proyectos en organizaciones sin fines de lucro. Proyectos territoriales.

P.12. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Contenidos mínimos

Pensamiento creativo. El funcionamiento de nuestro cerebro a la hora de generar ideas. Herramientas para potenciar la creatividad. Tipos de Creatividad. Detección de nuevos consumidores. Políticas de sustentabilidad. Innovación sustentable. Inspirando un cambio social.

Nuevos modelos de liderazgo (social, emocional y horizontal). La creatividad como fuente de energía del Equipo. Gestión del cambio. Innovación en la empresa. Importancia de la Innovación en el desarrollo de los negocios. Nuevos modelos de negocios. Innovación en productos. Innovación para marcas y viceversa. Expresión Creativa y Técnicas de creatividad. Desarrollo de aptitudes emprendedoras.

P.13. NEGOCIOS INTERNACIONALES

Contenidos mínimos

Globalización y negocios internacionales. Economía política y desarrollo económico. Marcos ambientales comparativos: entornos culturales, políticos, jurídicos y económicos que enfrentan los negocios. Teorías e instituciones. Comercio e inversión. Entorno financiero mundial. Estrategias de negocios internacionales. Selección y evaluación de países. Organización de los negocios internacionales. Estrategia de entrada y joint ventures. Inversión directa y estrategias colaborativas. Exportación - Importación. Gestión de operaciones internacionales. Marketing Global. Manufactura global y gestión de la cadena de suministros. Función financiera en una estructura multinacional.

P.14. DIRECCIÓN GENERAL Y CALIDAD DE GESTIÓN

Contenidos mínimos

Enfoque sistémico de la organización orientado a la función de línea. Análisis de legitimidad, gobernabilidad y viabilidad. La operación, los resultados. Dirección. Responsabilidades. Estilos y políticas de gerenciamiento. Formas de ejercicio de la dirección. Modos participativos. Dinámica del gerenciamiento. Producción de transformaciones estructurales. Fuentes para la acción innovadora. Conducción y motivación. La empresa como estructura social. La dirección en ámbitos públicos y privados. Gerenciamiento de pequeñas y medianas empresas. Los conglomerados empresarios. Alta gerencia. Crecimiento organizacional. Sistema de Gestión de la calidad. Estrategias y capacidades internas, Formas de dirección. Los criterios de racionalidad directivo y gerencial. Eficacia, eficiencia y efectividad. Cambio humano y organizacional. Responsabilidad Social Empresaria. El control de Gestión. El control de gestión en otras áreas de la Empresa. Los nuevos Instrumentos en el control de gestión. EL tablero de control.

P.15. SIMULACIÓN DE NEGOCIOS

Contenidos mínimos

Enfoque práctico, construido a partir de una propuesta global de simulación en el aula, en la que se orienta al alumnado a la constitución y puesta en marcha de una idea de negocio, buscando fortalecer las capacidades de negociar, planificar, organizar y gestionar, aplicando conocimientos anteriores. Contenidos: ambiente de negocios. Gestión de emprendimientos. Desarrollo de aptitudes emprendedoras. Análisis de casos de experiencias exitosas y de fracasos. Técnicas de negociación. Desarrollo de un plan de empresa. Aplicación de técnicas proyectivas y prospectivas de variables del entorno macro y micro. Selección de estrategias. Interpretación de las fuerzas competitivas. Análisis de actividades primarias y de apoyo de acuerdo con el tipo de empresa. Diagnósticos internos de capacidades de la empresa. Ejecución de Programas de acción estratégica considerando las particularidades regionales.

P.16. GESTIÓN DE VENTAS Y NEGOCIACIÓN

Contenidos mínimos

La gestión de la dirección de ventas. Definición de estrategias de ventas. Concepto y estructura de la función de ventas, la comunicación interna, investigación, planes y estrategias, previsiones de ventas y organización territorial. La fuerza de ventas (individual y colectiva). Neuroventas. Concepto. Diferencias con las estrategias de venta tradicional. Neurociencias para las ventas. El proceso de decisión. El valor simbólico. Estructura de discursos. Estrategias. La mente del vendedor. Gestión y estrategias de la dirección del equipo de ventas. Contratación y motivación de equipos de venta. Negociación Eficaz. Estilos personales de negociación. Técnicas de negociación. La gestión de la información. La creatividad en la negociación. Las negociaciones internas y externas. Los estilos culturales de negociación. El mánager argentino y regional frente al arte de negociar.

P.17. NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Contenidos mínimos

Modelos de Negocio de *e-commerce* y de *e-business*. Iniciativas de *e-business* en Empresas. Alineación. Marco Metodológico para identificar iniciativas de *e-business* dentro de la empresa. Marketing en Internet. Introducción E-Marketing, Claves de una Estrategia, Confección y planificación de Campañas Online. Tecnologías de desarrollo para los negocios de *e-business*. Diferentes tecnologías de desarrollo de aplicaciones web. Marco y políticas empresariales. Hosting. Principales variables de decisión. Bases de Datos. SaaS. Cloud Computing. Web 2.0 en proyectos de *e-business*. Seguridad en los negocios digitales. Políticas,

estándares, Monitoreo. Seguridad en las aplicaciones. Bases de datos. Implicancias de cada tecnología. Los medios de pago como negocio en sí mismo. Factura Electrónica. Evaluación de Proyectos - Estructura de Costos en el *e-business*.

P.18. ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS SUSTENTABLES

Contenidos mínimos

Concepto de negocio y sustentabilidad. Principios de la sustentabilidad en el negocio. Dimensiones de la sustentabilidad. Visión sistémica de la sustentabilidad. Escenarios futuros: Servicios ambientales. Escenario sociocultural y económico. Valoración económica de los servicios ambientales. Escenarios dinámicos: Crecimiento demográfico, industrialización, uso de la energía. Impacto de actividades industriales sobre la naturaleza. Escenario socioeconómico (El Estado como regulador del desarrollo, migración, analfabetismo, inseguridad alimentaria, acceso a servicios públicos, distribución de la riqueza). Estrategias sociales, normativas y económicas para la Sustentabilidad (Acuerdos internacionales, responsabilidad social en las empresas, políticas ambientales, producción más limpia, planes de negocio de empresas sustentables). Sistemas de gestión ambiental (evolución de la profesión y sus espacios multidisciplinario, interdisciplinario, intradisciplinario y transdisciplinario). El contexto internacional de los negocios.

3.4.3. Bloque Curricular 3. Asignaturas Complementarias

- C.1 Técnicas de Comunicación Empresarial*
- C.2 Portugués*
- C.3 Gestión del Conocimiento*
- C.4 Inglés*
- C.5 Sistemas Administrativos Informáticos*
- C.6 Portugués Técnico*
- C.7 Inglés Técnico*
- C.8 Metodología de la Investigación*
- C.9 Taller de Monografía de Grado*
- C.10 Oratoria y presentación profesional*
- C.11 Ética Profesional*

C.1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Contenidos mínimos

Fundamentación de la comunicación. Filosofía de la comunicación organizacional. La empresa como institución. Identidad e imagen. Visión y misión. Cultura corporativa. Marca corporativa y responsabilidad social: dos eficaces comunicadores. La comunicación directiva. Planificación de la comunicación empresarial. Los escenarios del Plan Estratégico de comunicaciones. La responsabilidad de la empresa en la comunicación de la crisis. Comunicación y negocios. Comunicación creativa. El mix de marketing. Distinción de públicos. Relaciones gubernamentales. Relaciones con la comunidad. Relaciones con los clientes y proveedores. Relaciones con la prensa. Relaciones con ONG. La oficina de prensa. La comunicación en casos de crisis. Media training.

C.2. PORTUGUÉS

Contenidos mínimos

Conocimientos del sistema fonético y gráfico de la lengua portuguesa. Gramática. Morfología nominal. Determinantes, morfología verbal (tiempos simples del indicativo e imperativo), conjugación perifrástica, adverbios, construcción de algunas oraciones simples y coordinadas y esquema básico del sistema fonológico. Presente indicativo verbos regulares. Presente indicativo verbos irregulares. Estructura verbal y locuciones prepositivas. Presente indicativo, futuro próximo, futuro simple. Expresiones de tiempo futuro. Pretérito perfecto simple indicativo. Pretérito imperfecto. Condicional simple. Pronombres personales, interrogativos, reflexivos posesivos y demostrativos. Nombres y adjetivos. Preposiciones. Grados del adjetivo. Adverbios. Presentación. Escritura. Lectura, interpretación y traducción de textos en diversos tipos de discursos.

C.3. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Contenidos mínimos

La teoría del Conocimiento. El Flujo del conocimiento y su aplicación de la teoría a la práctica. Tipos de conocimiento. Definiendo cuáles son los conocimientos relevantes - estratégicos. Información versus Conocimiento. Sociedad de la Información y del Conocimiento. Diferencias entre el conocimiento explícito del tácito. Generación de conocimiento. El desarrollo y la creación del conocimiento. Implantación de la gestión del conocimiento.

C.4. INGLÉS

Contenidos mínimos

Introducción a los procesos de lecto-comprensión a través de la recepción y reproducción de textos escritos de estructura compleja, con una carga lexical específica adecuada al contexto y al propósito comunicativo. La gramática y morfosintaxis de la lengua inglesa. Los verbos: tiempos verbales. Interacciones y usos simples y complejos. verbos modales. La auxiliaridad y otras modalidades. Una concepción global del sistema en los textos. Los sustantivos: indicadores y sufijos del sustantivo. Los artículos. Los pronombres. Los adjetivos. Los adverbios. Sistema sintáctico completo. Comprensión de las categorías inflexiones completas. Las formas "ing" *Participles and Gerunds*. Yuxtaposición con las formas en español. Lenguaje directo e indirecto. Formas simples. Nociones de coherencia discursiva - marcadores. Las preposiciones. Las conjunciones. Relative Clauses. Modelos y usos. La voz pasiva. Las oraciones condicionales. La comunicación y los contextos. La oralidad. Comprensión del acento, pronunciación, intencionalidad. Los actos de habla. Fórmulas de apertura y cierre, pedido, negociación y reparación. Deducción/inferencia de significado. Temas y textos de interés general. El rol del inglés en el mundo. Los códigos internacionales. La tecnología y el lenguaje. Comprensión y producción de textos orales y escritos. Extensión y expansión de los campos semánticos. Expresiones idiomáticas simples. Convenciones de la lengua oral y escrita; códigos de comunicación internacional. Reflexión metalingüística. Uso/actuación/ Resolución de situaciones comunicativas.

C.5. SISTEMAS ADMINISTRATIVOS INFORMÁTICOS

Contenidos mínimos

La información: tipos y características. Información como insumo de procesos gerenciales. Sistemas de Información: aspectos tecnológicos. Concepto, características y clasificación de los Sistemas de Información. Sistemas administrativos y de información gerencial. Estructura y funcionamiento de un sistema de información gerencial de desempeño (SIG). Software de base, utilitarios y de usuario final. Sistemas en red. Base de datos. Gestión eficiente de recursos informáticos en los negocios. Organización de un área de sistemas. Funciones, estructura y posicionamiento dentro de la organización.

C.6. PORTUGUÉS TÉCNICO

Contenidos mínimos

Introducción al Portugués de Negocios: actualización de la lengua, lenguaje formal, vocabulario empresarial y comercial. Revisión de contenidos gramaticales básicos del idioma y presentación de las peculiaridades en cuanto a su empleo en la comunicación oral y escrita (artículos, preposiciones, contracciones, pronombres, verbos). Distinción entre el lenguaje formal y el coloquial (usos y formas de colocación de los pronombres del caso oblicuo- complemento directo e indirecto). Presentación y discusión sobre los principales puntos acordados en la nueva regla ortográfica brasileña, aprobada por Ley en el año de 2009 y vigente a partir de enero del 2013. Presentación de vocabulario relacionado al mundo empresarial y comercial.

C.7. INGLÉS TÉCNICO

Contenidos mínimos

El lenguaje como instrumento de acceso a información proveniente de diversas fuentes, textos y medios internacionales, teniendo en cuenta los propósitos académicos específicos y los diferentes campos de interés de los estudiantes. Los textos escritos: tipo de texto, tema, autor, información previa. Identificación del tipo de discurso y propósito comunicativo del autor. Nociones de coherencia discursiva; tratamiento de la información. El orden gramatical. Modelos. Indicadores, conectores y referentes; cadenas referenciales; contraste y énfasis. Las categorías del sustantivo, del pronombre y del adjetivo. Los verboides en inglés y español. Uso pronominal "SE". Estrategias de inferencia y deducción de información. Interpretación y asociación de ideas y conceptos significativos. Traducción de textos: la modalidad en inglés y español. El subjuntivo en las proposiciones. Tiempo y aspecto. Diferencias en las lenguas. Atención al cliente/consumidor en inglés. Aplicación de técnicas de venta en inglés. Comunicación comercial escrita.

C.8. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Contenidos mínimos

Investigación: concepto, enfoques cuantitativos y cualitativos. Origen de un proyecto de investigación: la idea. El proceso de investigación cuantitativa: planteamiento del problema, construcción marco teórico, definición y alcance de la investigación, formulación de hipótesis, diseño de la investigación, selección muestra, recolección datos cuantitativos, análisis de datos cuantitativos, desarrollo del reporte. El proceso de investigación cualitativa: planteamiento del problema, muestreo de la

investigación, recolección y análisis de datos cuantitativos, diseño del proceso de investigación cualitativa, reporte de datos. Los procesos de investigación mixta: métodos y diseños mixtos de investigación.

C.9. TALLER DE MONOGRAFÍA DE GRADO

Contenidos mínimos

El taller busca orientar a los estudiantes para que, mediante la integración y aplicación de conocimientos teóricos y técnicas adquiridas en los espacios curriculares específicos y de las experiencias propias del campo laboral, puedan realizar con éxito el trabajo final de la carrera. Los contenidos mínimos del taller son: El rol del Licenciado en administración de negocios: incumbencias y perfil. Vinculación sistémica de la teorías y aplicaciones del campo profesional trabajadas durante el cursado de la carrera. Particularidades de la monografía de grado. Planificación de la monografía. Escritura de la monografía: estructura, extensión y organización de apartados. Cuestiones textuales: extensión de párrafos, citas y notas al pie. Cuestiones gramaticales y tipográficas. Herramientas informáticas para la redacción y exposición oral.

C.10. ORATORIA Y PRESENTACIÓN PROFESIONAL

Contenidos mínimos

La oratoria: síntomas de exposición, control de síntomas y efectividad. La argumentación. La persuasión. El relato expresivo. La presentación de ideas. Presentación de propuestas creativas. Presentación de planificación de medios y presupuestos. Comunicación verbal y no verbal. Reconocimiento y manejo de síntomas de la situación de exposición. El discurso argumentativo. La sensibilización del auditorio. Relato sensorial. Presentaciones efectivas. Preparación y exposición de presentaciones. Uso de apoyos visuales. El trabajo en equipo. Cómo “vender” una campaña. Presentaciones grupales y multimedia. Role playing de concurso de agencias.

C.11. ETICA PROFESIONAL

Contenidos mínimos

El hombre y sus valores éticos. Posiciones filosóficas de la ética. Niveles de la ética. Necesidad de la reflexión sobre la cuestión moral:

modernidad, postmodernidad. Presupuestos éticos. moral pública y moral privada. Problemas morales en la actualidad. El hombre frente a las adicciones, a la tecnificación y al economicismo, como formas de vida. El problema de la diferencia: la discriminación. La vigencia de los valores éticos en el ámbito de las estructuras sociales, políticas, técnicas, educativas, etc. Los valores en la conducta humana: función, captación y adhesión. La rectitud de la conducta. Ética y cultura. El diálogo entre la ética y las ciencias. El ejercicio de las profesiones: legitimidad y legalidad. Ética aplicada al ejercicio profesional en el ámbito de la administración. Diferencias entre normas éticas y códigos profesionales. Herramientas para una ética de la economía y empresa.