



TUCUMÁN

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
TUCUMÁN

Bicentenario de la Independencia 2010/2016

SAN MIGUEL DE TUCUMÁN, **26 OCT. 2015**

RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312/5(MED)
EXPEDIENTE N° 011038/230-D-15.-

VISTO las presentes actuaciones por las cuales la Dirección de Educación Superior y Artística solicita la aprobación del Diseño Curricular Jurisdiccional de la "Tecnicaura Superior en Comercialización y Ventas", y

CONSIDERANDO:

Que lo solicitado se basa en un proceso de análisis, revisión y evaluación permanente de los diseños jurisdiccionales de las carreras de Educación Técnico Profesional de Nivel Superior, en el marco de lo dispuesto por la Resolución Ministerial N° 533/5(MEd)-15, que aprueba el procedimiento de definición de carreras y pautas para la elaboración de diseños curriculares de las carreras de Educación Técnico Profesional de Nivel Superior.

Que obra Resolución Ministerial N° 584/5(MEd)-15 por la cual se aprueba el Diseño Curricular Jurisdiccional de la "Tecnicaura Superior en Comercialización y Ventas", y en base a lo expuesto en el considerando anterior se solicita dejar sin efecto la misma.

Que a fojas 05/58 se adjunta el Diseño Curricular Jurisdiccional de la "Tecnicaura Superior en Comercialización y Ventas" a aprobar.

Que a fojas 61 toma conocimiento la Secretaria de Estado de Gestión Educativa.

Que el art. 36 de la Ley de Educación Provincial N° 8391, en relación a la Educación Superior, dispone que la Autoridad Educativa debe establecer las políticas, los mecanismos de regulación y los criterios de evaluación y de articulación relativas a los Institutos de Educación Superior bajo su dependencia, siguiendo los lineamientos acordados en el Consejo Federal de Educación. Asimismo debe planificar la oferta de las carreras de los Posítulo y el diseño de los Planes de Estudios, realizando una evaluación de la oferta de la Educación Superior cada 5 años.

Que el pedido se ajusta a lo dispuesto en la Ley de Educación Nacional N° 26.206.

Que a fojas 62 dictamina la Dirección de Asuntos Jurídicos.

Por ello, y en uso de las facultades conferidas por normas vigentes,

LA MINISTRO DE EDUCACION

RESUELVE:

Artículo 1°.- DEJAR SIN EFECTO la Resolución Ministerial N° 584/5(MEd) de

M.Ed.			

Prof. MARIA SILVIA OUEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTION EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

Prof. SILVIA ROJES DE TEJMIN
MINISTRA DE EDUCACION

A

...///

01 e 53 -



**Cont. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)
EXPEDIENTE N° 011038/230-D-15.-**

///... fecha 30 de Abril de 2015, que aprueba el Diseño Curricular Jurisdiccional de la "Tecnica Superior en Comercialización y Ventas", en virtud de lo expresado en los considerandos.

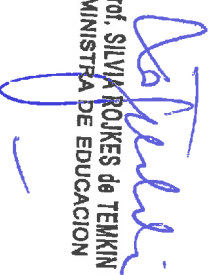
Artículo 2°.- APROBAR el Diseño Curricular Jurisdiccional de la "Tecnica Superior en Comercialización y Ventas", que se agrega como Anexo Único y que forma parte de la presente resolución.

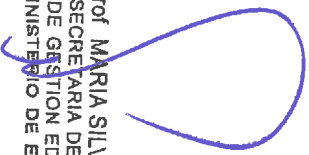
Artículo 3°.- AUTORIZAR la implementación del Diseño Curricular Jurisdiccional de la "Tecnica Superior en Comercialización y Ventas", en el Centro Educativo Nivel Terciario N° 72, a partir del periodo lectivo 2015.

Artículo 4°.- La presente Resolución Ministerial será refrendada por la señora Secretaria de Estado de Gestión Educativa.

Artículo 5°.- Comunicar y pasar.-

M.Ed.			
-------	--	--	--


Prof. SILVIA ROJAS de TENKIN
MINISTRA DE EDUCACION


Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTION EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° **2312** /5(MED)
EXPEDIENTE N° 011038/230-D-15.-

ANEXO ÚNICO

DISEÑO CURRICULAR JURISDICCIONAL
TECNICATURA SUPERIOR EN COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

1. IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO.

- I. Sector de la actividad Socioproductiva
Comercialización y Ventas de Bienes y Servicios.
- II. Denominación del Perfil Profesional
Técnico Superior en Comercialización y Venta
- III. Nivel y Ámbito de la Trayectoria Formativa.
Nivel Superior. Educación Técnico Profesional.

2. PROPUESTA FORMATIVA.

Vinculación territorial

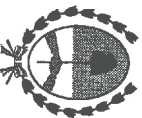
- I. Descripción de las características y perfil del ámbito socio productivo del territorio.

En el mundo, desde mediados del siglo XX, el Sector Servicios se ha convertido en uno de los motores que impulsó el crecimiento de la economía y en las últimas tres décadas, experimentó una expansión tal, que superó al resto de los sectores, en términos de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y creación de empleo. Es así como ha pasado a ser, el sector más importante de numerosas economías, al convertirse en un fenómeno que se describe como "tercerización" de la economía. Otro factor relevante, tiene que ver con la evolución demográfica y la tendencia hacia un mayor envejecimiento de la población, en las sociedades contemporáneas, como consecuencia de los avances en las ciencias médicas, que generan un crecimiento en la demanda de servicios de salud, como así también de una gran variedad de servicios personales. Estos factores, entre otros, pueden explicar este cambio de estructura en las economías avanzadas hacia las de servicios que tienen una alta demanda ,lo que trae aparejado, un aumento en los ingresos, y en concomitancia, un aumento más que proporcional en la demanda de servicios, como por ejemplo los servicios relacionados con el ocio y el tiempo libre, los de salud de alta calidad, los de electricidad, gas y agua entre

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M.Ed.

Prof. SILVIA ROJES de TENKIN
MINISTRA DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)
EXPEDIENTE N° 011038/230-D-15.-

Cont. Anexo Único
///...

otros, afectados por el crecimiento del sector público, y la propensión en ciertos países de avanzada hacia una mayor intervención del estado, en la economía y ampliación del comercio internacional de servicios. Asimismo los avances tecnológicos y la presencia de nuevas formas en las que los servicios pueden ser comercializados entre distintos países, han ganado una importante participación en la balanza comercial. En este sentido, los servicios de transporte y viajes son los de mayor intercambio y en permanente crecimiento como los servicios de seguros e informáticos.

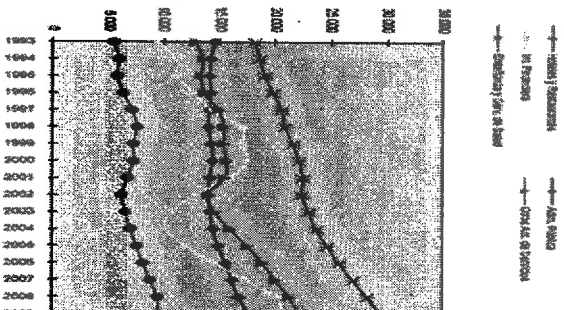
En argentina, es el sector servicios el que mayor valor agregado genera en la economía argentina. En 2009 el 67,9% del PBI está explicado por la producción de servicios, que abarca desde el Comercio hasta Hoteles y Restaurantes, como se muestra en el presente cuadro, (Gráficos 1 y 2)

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN



Actividad Económica	2008	2009
Agri. Ganadería	7,3%	7,2%
Ind. Manufactura	1,4%	1,4%
Constr. de Bienes Duraos	5,0%	5,0%
Energía y Minería de Carbón	1,9%	1,9%
Transp., Alq. y Com.	10,3%	10,3%
Alq. Inmuebles	2,1%	2,1%
Comercio	32,5%	32,5%

Fuente: Departamento de Economía. Cifras en base a 100000



Fuente: Departamento de Economía. Cifras en base a 100000

GRAFICO 1 Composición y evolución sector servicios

Estos cuadros develan que el sector servicios se concentra en rubros como la intermediación financiera, comercio, telecomunicaciones y hotelería y en nuestra provincia, estas tendencias son por demás idénticas. Cabe destacar, que en estos tipos de servicio, exigen un gran esfuerzo de interacción con el cliente, imprescindible hacer investigación de mercado, captación de cliente, colocación de productos y servicios, cobranza y fidelización, estrategias intensivas de publicidad, promoción, distribución en el mercado, con el objetivo de lograr una interacción casi "personal" con el cliente objetivo.

4





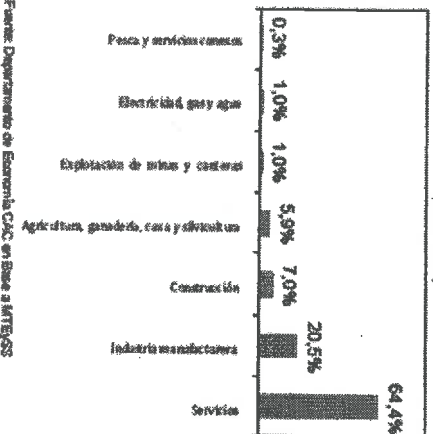
CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE N°

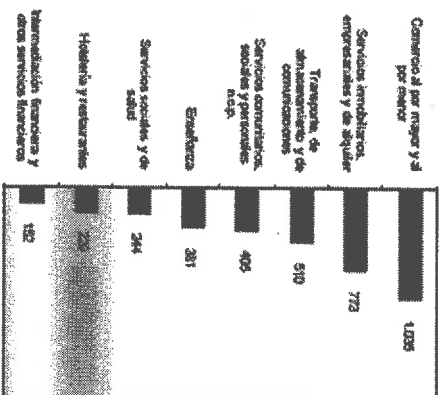
Cont. Anexo Único

///...

Distribución de el Empleo Privado Registrado por Sector Económico (año 2009)



Cantidad de Trabajadores en el Sector Servicio por Rama (En miles)

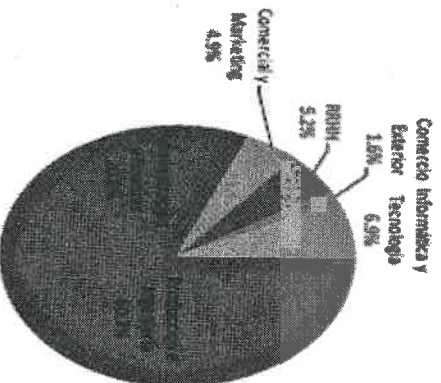


Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE G-SS O EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

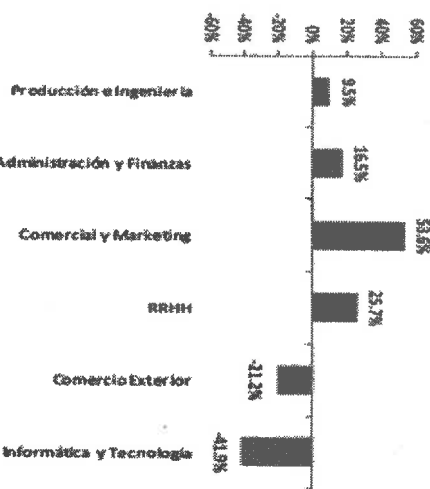
GRÁFICO 2 Composición empleados por servicios

En gráfico 3 se puede apreciar la demanda de Perfil Profesional que se requerían en año 2009/2010, lo cual nos permite inferir que el crecimiento de servicios como de profesionales del área de comercial y marketing son los más buscados dentro del sector servicios, que tiene dos características fundamentales:

-Primeros 5 meses de 2011-



-Variación interanual primeros 5 meses 2011 vs. 2010-



Fuente: IEPAL de Fundación Mediterránea sobre la base de FALETT.

Fuente: IEPAL de Fundación Mediterránea sobre la base de FALETT.

GRÁFICO 3 Tipo de profesionales demandados.

- Intensivo en mano de obra
- Intensivo en estrategias de comercialización y ventas, partiendo del concepto de que el servicio implica un gran esfuerzo comercial para su





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

venta y posterior monitoreo para retroalimentar la fuerza de venta implicada por la organización.

Por lo expuesto, habiendo puesto en análisis los datos y tendencias, vemos que una formación en herramientas de comercialización y ventas se hace más que necesario para acompañar al crecimiento del sector, además de satisfacer la demanda del empresario por mano de obra calificada en ésta área de conocimiento aplicado.

II. Justificación de la propuesta formativa.

La Comercialización de Bienes y Servicios reclaman la formación de profesionales capacitados en herramientas necesarias para aumentar los ingresos por ventas y participación en el mercado, con el fin de que la organización logre un posicionamiento de liderazgo en la oferta de bienes y servicios, permitiendo a la Prof. MARIA SILVIA OJEDA VEZ, obtener una óptima rentabilidad financiera y económica sustentable en el corto, mediano y largo plazo. Es por ello que el proceso de comercialización y venta requiere de un profesional con un perfil acorde a la realidad socioeconómica del país, capaz de aportar conceptos y técnicas de comercialización y ventas en pos de superar crisis económicas y de mercado, sujetas a los vaivenes del mundo globalizado, identificando mercados nacionales e internacionales, desarrollándolos, captando clientes, brindándoles productos y servicios ajustados a las necesidades de éstos, y obteniendo a cambio ingresos rentables desde lo económico y financiero. La comercialización y venta "one to one" se ha profundizado debido a los avances de la tecnología de la comunicación e información, buscando con ello que los productos y servicios estén lo más cerca de las necesidades de cada cliente.

3. PROPUESTA CURRICULAR.

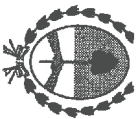
I. Denominación de la carrera de referencia
Tecnatura Superior en Comercialización y Ventas

II. Denominación del Título.
Técnico Superior en Comercialización y Venta

Objetivos de formación

El rol del Técnico Superior en Comercialización y ventas es clave para las empresas industriales, comerciales y servicios minoristas y mayoristas: un

2016		
2017		
2018		
2019		



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

profesional capacitado con herramientas necesarias para investigar mercados, formular estrategias comerciales y de ventas, elaborar informes comerciales, analizar resultados de estudios de mercado, generar conceptos de marketing, planificar, organizar y llevar a cabo distintos tipos de ventas partiendo de una realidad socio-económica-política-tecnológica de la provincia de Tucumán, visto esto desde una perspectiva macroeconómica, y dada una tecnología de gestión de nuestro empresariado tucumano, como así también de necesidades de recursos humanos especializados en estas áreas que reclaman las empresas nacionales e internacionales cuando instalan sus sucursales en nuestra provincia.

En síntesis, se busca formar un profesional técnico capacitado para el contacto directo con el público, formado específicamente para llevar adelante la gestión más importante de la empresa comercial y de servicios, que es llegar al público consumidor a través de la venta, procurando la conformidad, satisfacción y fidelidad del cliente, sin distinción del producto objeto del intercambio comercial, generando mayores ingresos y aumentando la rentabilidad de la empresa.-

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

III. Perfil del Ingresante.

Título Secundario.

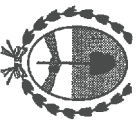
IV. Perfil Profesional.

- Manejar técnicas que permitan inferir comportamientos psicológicos del consumidor en relación con la demanda de bienes y servicios
- Manejar técnicas de análisis y formulación de estrategias de marketing en áreas de diseño de productos, política de precios, canales de comercialización y distribución y políticas de publicidad.
- Gestionar carteras de clientes en empresas industriales, servicios y comercio en general, ponderando información financiera, económica y legal.
- Diseñar estrategias de marketing político, social, orientado al desarrollo local.
- Gestionar información relacionada con la comercialización y venta de bienes y servicios.
- Manejar circuitos de comercialización exterior.

V. Alcances del Título

- Diseñar estrategias de mercadeo (producto, precio, promoción y distribución) en empresas minorista y mayoristas de bienes y servicios.

M.Ed.		



TUCUMÁN

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
TUCUMÁN

Bicentenario de la Independencia 2010/2016

CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° **2312** /5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

- Desarrollar programas de investigación de mercado.
- Diseñar sistemas de gestión de venta en forma interdisciplinaria con profesionales pertinente para tal proyecto.
- Desarrollar estrategias de marketing político y social.
- Elaborar estrategias de comercialización internacional en forma interdisciplinaria con profesionales pertinente en tal proyecto.
- Desempeñar la función de ejecutivo en ventas y/o mandos medios en una Organización Comercial/Servicios, ONG y organismos gubernamentales que requieran de estrategias de mercadeo.
- Desempeñar tareas en publicidad y estrategias de promoción comercial de los bienes y servicios de la organización.

VI. **Áreas de Competencia**

Manejar técnicas que permitan inferir comportamientos psicológicos del consumidor en relación con la demanda de bienes y servicios,

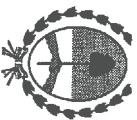
- Realizar investigación de mercados, usando técnicas de muestreo y segmentación de clientes, determinando del volumen potencial objetivo de clientes para la organización, integrando información de índole económica y comportamiento del consumidor.

Manejar técnicas de análisis y formulación de estrategias de marketing en áreas de diseño de productos, política de precios, canales de comercialización y distribución y políticas de publicidad.

- Auditar la implantación y rediseño estrategias de marketing en las organizaciones, fijando puntos de control a los efectos de lograr la efectiva implementación de estrategias y políticas de mercado vigente en la organización.
- Analizar y diseñar exposiciones feriales de promoción de productos y servicios de la organización.
- Diseñar estrategias de promoción, circuitos de comercialización de bienes y servicios, optimizando el uso de recursos tecnológicos e informacional.
- Diseñar estrategias de precios y paquetes de financiación, optimizando la rentabilidad de la comercialización y ventas de bienes y servicios.
- Desarrollar programas de desarrollo e investigación de productos y servicios para satisfacer la demanda de los clientes.

M.E			
-----	--	--	--

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312/5(MED)
EXPEDIENTE N°

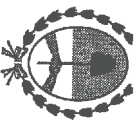
Cont. Anexo Único

///...

- Gestionar carteras de clientes en empresas industriales, servicios y comercio en general, ponderando la información financiera, económica y legal.
- Desempeñar tareas en áreas de mercadeo de empresas de servicios, comerciales, ONG u organismos gubernamentales, como ejecutivo en atención al cliente: reclamos, negociación en venta, expedición, mantenimiento de cartera dominando estrategias de negociación interpersonal en su aspecto cognitivo y emocional.
- Gestionar carteras de clientes en cuanto a su cumplimiento (cobro), morosidad y gestión judicial, observando en esto último leyes comerciales y procesales en este sentido y con el asesoramiento letrado especialista en la materia.
- Diseñar estrategias de marketing político, social orientado al desarrollo local.
- Análisis y diseño de mercado electoral, encuesta de opinión y boca de urna.
- Gestionar información relacionada con la comercialización y venta de bienes y servicios.
- Realizar presupuestos de ventas (ventas de contado, créditos, gestión judicial) usando técnicas estadísticas y conocimiento de cartera de clientes de la organización, integrando dichas estimaciones con el presupuesto maestro de la empresa. Dominar en este sentido aspectos cuantitativos como habilidades de negociación dentro de equipos interdisciplinarios e interdepartamentales de la organización.
- Analizar tendencia de mercado (integrando datos cualitativos/cuantitativos) aplicando técnicas estadísticas de pronósticos y muestreo estadístico como así también ponderar información y fuentes de variables cuantitativas y/o cualitativas adecuadas y oportunas.
- Analizar mercados regionales nacionales; en bloque internacionales, en búsqueda de oportunidades de comercialización, integrando aspectos arancelarios, convenios bilaterales, tendencias sociales, políticas, económicas y de mercado.
- Intervenir en el diseño e implementación de tecnologías de la información en la gestión y fidelización de clientes, aportando conocimientos en temas de variables de mercadeo, circuito de comercialización del bien o servicios de la organización y comportamiento del consumidor.

M.Ed.			
-------	--	--	--

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)
EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

- Realizar informes del área comercial relacionada con la rentabilidad del cliente, volumen de ventas, morosidad y potencialidad de penetración de mercado.
- Intervenir interdisciplinariamente en el análisis de informes gerenciales para el control de gestión y desarrollo de estrategias organizacionales.
- Intervenir en el análisis y diseño de base de datos de clientes corporativos, captando información relevante para un óptimo contacto con clientes de la organización.
- Manejar circuitos de comercialización exterior.
- Intervenir interdisciplinariamente en el circuito comercial de exportación de bienes y servicios observando las leyes tributarias arancelarias aduaneras, convenios internacionales, exigencias legales sanitarias y técnicas de país exportador e importador.
- Diseñar estrategias de marketing político, social orientado al desarrollo local.
- Análisis y diseño de mercado electoral, encuesta de opinión y boca de urna.

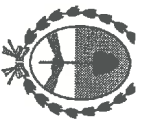
Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE G. S. T. O. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

VII. Ámbito de inserción laboral

En todos los negocios y comercios del país, cualquiera sea su rubro, en distintas áreas dentro de la comercialización de productos y servicios:

- Facturación y Cobranza
- Publicidad y Promoción
- Distribución.
- Investigación de Mercado.
- Comercio exterior.
- Atención clientes
- Diseño de Producto.
- Logística y Distribución comercial
- En el sector público u organizaciones sin fines de lucro desarrollando estrategias de marketing social y comercialización de productos sociales.
- En campañas políticas, desarrollando interdisciplinariamente, estrategias de marketing político de candidatos electivos gubernamentales y/o no gubernamentales (mutuales, sindicatos, entidades autárquicas).





TUCUMÁN

MINISTERIO DE EDUCACION
TUCUMÁN

Bicentenario de la Independencia 2010/2016

CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

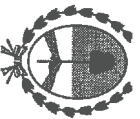
VIII. Plan de estudios (organizado por campos de Formación)

Año	Nº	UNIDADES CURRICULARES	Hs. Catedras Semanales	Hs. Catedras	Hs. Reloj	Formación "G", "F", "E", "P"	General	Fundamento.	Específica	Práctica	Porcentaje			
											Mínimo			
1	1	Sistema de Información Contable	2	60	40	F	0	60	0	0	5%	120		
	2	Derecho Civil y/o Comercial	2	60	40	F	0	60	0	0	33%	810		
	3	Informática Aplicada I	3	90	60	F	0	90	0	0	47%	1140		
	4	Economía	3	90	60	F	0	90	0	0	15%	360		
	5	Matemática Financiera	3	90	60	F	0	90	0	0				
	6	Problemática Contemporánea Actual	2	60	40	G	60	0	0	0				
	7	Comportamiento del Consumidor	3	90	60	E	0	0	90	0				
	8	Inglés Técnico	2	60	40	F	0	60	0	0				
	9	Dirección Estratégica de Ventas	3	90	60	F	0	90	0	0				
	10	Prácticas Profesionalizantes I	4	120	80	P	0	0	0	0				
TOTAL PRIMER AÑO			27	810	540		60	540	90	120				
2	1	Investigación de Mercado	3	90	60	E	0	0	90	0				
	2	Estrategia de Productos y Servicios	3	90	60	E	0	0	90	0				
	3	Estrategias de Negociación	2	60	40	G	60	0	0	0				
	4	Estrategias de Comunicación y Marketing	3	90	60	E	0	0	90	0				
	5	Estadística Aplicada	3	90	60	F	0	90	0	0				
	6	Contabilidad Gerencial	3	90	60	F	0	90	0	0				
	7	Informática Aplicada II	3	90	60	E	0	0	90	0				
	8	Comercio Internacional I	3	90	60	E	0	0	90	0				
	9	Prácticas Profesionalizantes II	4	120	80	P	0	0	0	0				
	TOTAL SEGUNDO AÑO			27	810	540	0	60	180	450	120			
3	1	Políticas de Precios	3	90	60	E	0	0	90	0				
	2	TIC Aplicada al Mercado	3	90	60	E	0	0	90	0				
	3	Gestión de Cartera	3	90	60	E	0	0	90	0				
	4	Imagen Corporativa	3	90	60	E	0	0	90	0				
	5	Administración Financiera Empresarial	3	90	60	F	0	90	0	0				
	6	Marketing Social y Político	2	60	40	E	0	0	60	0				
	7	Distribución Comercial	3	90	60	E	0	0	90	0				
	8	Comercio Internacional II	3	90	60	E	0	0	90	0				
	9	Prácticas Profesionalizantes III	4	120	80	P	0	0	0	0				
TOTAL TERCER AÑO			27	810	540	0	0	90	600	120				
TOTALES			81	2430	1620	0	120	810	1140	360				
											5%	33%	47%	15%

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M. Ed.

11



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 23125(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

IX. Cuadro con el detalle de horas Teóricas y Prácticas.

N°	UNIDADES CURRICULARES	Hs. Totales	Hs. Teóricas	Total hs. Prácticas	Espacios		
					Aula	Sala de Informática	Espacio Productivo
PRIMER AÑO							
1	Sistema de información contable	2	1	1	--	--	1
2	Derecho Civil y/o Comercial	2	2	--	--	--	--
3	Informática Aplicada I	3	1	2	--	2	--
4	Economía	3	1	2	2	--	--
5	Matemática Financiera	3	1	2	2	--	--
6	Problemática Contemporánea Actual	2	2	--	--	--	--
7	Comportamiento del Consumidor	3	3	--	--	--	--
8	Inglés Técnico	2	1	1	1	--	--
9	Dirección Estratégica de Ventas	3	3	--	--	--	--
10	Prácticas Profesionalizantes I	4	--	4	--	--	1
SEGUNDO AÑO							
1	Investigación de Mercado	3	1	2	1	--	1
2	Estrategia de Productos y Servicios	3	3	--	--	--	--
3	Estrategias de Negociación	2	2	--	--	--	--
4	Estrategia de Comunicación y Marketing	3	3	--	--	--	--
5	Estadística Aplicada	3	1	2	--	2	--
6	Contabilidad Gerencial	3	1	2	1	1	--
7	Informática Aplicada II	3	1	2	--	2	--
8	Comercio Internacional I	3	3	--	--	--	--
9	Prácticas Profesionalizantes II	4	--	4	--	--	1
TERCER AÑO							
1	Políticas de Precios	3	3	--	--	--	--
2	TIC Aplicada al Mercado	3	1	2	1	1	--
3	Gestión de Cartera	3	3	--	--	--	--
4	Imagen Corporativa	3	1	2	1	1	--
5	Administración Financiera Empresarial	3	1	2	1	1	--
6	Marketing Social y Político	2	2	--	--	--	--
7	Distribución Comercial	3	3	--	--	--	--
8	Comercio Internacional II	3	3	--	--	--	--
9	Prácticas Profesionalizantes III	4	--	4	--	--	1
TOTAL		81	47	34	10	14	10

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

M. Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312/5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

X. Desarrollo de los Unidades Curriculares (contenidos y referencias bibliográficas)

UNIDAD CURRICULAR: SISTEMA DE INFORMACION CONTABLE

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 2 hs. cátedras.

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

Perfil Profesional: Contador/a Público Nacional / Contador/a Público

Contenidos

Eje Temático N° 1

Las organizaciones y su administración Concepto de la actividad económica. Concepto de ente y empresa. Las organizaciones y sus operaciones. Recursos de las organizaciones. Fuentes de los recursos. Las actividades de las organizaciones, los recursos en juego y su representación contable: contabilidad y patrimonio. Diferencia entre empresas comerciales y organizaciones de la economía social. Normas contables

Eje Temático N° 2

Contabilidad y su campo del conocimiento. La contabilidad y sus funciones. Objetivo básico de la contabilidad. Definición de contabilidad. Alcances del término contabilidad. Para qué sirve la contabilidad. Concepto y clasificación de los principios contables. El carácter de la disciplina contable. Relación entre contabilidad y otras disciplinas. Gestión, concepto, importancia de la contabilidad en la gestión de las organizaciones.

Eje Temático N° 3

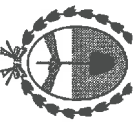
Contabilidad y el sistema de información contable La información, aspecto clave de la decisión. Marco conceptual de la contabilidad como sistema de información contable, características y usuarios. Informalidad, concepto, características, su relación con la información contable. Importancia y características de la información contable. Requisitos y limitaciones de la información contable. El sistema de información y los destinatarios de la información. Usuarios de la información contable.

Eje Temático N° 4

Patrimonio: conceptos y variaciones. Concepto de bienes económicos .Concepto de patrimonio. La ecuación contable fundamental. El Activo: caracterización, y

Prof. MARIA SILVIA OJEU
SECRETARIA DE ESTADADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312/5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

componentes. El Pasivo: caracterización, tipos de obligaciones. Patrimonio neto: determinación, y componentes. Conceptos y clases de variaciones patrimoniales. El capital: definición y caracterización. El balance y la determinación de resultados: Ingresos, costos, gastos. Pérdidas, ganancias, superávit, déficit.

Eje Temático N° 5

La captación de los hechos contables y su transformación en información. Elementos para el registro contable. Las cuentas. Relación con la ecuación contable básica. Componentes de las cuentas. El método de la partida doble. Fuentes, formas y medios de registración Los registros contables. Los asientos contables. Análisis de hechos y operaciones.

Eje Temático N° 6

Culminación del proceso contable Integración de las distintas etapas del proceso contable: Balances de sumas y saldos, análisis de cuentas. Introducción a los estados contables. Análisis e interpretación de productos contables básicos. Análisis e interpretación de los ratios. Análisis y evaluación de los estados contables según los diversos tipos de organizaciones. El balance social.

Eje Temático N° 7

Uso de la información contable en las organizaciones Información contable en Sociedades civiles y comerciales. Compromiso de aporte de los socios, el contrato social, documentación, registro. Información contable en Sociedades anónimas (S.A). Información contable en sociedades de responsabilidad limitada (S.R.L).

Bibliografía Básica de Referencia

- Biondi y Zandona (1997). Manual de Contabilidad. Ed. Macchi
- Biondi, Mario (2007). La contabilidad, un sistema de información Errepar.
- Chavez, Dealexandris, y otros (2001). Sistemas Contables. Ed. Macchi .
- Chavez, Feudal y otros. (1997). El Capital a mantener. Ed. Macchi
- Fowler Newton, Enrique (2011). Contabilidad Básica. Ediciones La Ley. Buenos Aires. Argentina.
- Sasso (2001). El Proceso contable. Ed. Macchi
- Telese, Miguel (2006). Conociendo la Contabilidad. Osmar D. Buyatti, Librería Editorial.

UNIDAD CURRICULAR: DERECHO CIVIL Y/O COMERCIAL

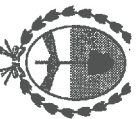
Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 2 hs. cátedras

M. Ed.			
--------	--	--	--

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

Perfil Profesional: Abogada/o.

Contenidos

Eje Temático N° 1

Concepto de Derecho – Fuentes del derecho - Definición - Clasificación - Constitución Nacional - Tratados internacionales - Bloque de constitucionalidad - Ejercicio de los derechos. Principios. Derechos individuales y derechos de incidencia colectiva - Sujetos de los Derechos – Tipos de persona. Persona Humana. Comienzo de la existencia. Capacidad. Derechos y actos personalísimos - Nombre. Persona jurídica. Clasificación - Atributos y efectos de la personalidad jurídica. Domicilio - Concepto - Clasificación.

Eje Temático N° 2

Hecho y acto jurídico - Manifestación de voluntad - Objeto y causa del acto jurídico - Forma y prueba - Vicios de los actos jurídicos - Instrumentos públicos y privados - representación - Responsabilidad contractual y extracontractual. Objeto de las relaciones jurídicas – El patrimonio: Bienes y Cosas – Causa de relación jurídica – El hecho jurídico

Eje Temático N° 3

Obligaciones. Concepto. Clases. Extinción de las obligaciones. El Contrato como fuente de las obligaciones – Definición de contrato – Elementos – Clasificación de los contratos - Contrato Conexos - Contratos de Consumo - Contrato de compraventa – Contrato de locación – Contrato de mandato.

Bibliografía Básica de Referencia.

- Código civil y comercial unificado de la Nación Argentina 2014 – Última edición.
- Contratos Civiles y Comerciales – Ricardo Luis Lorenzetti – Edit. La Ley
- Código civil y comercial unificado de la Nación Argentina Comentado. Ed. Rubinzal.

UNIDAD CURRICULAR: INFORMÁTICA APLICADA I

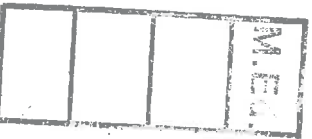
Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

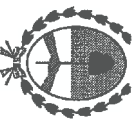
Carga Horaria: 3 hs. cátedras.

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento



Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Perfil Profesional: Ingeniero/o en Sistema de Información / Ingeniero/o en Informática / Ingeniero/o en Computación

Contenidos

Eje Temático N° 1

Entorno de usuario de Excel: Ventana de programa. Cinta de opciones. Barra de acceso rápido. Minibarra de herramientas. Vista Backstage. Opciones de Excel. Elementos de la ventana de Excel: hoja de cálculo, celdas, filas y columnas. Cuadro de nombres. Barra de fórmulas. Crear, abrir, guardar y cerrar libros de trabajo. Crear desde plantilla. Opciones de Autor recuperación. Versiones de Excel. Guardar un libro con diferentes formatos. Guardar como plantilla.

Eje Temático N° 2

Crear y formatear hojas de cálculo. Desplazarse por una hoja de cálculo. Edición básica de filas y columnas. Trabajar con vistas de la ventana. Opciones del zoom. Dividir ventana. Organizar ventanas. Nueva ventana dentro del libro activo. Inmovilizar paneles.

Eje Temático N° 3

Formato de celdas y contenido. Formato de celdas: alineación, bordes y sombreados, combinar y dividir celdas. Formato de números. Crear y aplicar estilos de celda. Botón "Copiar formato". Opciones de pegado especial. Ordenar datos. Filtrar datos. Formato condicional. Trabajar con datos.

Eje Temático N° 4

Fórmulas y funciones básicas. Fórmulas básicas. Aplicar la preferencia: orden de evaluación. Referencias de celdas. Utilizar rangos de celdas en fórmulas. Utilizar rangos con nombre en fórmulas. Funciones básica. Trabajar con datos. Presentación visual de los gráficos Crear y modificar gráficos. Minigráficos. Insertar y modificar objetos. Insertar imágenes, imágenes prediseñadas (ClipArt), Formas. Capturas de pantalla. Gráficos SmartArt Formato de imágenes y objetos. Crear y editar hipervínculos

Eje Temático N° 5

Configurar e imprimir hojas de cálculo. Configurar página: Orientación, Márgenes, Encabezados y pies de página, Numeración de páginas Vistas del libro: Vista normal. Vista diseño de página. Vista previa de salto de página. Crear vistas personalizadas. Opciones de impresión. Establecer el área de impresión, Imprimir títulos de filas y columnas, Ajuste de escala Compartir y proteger un libro de trabajo Crear y gestionar comentarios Proteger un documento. Propiedades del

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. O. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M. Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

documento Compartir y enviar documentos. Crear documento PDF/XPS

Bibliografía Básica de Referencia

- Excel 2010 a fondo. Santiago Travería, Luis Navarro Editorial INFORBOOK, 2010
- Microsoft Excel 2010. Microsoft Official Academic Course (MOAC) Bryan Gambrel, 2011.
- Microsoft Official Academic Course (MOAC) Bryan (Editor) Editorial WILEY, 2011.
- Microsoft® Office Excel 2010 Curtis Frye Editorial. ANAYA MULTIMEDIA, 2011

UNIDAD CURRICULAR: ECONOMÍA

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras.

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

en Economía

Contenidos

Eje Temático N° 1

Economía: Concepto, lugar entre las ciencias y relaciones con otras ciencias. Bienes y Necesidades: concepto, clasificación y características. El principio de escasez. Los problemas económicos básicos. Las formas de organización económica. El sistema económico, La Estructura Económica y el Régimen Económico. Economía Positiva y Economía Normativa. Microeconomía y Macroeconomía. Modelos Económicos. El circuito económico simple.

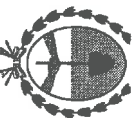
Eje Temático N° 2

Las teorías de la utilidad. La utilidad total y la Utilidad Marginal. La curva de demanda individual: determinantes de la demanda. Formas de representación. Cambios en la demanda y cambios en la cantidad demandada. La determinación de la demanda de mercado. Elasticidad de la demanda. El coeficiente de elasticidad precio. La elasticidad ingreso. La elasticidad cruzada de la demanda.

Eje Temático N° 3

La oferta de bienes y servicios. La curva de oferta: Determinantes de la oferta. Formas de representación. Cambios en la oferta y cambios en la cantidad ofrecida.

M. Ed.		



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

La determinación de la oferta de mercado. La elasticidad precio de la oferta.

Eje Temático Nº 4

La Corriente circular de la Renta. Determinación del Ingreso: Las funciones Consumo y Ahorro. Modelo Simple sin sector gobierno y con sector gobierno. El multiplicador.

Eje Temático Nº 5

Concepto, orígenes, funciones y tipos de dinero. Demanda de Dinero. Determinantes de la demanda de dinero y motivos. Oferta monetaria. Base monetaria y multiplicador monetario. El control de la oferta monetaria. El equilibrio en el mercado de dinero.

Eje Temático Nº 6

El Estado en la economía: Lo impuestos y el gasto público. El presupuesto y la política fiscal. El Sector Externo. La Balanza de pagos. La Balanza por cuenta corriente y por cuenta capital. Déficit y superávit. El mercado de divisas. Sistema de tasas de cambio. Depreciación y apreciación de la moneda. La oferta y demanda agregadas. Equilibrio macroeconómico a corto y largo plazo.

Bibliografía Básica de Referencia

- Barber, W.: Historia del Pensamiento Económico, Madrid, Alianza Universidad, 1980.
- Becker, V. A., Mochon, F.: Economía. Elementos de Micro y Macroeconomía, Mc Graw Hill, Madrid, 1994.
- Carvelañ, I.: La Argentina 94. Estructura Humana y Económica, Macchi. Bs.As. 1994.
- Castro, A. Y Lessa, C.: Introducción a la Economía. Siglo XXI. Méjico. 1981.
- Economía: principios y aplicaciones. Mc Graw Hill. 2ª. Edición. Madrid. 1997.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: MATEMÁTICA FINANCIERA

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

Perfil Profesional: Profesora Universitario en Matemática / Contador/a Público

Nacional / Contador/a Público

Contenidos

M.Ed.



TUCUMÁN

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
TUCUMÁN

Bicentenario de la Independencia 2010/2016

CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático N° 1

Valor tiempo del dinero. Fórmulas de valor temporal Operaciones financieras básicas. Concepto de capital financiero. Presentación de herramientas matemáticas básicas.

Operaciones financieras de capitalización. Operaciones financieras. Elementos. Clasificaciones: Operaciones financieras. Concepto. Elementos de una operación financiera. Clasificación de las operaciones financieras.

Eje Temático N° 2

Tasas de interés: Tasa nominal, proporcional, efectiva, equivalente, real. Interés simple: Interés Compuesto Capitalización discontinua sub periódica. Capitalización continua. Tasa Efectiva Rendimientos sub periódica equivalentes a la tasa efectiva periódica: Tasa sub periódica equivalente. Tasa nominal convertible Tasa Instantánea de Interés. Comparación de tasas nominales Tasa efectiva en operaciones a interés simple. Operaciones con Tasa de Interés Anticipado Análisis de Las Funciones Monto Simple y Compuesto Tiempo Fraccionario en Operaciones a Interés Compuesto. Convenciones Comparación de montos con convención exponencial pura y lineal

Eje Temático N° 3

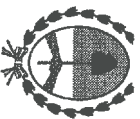
Proceso de descuento o cálculo del Valor Actual Distintos procedimientos de descuento o actualización: Clasificación: Descuento comercial simple Descuento racional simple. Descuento racional compuesto en sus distintas formas de actualización con tasa proporcional o con tasa equivalente. Descuento comercial compuesto en sus distintas formas de actualización con tasa proporcional o con tasa equivalente. Estudio en particular de cada una de las formas de descuento. De acuerdo a la clasificación. Equivalencia entre los distintos tipos de descuento. Descuento comercial compuesto. Distintas formas de actualización continúa. Tasa "efectiva" de descuento. Tasa sub periódica equivalente de descuento. Tasa instantánea de descuento. Deducción por L'Hôpital y número. Comparación de Tasas Nominales Convertibles de Descuento Análisis de Funciones de Valor Efectivo Refinanciación de deudas. Principio de equidad financiera

Eje Temático N° 4

Operaciones compuestas .Definición de Renta .Elementos de una Renta Clasificación de las Rentas .Deducción del Valor Financiero de una Renta Temporaria Vencida-Adelantada. Distintos Tipos de Rentas. Estudio en particular de algunos tipos de rentas. Rentas de valuación final Comparación de funciones cuota de préstamo y renta de ahorro. Rentas perpetuas .Otras Rentas

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. O. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático Nº 5

Sistemas de Concesión de Préstamos: Configuración de un sistema de amortización. Sistema Francés: cuotas constantes y amortizaciones progresivas. Sistema Alemán: amortizaciones constantes Sistema Americano. Préstamos con ajuste de capital y cuota Préstamos a Tasa Variable. Modalidades en la estructura del préstamo.

Bibliografía Básica de Referencia

- Alcaraz Segura (1958). "Cálculo Financiero". México.
- Ayres, F. (1991). "Matemáticas Financieras". Mc. Graw Hill, México.
- Brealey R., Myers, S. (1998). "Principios de Finanzas Corporativas" Mc. Graw Hill.
- Cicero Mattia, F. (2004). "Matemática Financiera". U.N.L Editora.
- Cissel, Cissel. Flaspohler. (1997). "Matemáticas Financieras", Editorial Continental, México.
- López Dumrauf, Guillermo (2001). Cálculo financiero aplicado, Ed. La Ley, Buenos Aires.
- Murione O. y Trossero A. (1993). "Manual de cálculo financiero". Ediciones Macchi.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTO. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: PROBLEMÁTICA CONTEMPORÁNEA ACTUAL

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 2 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: General

Perfil Profesional: Licenciada/o en Sociología / Licenciada/o en Ciencias Políticas

Contenidos

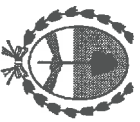
Eje Temático Nº 1

Dimensiones que configuran al proyecto de modernidad. Tensiones, ambigüedades y promesas incumplidas en la modernidad. Mutaciones del mundo actual: rupturas y continuidades del pasado moderno

Eje Temático Nº 2

Unidades sociales y organización colectiva; igualdad de posiciones/ igualdad de oportunidades. Globalización y anti-globalización: lo global, lo local, las tradiciones. La construcción social de sentidos, redes, códigos mutantes. Política

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N°2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

de la segmentación social: asimetrías sociales y expulsión cultural. Neoliberalismo, exclusión económica y marginalidad urbana. Transformación de experiencias colectivas y producciones

Eje Temático N° 3

Cultura e identidad: del esencialismo a una construcción socio histórica. El lugar del Otro en la construcción de identidades. El Otro globalizado, historizado, discriminado. El sujeto colectivo y la alteridad como fundante del sujeto. Identidades homogéneas y heterogéneas: legitimación de dominación y desigualdad. Identidad y ciudadanía en América Latina y Argentina

Eje Temático N° 4

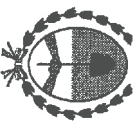
Fronteras nacionales y unidades socioculturales. Integración regional, bloques y dinámicas interculturales en el mundo actual. Diversidad, complejidad y resistencias en las fronteras contemporáneas. La ciudadanía plena y la reconstrucción cultural de la unidad pública. Dispositivos culturales que generan diferencias y desigualdades sociales. Configuraciones espaciales, y culturales: lo político, lo social, lo vivido y lo simbólico.

Bibliografía Básica de Referencia

- Bauman, Z (2000). Modernidad Líquida- Fondo de Cultura Económica Buenos Aires.
- Castel, R. (2004). Las trampas de la exclusión trabajo y utilidad social Editorial Topia, Buenos Aires.
- Dubet, F. (2011). Repensar la justicia social, contra el mito de la igualdad de oportunidades Siglo XXI Editores- Buenos Aires.
- García Cancilini, N. (1995). "Consumidores y ciudadanos (conflictos multiculturales de la globalización). Grijalbo México.
- Gonzales, L. (1998). Globalización y Neoliberalismo, en ECA, en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual>
- Margulis, M. y Urresti, M. (1999). La segregación negada Biplos, Buenos Aires.
- Mateus, J. y Brassat, D. La globalización: sus efectos y bondades, en www.fuac.edu.co/revista/Mcinco.pdf Partes I, II, III y IV.
- Quijano, A. (1992). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina, en Revista Perú indígena, vol. 13, N° 29. Lima Páginas 201 a 217
- Soler, F. Mundialización y globalización: una clarificación conceptual, en Egipán de vidrio. Revista de Filosofía <http://artea.com.ar/egipan/>

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. O. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

- Svampa, M. (2005). La sociedad excluyente Taurus, Buenos Aires.

UNIDAD CURRICULAR: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciada/o en Economía / Licenciada/o en Comercialización /

Licenciada/o en Marketing

Contenidos

Eje Temático Nº 1

El marketing y el comportamiento del consumidor. Concepto y características.

Factores que influyen en la conducta del consumidor.

Eje Temático Nº 2

La cultura: aspectos generales y relevancia para el marketing. Características de la cultura. Análisis de los agentes socializadores de la cultura. Valores culturales: tendencias y cambios. Subculturas como posibles mercados meta. El impacto del entorno demográfico y económico.

Eje Temático Nº 3

Concepto y características de la clase social. Los determinantes de la clase social. Procedimientos para medir la clase social. Implicaciones de la clase social para el marketing y consumidor. Concepto y características de los grupos sociales. Clasificación de los grupos sociales. La influencia de los grupos en el comportamiento del consumidor. Líderes de opinión y su utilización en marketing. La familia: concepto y características. La toma de decisiones en la familia.

Eje Temático Nº 4

El proceso de motivación. Las necesidades: concepto y clasificación. Los valores del consumidor como metas. El riesgo percibido. La implicación: concepto, clases y medición. . Análisis de la percepción: selección y organización. La interpretación perceptual: el papel de la memoria. Implicaciones de la percepción para el marketing. Aprendizaje: concepto y características. Teorías del aprendizaje. La medición del aprendizaje del consumidor. Implicaciones del aprendizaje para el marketing.

Eje Temático Nº 5

Concepto y naturaleza de la personalidad. Teorías explicativas de la personalidad.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTO. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

La medida de la personalidad. La personalidad como explicación de la diversidad de consumidores. Implicaciones de la personalidad para el marketing. Los estilos de vida: concepto y medición.

Eje Temático Nº 6

Las actitudes: concepto características y funciones. Los componentes de las actitudes. La formación y el cambio de actitudes. La predicción del comportamiento a través de las actitudes. Las influencias situacionales y su implicación para el marketing. El reconocimiento del problema. La búsqueda de información. Las decisiones relacionadas con la compra. Evaluación de los resultados y comportamiento post-compra.

Bibliografía Básica de Referencia

- Alonso Rivas, J. (2004). Comportamiento del consumidor, ESIC, 5ª edición, Madrid.
- Dubois, B. y Rovira Celma, A. (1998). Comportamiento del consumidor. Comprendiendo al consumidor, Prentice Hall, Madrid.
- M.L. (1999). Comportamiento del consumidor, Esic, 2ª edición, Madrid.
- Assael, H. (1999). Comportamiento del consumidor. Internacional Thomson Editores, México (6ª edición).

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: INGLÉS TÉCNICO

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 2 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

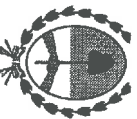
Perfil Profesional: Profesora/ra Universitario en Inglés / Licenciada/o en Inglés

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Sintaxis de las oraciones en inglés y castellano. Análisis de los seis casos más relevantes. Palabras conceptuales: reconocimiento de sustantivos, verbos, adjetivos y adverbios a través de afijos. Palabras estructurales: reconocimiento de preposiciones, determinantes, pronombres, verbos auxiliares, relativos y elementos de enlace entre oraciones y dentro de la oración. Palabras de origen latino: cognatos y falsos cognatos. Función: reconocimiento de los puntos señalados en la unidad.

M.Ed.		



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático Nº 2

El sustantivo: inflexión, posición dentro de la frase nominal. La frase nominal en la oración. El adjetivo: inflexión, posición dentro de la frase adjetiva y nominal. El adverbio como modificador de adjetivos. La frase preposicional: posición dentro de la frase nominal Función: reconocimiento de los puntos señalados en la unidad. Traducción de la frase nominal.

Eje Temático Nº 3

El verbo: inflexión, significados especiales de algunos verbos, verbos regulares e irregulares. Tiempos verbales. Los verboides: el infinitivo, el gerundio (participio presente) y el participio pasado. Elementos no verbales de la frase verbal: el predicativo, el objeto directo, el objeto indirecto, etc. Función: reconocimiento de los puntos señalados en la unidad. Traducción de la frase verbal. **Eje Temático Nº 4**

Condicionales. Imperativos. Voz pasiva. Construcciones impersonales. Oraciones subordinadas. Cadena de modificadores.

Bibliografía Básica de Referencia

- Alexander, L.G. (1988). Longman English Grammar. Italy: Longman.
- Crystal, D. (1996). The Cambridge Encyclopedia of The English Language. U.S.A.: Cambridge University Press.
- Legorburu; Montero; Sagredo; Viviani. (1997). Guía de traducción inglés castellano para la ciencia y la técnica. Bs. As.: Editorial Plus Ultra.
- Piñeiro, J. (1975). Compendio de dificultades de la lengua Inglesa. Barcelona. Bibliograf.
- Stockwell, R.P. (1973). The Grammatical Structures of English and Spanish. Chicago: University of Chicago.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual.

Campo de Formación: Fundamento

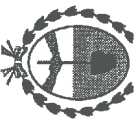
Perfil Profesional: Licenciada/o en Comercialización / Licenciada/o en Marketing

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Conceptos básicos de producto. Clasificación de los productos. Decisiones sobre

M.Ed



TUCUMÁN

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
TUCUMÁN

Bicentenario de la Independencia 2010/2016

CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

el producto individual. Atributos del producto. La marca .El envase. El etiquetado. Servicios de apoyo al producto. Decisiones sobre la línea de productos.

Eje Temático N° 2

Factores a considerar para fijar los precios: Factores internos. Factores externos. Métodos de fijación de precios. Métodos basados en la competencia. Estrategias de precios.

Eje Temático N° 3

Proceso de comunicación. Etapas en el desarrollo de una comunicación efectiva: Identificación del público objetivo. Definición de los objetivos de comunicación. Diseño del mensaje. Selección de los medios. Presupuesto de comunicación y promoción: Métodos para el establecimiento del presupuesto total de promoción. Herramientas promocionales. Decisiones sobre publicidad. Establecimiento de objetivos. Presupuesto publicitario. Estrategia publicitaria. La evaluación de la publicidad. Promoción de ventas: Propósito de la promoción de ventas. Motivos de su crecimiento. Selección de las herramientas de promoción de ventas. Desarrollo del programa de promoción de ventas. Implantación y evaluación.

Eje Temático N° 4

Los canales de distribución: naturaleza y funciones. Funcionamiento y organización de los canales de distribución. Diseño del canal de distribución. Gestión del canal de distribución. Distribución física y gestión de la logística.

Bibliografía Básica de Referencia

- Diez de Castro, E. (1996). Gestión de precios, ESIC, Madrid.
- Diez de Castro, E. (1997). Distribución comercial, 2ª ed., McGraw-Hill, Madrid.
- Kotler, P.; Armstrong, G.; Saunders, J. y Wong, V. (2000). Introducción al marketing. 2ª edición europea. Prentice Hall, Madrid.
- Kotler, P.; Cámaras, D.; Grande, I. Cruz, I. (2000). Dirección de marketing. Edición del milenio. Prentice Hall, Madrid.

UNIDAD CURRICULAR: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Tipo de unidad curricular: Materia

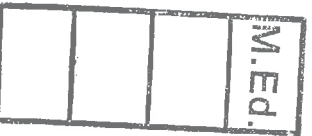
Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciado/a en Marketing / Licenciado/a en Comercialización



Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Contenidos

Eje Temático N° 1

El sistema de información en marketing. Concepto y características de la investigación comercial. La investigación comercial y el proceso de marketing en la empresa. El proceso metodológico de la investigación comercial. Fuentes de información. Principales fuentes de información secundaria. Técnicas de obtención de información primaria. Aspectos éticos y legales de la investigación de mercados.

Eje Temático N° 2

Diseños de investigación exploratoria. Objetivos, características y resultados. Principales técnicas de investigación exploratoria: técnicas cualitativas. Diseños de investigación concluyente. Investigación descriptiva transversal: Encuestas. Observación: características y tipos de observación Investigación descriptiva longitudinal: Panel de consumidores. Panel de detallistas. Panel de audímetros. Investigación causal: experimentación comercial. Investigación exploratoria versus investigación concluyente: diferencias y complementariedad.

Eje Temático N° 3

La investigación cualitativa. Tipología y características. Técnicas cualitativas directas. La entrevista en profundidad La reunión de grupo. La reunión de grupo omnibus. Técnicas cualitativas indirectas: las técnicas proyectivas. Técnicas de asociación. Técnicas de terminación. Técnicas de construcción. Técnicas expresivas. La encuesta. El cuestionario.

Eje Temático N° 4

Conceptos básicos. Selección de las unidades muestrales. Métodos de muestreo probabilísticos. Determinación del tamaño de la muestra y del error de muestreo. Estimadores muestrales.

Eje Temático N° 5

Tabulación de los datos. Técnicas de análisis de datos: análisis univariante, bivariante y multivariante. La elaboración del informe. La importancia del informe. Tipos de informe. Estructura del informe. La redacción del informe. La presentación oral del informe.

Bibliografía Básica de Referencia

- Albiol, J. y Gil, R. (1998): Preparación, tabulación y análisis de encuestas para directivos, ESIC, Madrid.
- Azorín, F. y Sánchez Crespo, J. L. (1986). Métodos y aplicaciones de

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

M.Ed.			
-------	--	--	--



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

muestreo, Alianza Universidad, Madrid.

- Miguel, S., Bigné, E., Levy, J. P., Cuenca, A. C. y Miguel, M. J. (1997). Investigación de mercados, McGraw-Hill, Madrid.
- Pedret, R., Sagnier, L. y Camp, F. (2000). La investigación comercial como soporte del marketing, Deusto, Bilbao.
- Rodriguez Osuna, J. (1993). Métodos de muestreo, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

UNIDAD CURRICULAR: ESTRATEGIA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciada/o en Marketing / Licenciada/o en Comercialización /

Licenciada/o en Administración de Empresas con capacitación
en Marketing

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Introducción a los nuevos productos. Clasificación. Las características del proceso de innovación tecnológica. Novedad y riesgo de las innovaciones. Desarrollo global de nuevos productos. La ubicación de los equipos de desarrollo. Medios que facilitan la creación de equipos virtuales. Desarrollo acelerado de nuevos productos.

Eje Temático Nº 2

Concepto y elementos de la marca. Personalidad. El valor. Extensiones. La etiqueta. La denominación de origen. El envase. Funcionalidad. Factores de eficacia. Decisiones sobre el envase. El proyecto de creación de un envase. Color y envases.

Eje Temático Nº 3

La empresa multiproducto. La cartera de productos. Línea y gama de productos. Análisis de la cartera de productos. Factores condicionantes del resultado del desarrollo de nuevos productos en las empresas de alta. Tecnología. Factores condicionantes del resultado de las innovaciones. Modelos de clasificación de los factores condicionantes del resultado de las innovaciones. La modificación de productos. La eliminación de productos.





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático Nº 4

Fases del proceso de desarrollo de nuevos productos. Estrategia de nuevos productos. Generación de ideas. Fuentes de información para ideas sobre nuevos productos. Técnicas para la activación de las fuentes de información. Importancia del tamizado de ideas. Tipos de tamizados de ideas. Procedimientos y criterios para el tamizado de ideas. El objetivo de la prueba de concepto. Concepto de un nuevo producto. Proceso en la prueba del concepto. Métodos para la prueba del concepto. Análisis económico del nuevo producto. Prueba, desarrollo, construcción, lanzamiento e introducción del nuevo producto.

Bibliografía Básica de Referencia

- Bañegil Palacios, T. M. y Miranda González, F. J. (2001). La gestión del tiempo. Un factor competitivo en el desarrollo de nuevos productos. Pirámide.
- Serrano, F. y Serrano, C. (2005). Gestión, dirección y estrategia de productos. ESIC, Madrid.
- Trott P. (1998). Innovation Management & New Product Development. Prentice-Hall.
- Urban, G. L. (1993). Design and Marketing of New Products. Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall International.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 2 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: General

Perfil Profesional: Licenciada/o en Psicología / Licenciada/o en Recursos Humanos

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Negociación como relación social. Poder y dominación. Campo de tensiones o momento previo al conflicto. Conflicto o momento previo al proceso de negociación

Eje Temático Nº 2

Análisis de la Negociación. Concepto y naturaleza. El dilema de la negociación, crear o reclamar valor. Límites a la negociación, alternativas al no acuerdo. Valoración de Intereses

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático Nº 3

Estrategia de las negociaciones integrativas o cooperativas, crear valor. Estrategia de las negociaciones distributivas o competitivas, reclamar valor. Planificación estratégica de una negociación, proceso, partes en conflicto, roles del equipo negociador, comunicación entre las partes, cierre.

Eje Temático Nº 4

Negociación desde la perspectiva de género. Negociación, ética y diversidad cultural. Negociación como relación social .Poder y dominación. Campo de tensiones o momento previo al conflicto .Conflicto o momento previo al proceso de negociación

Bibliografía Básica de Referencia

- Decaro, Julio (2000). La cara humana de la negociación, Mc-Graw-Hill.
- Ertel, Danny (1996). Negociación 2000. Ed. McGraw-Hill.
- Montaner, Ramón (1992). Negociación para obtener resultados, Deusto, Madrid.
- Munduate, L., y Medina F.J. (2003). Conflicto, negociación y mediación: técnicas de gestión, Tecnos, Madrid.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciada/o en Ciencias de la Comunicación con capacitación en Comercialización y/o Marketing / Licenciada/o en Comunicación Social con capacitación en Comercialización y/o Marketing

Contenidos

Eje Temático Nº 1

La comunicación en las empresas y organizaciones. El papel de la comunicación en la relación con el mercado. Comunicación Integrada de Marketing .El proceso de planificación de la comunicación de marketing Aspectos éticos y sociales de las comunicaciones de marketing

Eje Temático Nº 2

La publicidad como forma de comunicación: concepto y clasificación. El proceso





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

de planificación de la publicidad. La elaboración del mensaje publicitario. Los medios de comunicación. La difusión publicitaria. Las agencias publicitarias. Elección, honorarios. Regulación legal publicidad.

Eje Temático Nº 3

Las tácticas promocionales: tipos de promoción de ventas. Naturaleza y concepto de las relaciones públicas. Causas de su desarrollo actual. Técnicas de relaciones públicas. El patrocinio. Delimitación conceptual del patrocinio. Tipología de patrocinios. Objetivos del patrocinio. Evaluación del patrocinio.

Eje Temático Nº 4

El marketing directo en la actualidad. Ventajas del marketing directo. Funciones del marketing directo. Variables del marketing directo. Factores que contribuyen al desarrollo del marketing directo. Las bases de datos del marketing directo. Medios convencionales para el marketing directo. Marketing interactivo en medios electrónicos

Bibliografía Básica de Referencia

- De Manuel, F. y Martínez-Vilanova, R. (1996). Comunicación y negociación comercial. Ed. ESIC, 2ª edición.
- Díez de Castro, E. y Martín Armario, E. (1993). Planificación publicitaria. Ed. Pirámide-
- Gonzalez, M. A. y Carrero, E. (1997). Manual de planificación de medios. Ed. ESIC.
- Greener, T. (1995). Imagen y relaciones públicas. Ed. Pirámide.
- Rodríguez Del Bosque, I. A. y Ballina, J. (1998). Comunicación comercial: conceptos y aplicaciones. Ed. Civitas, 2ª edición.
- Tellis, G. J. y Redondo. Estrategias de Publicidad y Promoción. Ed. Pearson Educación, Madrid.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTO EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: ESTADÍSTICA APLICADA

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras.

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

Perfil Profesional: Profesor/a Universitario en Matemática / Licenciada/o en Matemática

Contenidos

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático Nº 1

Introducción Orígenes históricos de la Estadística. Estadística descriptiva Estadística inferencial. El rol de la Estadística en la Economía y en la Empresa Empleo de modelos en Estadística. Conceptos generales de la Estadística: población y muestra, parámetros y estadísticos o estadígrafos Componentes de una investigación estadística

Eje Temático Nº 2

Descripción de un conjunto de datos. Organización de un conjunto de datos: tabulación y gráficos Frecuencias. Frecuencias acumuladas. Datos agrupados en clases. Representación gráfica: histogramas, diagramas de sectores (o circulares), pictogramas, polígonos de frecuencias, polígonos de frecuencias acumuladas. Interpretación de tablas y gráficos estadísticos.

Eje Temático Nº 3

Medidas descriptivas de las distribuciones de frecuencia. Medidas de tendencia central: media aritmética, mediana y moda (determinación analítica y gráfica) Ventajas e inconvenientes del uso de cada una de las medidas de tendencia central. Cuarteles, deciles y percentiles. Diagramas de caja. Medidas de dispersión: rango o recorrido, desviación media, varianza, desviación estándar, coeficiente de variación

Eje Temático Nº 4

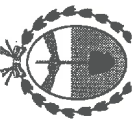
Introducción a la probabilidad Experimentos aleatorios El UNIDAD muestral Distintos tipos de UNIDADES maestras. Eventos o sucesos. Definición clásica de probabilidad. Limitaciones de la misma Definición axiomática de probabilidad Cálculo de probabilidades para el caso de maestras finitos Probabilidad condicional e independencia estadística Probabilidad condicional Eventos estadísticamente independientes Leyes multiplicativa y aditiva de la probabilidad total Probabilidad subjetiva. Teorema de Bayes.

Eje Temático Nº 5

Variables aleatorias unidimensionales. Noción general de una variable aleatoria Variables aleatorias discretas y continuas. Funciones de distribución de probabilidad de variables aleatorias discretas y continuas Funciones de distribución de probabilidad acumulada para variables aleatorias discretas y continuas Esperanza matemática o valor esperado de una variable aleatoria: concepto y propiedades Uso del valor esperado en la toma de decisiones. Varianza de una variable aleatoria: concepto y propiedades

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático N° 6

Algunas distribuciones de probabilidad Para variables aleatorias discretas. La Distribución uniforme discreta El modelo de UNIDAD de probabilidades para los "ensayos de Bernoulli" y la Distribución Binominal La Distribución de Poisson y el "proceso de Poisson" La Distribución de Poisson como una aproximación a la Distribución Binominal. Las Distribuciones geométrica e hipergeométrica Para variables aleatorias continuas La Distribución Uniforme continua La Distribución Normal. Área bajo la curva norma. Propiedades de la distribución normal. La distribución normal estandarizada. Tabulación de la distribución normal Aplicaciones de la distribución normal Aproximación de la distribución normal a la binominal y a la de Poisson

Eje Temático N° 7

Muestreos y distribuciones muestrales. Introducción al muestreo. Concepto. Muestras aleatorias. Estadísticos. Algunos estadísticos importantes. Distribución muestral de medias con varianzas conocidas Teorema central del límite. Distribución muestral de varianzas. Distribución Chi Cuadrado. Características. Uso de tablas.

Eje Temático N° 8

La distribución de la varianza muestral. Distribución muestral de medias con varianzas desconocidas. Distribución muestral de una media con varianza desconocida. Distribución "t" de Student. Características. Uso de tablas Distribución muestral de la diferencia de dos medias, estadísticamente independientes con varianzas desconocidas

Bibliografía Básica de Referencia

- Estadística Matemática con Aplicaciones (1994). Segunda edición Mendenhall W., Wackerly D., Scheaffer R. Grupo Editorial Iberoamericano.
- Introducción al Análisis Estadístico (1991). Harnett / Murphy Ed. Adison Wesley Iberoamericana.
- Statistics for Business and Economics. Third Edition Newbold P. (1994). Ed. Prentice Hill.

UNIDAD CURRICULAR: CONTABILIDAD GERENCIAL

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

M. Ed.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

Perfil docente: Contador/a Público Nacional / Contador/a Público

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Objetivos de la contabilidad gerencial. Usuarios de la contabilidad gerencial.

Enfoque de la contabilidad gerencial. La ética en las informaciones contables gerenciales.

Eje Temático Nº 2

Estados Financieros Básicos. Estado de Resultado. Balance general. Estado de cambio de capital. Estado de flujo de efectivo. Análisis e interpretación información financiera

Eje Temático Nº 3

Conceptos e importancia para la empresa. Métodos de contribución marginal. Método de la ecuación. Elaboración de la gráfica del punto de equilibrio. Comportamiento de costo.

Eje Temático Nº 4

El Presupuesto Maestro. Los presupuestos y la empresa. Ventajas del presupuesto. Tipos de presupuestos. Los componentes del presupuesto maestro.

Análisis de variaciones.

Bibliografía Básica de Referencia

- Administración de costos: un enfoque estratégico. 4. Ed, Blocher,
- Contabilidad administrativa. 13. Ed, Horngren, Charles T. Sundem, Gary L. y Stratton, William O. (Autor).
- Edward J, Stout, David E, Cokins, Gary y Chen, Kung H. (2011). Sistemas de inventarios periódicos, Gerencie.com.
- Manual de contabilidad de costos, Weil, Roman L, y Davidson, Sidney

UNIDAD CURRICULAR: INFORMÁTICA APLICADA II

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Especifica

Perfil Profesional: Ingeniero/o en Sistema de Información / Ingeniero/o en Informática / Ingeniero/o en Computación

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M.Ed.		



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Introducción a las bases de datos. Microsoft Access. Conceptos básicos para el diseño y desarrollo de una Base de datos. Cinta de opciones .Panel de navegación. Vista Backstage Objetos de la base de datos: Tablas, Consultas, Formularios, Informes, Módulos. Creación de una nueva base de datos. Plantillas

Eje Temático Nº 2

Diseñar y modificar tablas. Vistas de tabla. Propiedades de tabla. Tipos de datos. Crear y modificar campos. Propiedades de los campos. Reglas de validación. Establecer Índices, claves primarias. Añadir registros. Operaciones con registros. Importar/Exportar datos. Relaciones entre tablas.

Eje Temático Nº 3

Crear y ejecutar consultas. Vistas de consulta. Propiedades. Consultas de varias tablas. Uniones y relaciones. Tipos de consultas. Consultas de selección, de crear tabla, anexar registros, de actualización y de eliminación. Consulta de tabla de referencias cruzadas. Generar campos calculados. Generador de expresiones.

Eje Temático Nº 4

Creación de formularios. Vistas de formulario. Propiedades. Los Controles de formulario y sus propiedades. Opciones de formato, aplicar Temas. Formato condicional. Orden de tabulación. Crear subformularios. Introducir datos en un formulario. Validación para la entrada de datos. Generar campos calculados en el formulario. Controles para ejecutar macros

Eje Temático Nº 5

Creación de informes. Vistas de informes. Propiedades Controles del informe y sus propiedades. Añadir subinforme. de formato, aplicar Temas. Formato condicional Ordenar y filtrar. Trabajo con registros. Vista previa e impresión de informes.

Eje Temático Nº 6

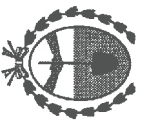
Herramientas de bases de datos. Elementos de aplicación. Conversión de base de datos. Compactar, reparar, replicar base de datos. Gestión de contraseñas

Bibliografía Básica de Referencia

- Microsoft Access 2010 Rigollet, Pierre Editorial ENI, 2011
- Microsoft Official Academic Course (MOAC) Bryan Gambrel (Editor) Editorial WILEY, 2011

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

Med.		



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

- Microsoft® Office 2010 Patricia Scott Peña Editorial Anaya Multimedia, 2010.
- Microsoft® Office Access 2010. Paso a paso Joyce Cox, Joan Lambert Editorial Anaya Multimedia, 2011.

UNIDAD CURRICULAR: COMERCIO INTERNACIONAL I

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras.

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciada/o en Comercio Exterior

Contenidos

Eje Temático N° 1

Tesis mercantilista sobre el comercio. El modelo Ricardino: Ventaja absoluta y ventaja comparativa. Modelo de comercio con un factor productivo. Ganancias del comercio internacional. Demostración neoclásica de la ventaja comparativa.

Eje Temático N° 2

El Modelo de Heckscher-Ohlin. Supuestos básicos. Principales proposiciones. Teorema de Rybozyski. Teorema de Heckscher-Ohlin. Teorema de Stolper-Samuelson. Teorema de la igualdad de los precios de los factores.

Eje Temático N° 3

Comprobación empírica de la teoría ricardiana. Paradoja de Leontief. Modelo de factores específicos. Desafíos empíricos de las teorías tradicionalistas. Rendimientos crecientes. Competencia monopolística y comercio internacional. Tesis de Linder Brescha tecnológica y ciclo del producto.

Eje Temático N° 4

Curvas de indiferencia con comercio. Curva de oferta y demanda recíproca. El equilibrio con comercio internacional. Elasticidades. Estabilidad. Equilibrios múltiples.

Eje Temático N° 5

Argumentos económicos y no económicos. Análisis positivo y normativo. La tarifa óptima. Efectos de las tarifas en la redistribución del ingreso entre los factores y en los términos del intercambio. Casos Lerner y Metzler. La tarifa efectiva. El costo de protección. Estudios empíricos de tarifas y costo de protección. Equivalencia de

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

tarifas y cuotas.

Eje Temático N° 6

Condiciones para la optimalidad de Pareto. Características de las fallas de mercado. La regla general para la intervención óptima. Poder de monopolio en el comercio internacional. Distorsión en la producción doméstica. Distorsiones en el consumo doméstico.

Eje Temático N° 7

Acuerdos de comercio preferencial. Teoría del subóptimo. Efectos consumo. Efectos dinámicos de las uniones aduaneras. El arancel común externo.

Bibliografía Básica de Referencia

- Comercio Internacional Guía práctica de contratación internacional Ortega Giménez, Alfonso
- Comercio Internacional Las aduanas y el comercio internacional Cabello Pérez, Miguel; Cabello González, José Miguel.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: POLÍTICAS DE PRECIOS

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica.

Perfil Profesional: Licenciada/o en Marketing / Licenciada/o en Comercialización

Contenidos

Eje Temático N° 1

Precios y teoría económica. Evolución de la función de demanda. La demanda como función del precio; como función del esfuerzo de marketing, como función del marketing mix y como función total del mercado. Precios y competitividad.

Eje Temático N° 2

Monopolio y empresas con poder de mercado, la discriminación de precios. Discriminación de primera, segunda y tercer grado. Ejemplos. Tarifa en dos partes. Determinación de la cuota fija y del precio por unidad en el caso de consumidores idénticos y diferentes. Utilización del concepto de tarifa en dos partes para determinar el precio de los bienes duraderos.

Eje Temático N° 3

Política de precios bajo incertidumbre. Tipos de rebaja; de pretemporada, en temporada y liquidaciones. Variaciones estacionales en los precios. La

M.ED.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N°2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

incertidumbre en los gustos de los consumidores. Política de precio único y política de precio doble. Diferencia entre los precios de equilibrio bajo certidumbre e incertidumbre. Cuando aplicar la teoría de la incertidumbre. Ejemplos

Eje Temático N° 4

Política de precios y comportamiento del mercado bajo información asimétrica. Consecuencias para la política de precios de la información asimétrica. Información asimétrica y selección adversa. Incumplimiento engañoso de acuerdo por parte de empresas competitivas. La industria competitiva y el ofrecimiento de productos de alta calidad.

Eje Temático N° 5

Políticas estrategias y tácticas en la fijación de precios. Estrategias basadas en precios. Ejemplos. Fijación de una tarifa de precios. Áreas de beneficios y precios. Factores de influencia. Ejemplos de una tarifa de precios. Armonización de precios en las empresas multinacionales.

Eje Temático N° 6

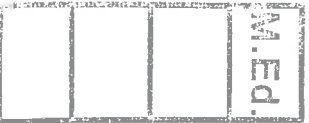
Fijación de los precios en función de los costos. Ventajas. Diferentes tipos de costos. Precios mínimos y umbral de rentabilidad. Relación costo-volumen-beneficio. El precio y la condición de máximo beneficio. Fijación de los precios en función de la demanda. La importancia del concepto de Elasticidad de la demanda. Lanzamiento de un nuevo producto al mercado. Precios de "penetración" y para aprovechar "la crema". Análisis general de factores de precios. Ejemplos.

Eje Temático N° 7

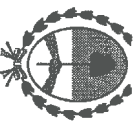
Política de precios en función de la competencia. Competencia y precio de mercado. Incrementos y reducciones de precios. Guerra de precios. Ejemplos y casos. Decisiones ante posible remarcaciones de precios. Análisis del "margen de ofertividad". Licitaciones en concursos y subastas. Casos específicos de política de precios. Precios al por mayor y menor. Precios por línea de productos. Precios psicológicos. Política de precios y rentabilidad de la inversión. Otros ejemplos específicos.

Bibliografía Básica de Referencia

- 13-Winkler, J.: Cómo poner precios, presentarlos y defenderlos. Deusto, Bilbao, 1986.
- Álvarez, J. M. (1999). La política comercial del Mercado Común. McGraw-Hill, Madrid.



Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N°2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

- Dayan, A. y Otros (1985). Marketing. PUF, París.
- Eckert, R. D. (1987). Sistemas de precios y asignación de recursos. Interamericana, México.
- Kotler, P. (1991). Marketing management. Prentice-Hall, New Jersey.
- Lambin, J. J. (1987). Marketing Estrategico. McGraw-Hill, Madrid. Leftwich, R. N. (1987). Sistemas de precios y asignación de recursos. Interamericana, México.
- Maxwell, R. (1989). Marketing un nuevo enfoque. Deusto, Bilbao.
- Pueyo, J. A. (1993). Evolución de precios de compra. Madrid.

UNIDAD CURRICULAR: TIC APLICADA AL MERCADO

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras.

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciada/o en Marketing con capacitación en Informática /

Licenciada/o en Comercialización con capacitación en Informática

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. O. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

Contenidos

Eje Temático N° 1

El Marketing Relacional. CRM: Customer Relación Management. Elementos de un sistema de CRM. El boletín electrónico. El M-Mail: el Móvil Mail: ventajas y desventajas.

Eje Temático N° 2

La web 2.0 y 3.0. Tendencias web e interacción con usuario. El blog. Los buscadores y fishing Marketing. Buscadores y Meta buscadores: utilidad en estrategias marketing.

Eje Temático N° 3

Identificación y redefinición de los procesos logística y distribución con TIC. La utilización de GPS. Gestión de Flotas. La trazabilidad y utilización de TIC. E-Commerce: Business to Business. Business to Consumer. Consumer to Consumer. E-Procurement.

Bibliografía Básica de Referencia

- Borgmann, A. (1984). "Technology and the Character of Contemporary Life". A Philosophical Inquiry. University of Chicago Press, Chicago.





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

- Castells, Manuel (2001). La Era de la Información. Economía Sociedad y Cultura. Volumen I, II, III. Editorial. Siglo XXI. Tercera edición, México.
- Tapscott, Don (1998). Creciendo en un entorno digital. La generación Net. Mc Graw Hill. Colombia.

UNIDAD CURRICULAR: GESTIÓN DE CARTERA

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica.

Perfil Profesional: Contador/a Público Nacional / Contador/a Público

Contenidos

Eje Temático N° 1

Definición y concepto. Importancia. Diversos enfoques de la función de crédito. Clasificación del crédito. Clasificación de la actividad crediticia. Carácter. Capacidad. Capital. Condiciones. Colateral, Cobertura.

Eje Temático N° 2

Títulos de crédito. Características legales. Proceso Judicial. Armado de carpeta de gestión judicial.

Eje Temático N° 3

Localización del departamento de crédito. Relaciones con otros departamentos. Descripción de una organización de crédito centralizada. Descripción de una organización de crédito descentralizada. Entrenamiento y capacitación del personal de crédito.

Eje Temático N° 4

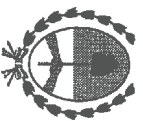
Políticas, objetivos y toma de decisiones. Lineamientos para la formulación de las políticas. Cómo formular una política de crédito. Cómo desarrollar una política de crédito y cobranza. Políticas escritas y políticas no escritas. Condiciones que influyen para establecer políticas liberales o restrictivas. Establecimiento de la política de cobranza. Procedimientos de cobro. Etapa final en la gestión de cobro. Personal especializado de cobranza.

Bibliografía Básica de Referencia

- Ettinger, Richard P. y Golieb David E. (2001). Crédito y Cobranzas, México, CECOSA.
- Montaña, Agustín, Administración de la cobranza (programación y control),

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

México, TRILLAS.

- Seder, John W., Crédito y Cobranzas, México, CECSA.

UNIDAD CURRICULAR: IMAGEN CORPORATIVA

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciada/o en Marketing / Licenciada/o en Comercialización /

Licenciada/o en Comunicación Social / Licenciada/o en
Ciencias de la Comunicación

Contenidos

Eje Temático N° 1

Definición de Imagen Corporativa. Identidad e Imagen Corporativa. Los públicos en la Imagen Corporativa de la empresa. La reputación de las empresas.

Eje Temático N° 2

Creación de la Imagen Corporativa en los públicos. Análisis de la Imagen Corporativa de la empresa. Identidad Visual Corporativa. Manual de gestión de imagen corporativa. Cultura Corporativa.

Eje Temático N° 3

La marca. La imagen. El Color. La Tipografía. La semiótica de comunicación de la marca. Marca corporativa, marca de línea de producto. Estrategia de comunicación de la marca: medios gráficos, medio multimediales.

Bibliografía Básica de Referencia

- Capriotti, P. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa, Ariel, Barcelona.
- Chaves, N. y Belluccia, R. (2003). La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos, Paidós, Barcelona.
- Chaves, N. (2008). La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional, GG Diseño, Barcelona, 3ª edición.
- Hannington, T. (2006). Cómo medir y gestionar la reputación de su empresa, Deusto, Barcelona.

UNIDAD CURRICULAR: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA EMPRESARIAL

Tipo de unidad curricular: Materia

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Fundamento

Perfil Profesional: Licenciada/o en Administración de Empresas

Contenidos

Eje Temático N° 1

Decisiones financieras básicas, definición, alcance y objetivo. Objetivos generales o estratégicos y operativos o tácticos de la Administración Financiera. Concepto de valor de la Organización. Conceptos básicos: Planificación, riesgo, valor tiempo de dinero. Los mercados financieros, tasas nominales y reales. La dirección y las áreas funcionales de la Organización. Estructuras e interrelaciones

Eje Temático N° 2

Cálculo financiero aplicado. Los flujos de fondos y el valor tiempo del dinero. Traslaciones sobre el eje. Capitalizaciones y actualizaciones. Valuaciones en diferentes momentos del eje de tiempo: Actuales, finales, intermedias, anticipadas, diferidas. Variables básicas. Distintas complejidades en las operaciones. Flujos de

fondos regulares e irregulares.

Eje Temático N° 3

Descripción de los rubros de los estados contables de una organización que abarca el Capital de Trabajo: Activo Corriente y Pasivo Corriente. Su importancia relativa dentro de las estructuras del Activo y del Pasivo. El circuito disponibilidades - fabricación o adquisición –stocks – ventas – créditos – disponibilidades (Indicadores de rotación de dinero, de capital, y de mercadería). Reposiciones de materias primas y materiales. Duración de los ciclos. Optimización de la inversión en Capital de Trabajo. Modelos con riesgo y / o incertidumbre. Enfoque por rubros o capítulos del Activo y del Pasivo Corrientes. Características particulares. Estructuras relativas según tipos de Organizaciones. Administración de Disponibilidades e Inversiones Transitorias. Optimización de procedimientos de recuperación del efectivo. Modelos para la distribución eficiente entre disponibilidades e inversiones transitorias. Administración de las Cuentas a Cobrar. Políticas y procedimientos de crédito y cobranza. Normas de crédito. Selección de clientes. Morosidad. Relación entre créditos incobrables y gastos de cobranza. Punto de equilibrio entre los costos de conceder créditos y los costos de rechazarlos. Administración de Inventarios. Costos de mantenimiento de inventarios.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Eje Temático N° 4

Análisis y Evaluación de Proyecto de Inversión. Clasificación, etapas y elementos, factibilidad técnica y económica. Tasa contable y período de repago. Valor actual neto y Tasa Interna de Retorno. Tasa de rendimiento total y tasa real de utilidad.

Bibliografía Básica de Referencia

- De Castro, L y López Pacal, J – “Dirección Financiera” Ed. Prentice Hall.
- Gitman, Laurence J. – “Principios de Administración Financiera”. Ed. Pearson Educación
- Pascale, Ricardo - “Decisiones Financieras” Ed. Pearson Educación
- Sapetrnitzky, Claudio y Alonso, Juan C. – “Administración Financiera de las Organizaciones”. Ed. Macchi
- Suárez, Andrés – “Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa”. Ed. Pirámide
- Van Horne, James C. - “Fundamentos de Administración Financiera”. Ed. Prentice Hall-Pearson Educación

UNIDAD CURRICULAR: MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 2 hs. cátedras

Cursado: Anual

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciada/o en Marketing / Licenciada/o en Comercialización

Contenidos

Eje Temático N° 1

Declaración del milenio. El Pacto Mundial. Lucha contra la pobreza y la exclusión social. Universidad, compromiso social y voluntariado. Cooperación Internacional al Desarrollo. Ayuda internacional El proceso de globalización.

Eje Temático N° 2

Papel del marketing en la sociedad. Aplicación al intercambio político.

Etapas en la evolución del concepto de marketing al intercambio político.

Particularidades de la aplicación del concepto de marketing al ámbito político.

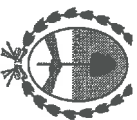
un modelo general de marketing político.

Eje Temático N° 3

La investigación en marketing político. El sistema de información en marketing político. La investigación política: encuestas políticas y electorales. Modelos de

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M. Ed.		



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312/5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

marketing político. Tendencias en la investigación de marketing político. El elector como agente activo.

Eje Temático N° 4

El intercambio político. Componentes del concepto en el intercambio político. Aspectos legales de la situación competitiva política. Organizaciones políticas. Delimitación de la situación competitiva política. Análisis de la situación competitiva política. La comunicación política. Campañas electorales.

Eje Temático N° 5

Introducción. El crecimiento y desarrollo del marketing no lucrativo.

El planteamiento e investigación de marketing social. La orientación al cliente en marketing social. Planificación estratégica y organización en marketing social. Estudio previo del entorno. Investigación de los públicos objetivo: información de marketing, posicionamiento y segmentación. Captación de recursos. El concepto-producto en marketing social. La mezcla de marketing en caso del marketing social.

Bibliografía Básica de Referencia

- Abascal Rojas, F. (2005). Marketing social y ética empresarial. Editorial ESIC.
- Aguirre García, Mª S, coord. (2000). Marketing en sectores específicos. Pirámide Madrid.
- Colomer, J.M. (2004). ¿Cómo votamos? Ed. Gedisa
- Fine, S.H. (1981). The Marketing of ideas and social issues. Praeger Publishers. Nueva York.
- Fitoussi, J.P. (2004). La democracia y el mercado. Ed. Paidós
- Klein, N. (2001). No logo. El poder de las marcas. Paidós Contextos.
- Kotler, P. y Roberto, E. (1989). Marketing social. Ed., Díaz de Santos. Madrid.
- Sargeant, A. (2005). Marketing Management of Nonprofit Organizations. Oxford. NY.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

UNIDAD CURRICULAR: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

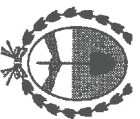
Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciado/a en Comercialización / Licenciado/a en Marketing

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Introducción a la Logística Empresarial. Logística y Administración de la Cadena de Suministro. La logística en la empresa. Estrategias logísticas Decisiones estratégicas de transporte, inventarios y ubicación. Diseño de redes logísticas.

Eje Temático Nº 2

La gestión de la demanda en logística. Servicio al cliente. Gestión del ciclo de pedido. Gestión del aprovisionamiento. Introducción a la gestión de aprovisionamiento

Eje Temático Nº 3

Gestión del transporte. Planificación y gestión del transporte. Modos de transporte. Selección del modo de transportes. Programación del ruteo de vehículos. Sistemas de información para la gestión logística. Subcontratación de servicios logísticos.

Bibliografía Básica de Referencia

- Ballou R.H. (2004). "Logística: Administración de la Cadena de Suministro", Prentice Hall.
- Bowersox D.J., D. J. Closs, M. B. Cooper (2007). "Administración y logística en la cadena de suministros" McGraw-Hill.
- Chopra S. & Meindl P. (2008). "Administración de la cadena de suministro" 3ED, Pearson Educación.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

UNIDAD CURRICULAR: COMERCIO INTERNACIONAL II

Tipo de unidad curricular: Materia

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 3 hs. cátedras

Cursado: Anual.

Campo de Formación: Específica

Perfil Profesional: Licenciado/a en Comercio Exterior

Contenidos

Eje Temático Nº 1

Incoterms. Concepto. Principales cláusulas: FAS, FOB, CFR, CIF, DDU, DDP. Operativa Bancaria. Instrumentos de Cobros y Pagos Internacionales. Créditos

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)
EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

Documentarios ó Carta de Crédito Documentaria. Órdenes de Pago. Cobranzas. Operativa Bancaria en exportaciones e importaciones. Operativa Aduanera. Permisos de Embarque. Despachos de Importación.

Eje Temático N° 2

Exportaciones. Beneficios e Incentivos por Exportaciones. Reembolsos y ex Reintegros. Draw Back. Admisión Temporal. Prefinanciaciones y Financiaciones, Secuencia de una exportación.

Eje Temático N° 3

Importaciones. Importaciones Definitivas. Directo a Plaza común. De Copia de Depósito. Importaciones Suspensivas. De Depósito de Almacenamiento: De Tránsito. Temporal. Secuencia de una Importación.

Eje Temático N° 4

Código Aduanero. Antecedentes. Su Legislación - Decr. 1001/82 - Estructura, alcances. Ambito Espacial. Territorio y Zonas Aduaneras, su control, ubicación. Regímenes vigentes, facultades.

Eje Temático N° 5

Documentos que confecciona el Exportador. Documentos que confecciona el Importador. Documentos que confecciona el Despachante de Aduanas. Documentos que confecciona el Transportista. Documentos relativos a la Mercadería.

Bibliografía Básica de Referencia

- Fratolocchi, Aldo - Como exportar e importar
- Ledesma, Carlos. Comercio Internacional 3ª Edición.
- Ley 22415, Código Aduanero y Decr. Regl. 1001/82
- Moreno, José María, Manual del Exportador
- Sbriglio, Ernesto "El Comercio Internacional"

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

XI. Régimen y modalidad de cursado considerando la especificidad de la propuesta formativa y en concordancia con el RAM Jurisdiccional, Resolución 1269/5 (MEd).

La modalidad de cursado de la Tecnicatura Superior en Comercialización y Ventas, es Presencial organizada en tres años de duración.

- Clases teórico – prácticas.
- Desarrollo de Prácticas Profesionalizantes en contextos reales de trabajo.

M.Ed.			



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)
EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

XII. Criterios de evaluación y promoción por unidad curricular considerando la especificidad de la propuesta formativa y en concordancia con el RAM Jurisdiccional, Resolución Nº 1269/5 (MEd).

Para obtener la regularidad de las unidades curriculares:

- Se regulariza el cursado de las unidades curriculares mediante el cumplimiento del 75% de la asistencia a clases teórico – prácticas y la aprobación del 75% de los Trabajos Prácticos previstos en el proyecto curricular de la cátedra.

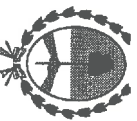
- Unidad Curricular se puede acreditar, sea por promoción directa, se promueve según el siguiente criterio: cumplimiento del 85% de la asistencia a clases teórico – prácticas, aprobación del 100% de los Trabajos Prácticos previstos en el proyecto curricular de la cátedra y la aprobación de dos exámenes parciales con nota superior a 6 (seis).

- Para el caso de las unidades curriculares cuya acreditación sea con examen final; la modalidad de los exámenes finales será oral, excepto en los casos en que las características de los contenidos de la unidad curricular correspondiente hagan aconsejable optar por alguna de las modalidades siguientes:

- Oral y de desempeño: consistente en la demostración por parte del estudiante de una acción o dispositivo de acciones, uso de instrumentos, aplicación de maniobras técnicas, etc. Se utilizará en aquellas unidades curriculares a los que les sea propio la evaluación de procedimientos específicos. A los efectos del registro en actas de consignará como oral.
- Escrito: se utilizará en aquellas unidades curriculares en la que les sea propio la competencia para la comunicación escrita, o cuyos contenidos hagan necesaria la realización de cálculos escritos, expresiones gráficas de los datos, etc.
- Se podrán combinar exámenes escritos y orales en las unidades en las cuales les sea propio la evaluación de competencias para la comunicación tanto escrita como oral. Las unidades curriculares correspondientes al Campo de Formación de las Prácticas Profesionalizantes se acreditan a partir de la evaluación del proceso, presentación de informe y trabajo final y defensa de trabajo en instancia de coloquio.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M.Ed.		



TUCUMÁN

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
TUCUMÁN

Bicentenario de la Independencia 2010/2016

CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

N°	UNIDADES CURRICULARES	EVALUACIÓN
PRIMER AÑO		
1	Sistema de información contable	EXAMEN FINAL
2	Derecho Civil y/o Comercial	EXAMEN FINAL
3	Informática Aplicada I	PROMOCIONAL
4	Economía	EXAMEN FINAL
5	Matemática Financiera	EXAMEN FINAL
6	Problemática Contemporánea Actual	PROMOCIONAL
7	Comportamiento del Consumidor	EXAMEN FINAL
8	Inglés Técnico	PROMOCIONAL
9	Dirección Estratégica de Ventas	EXAMEN FINAL
10	Prácticas Profesionalizantes I	EXAMEN FINAL
SEGUNDO AÑO		
1	Investigación de Mercado	EXAMEN FINAL
2	Estrategia de Productos y Servicios	EXAMEN FINAL
3	Estrategias de Negociación	EXAMEN FINAL
4	Estrategia de Comunicación y Marketing	EXAMEN FINAL
5	Estadística Aplicada	EXAMEN FINAL
6	Contabilidad Gerencial	EXAMEN FINAL
7	Informática Aplicada II	PROMOCIONAL
8	Comercio Internacional I	EXAMEN FINAL
9	Prácticas Profesionalizantes II	EXAMEN FINAL
TERCER AÑO		
1	Políticas de Precios	EXAMEN FINAL
2	TIC Aplicada al Mercado	EXAMEN FINAL
3	Gestión de Cartera	EXAMEN FINAL
4	Imagen Corporativa	EXAMEN FINAL
5	Administración Financiera Empresarial	EXAMEN FINAL
6	Marketing Social y Político	EXAMEN FINAL
7	Distribución Comercial	EXAMEN FINAL
8	Comercio Internacional II	EXAMEN FINAL
9	Prácticas Profesionalizantes III	EXAMEN FINAL

Prof. MARIA SILVIA QUEJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M. Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

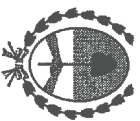
///...

XIII. Régimen de correlatividades.

Nº	N°	UNIDADES CURRICULARES	Para cursar	Para rendir
PRIMER AÑO				
1	1	Sistema de información contable	--	--
	2	Derecho Civil y/o Comercial	--	--
	3	Informática Aplicada I	--	--
	4	Economía	--	--
	5	Matemática Financiera	--	--
	6	Matemática Contemporánea Actual	--	--
	7	Comportamiento del Consumidor	--	--
	8	Inglés Técnico	--	--
	9	Dirección Estratégica de Ventas	--	--
	10	Prácticas Profesionalizantes I	--	--
SEGUNDO AÑO				
2	1	Investigación de Mercado	1:8	1:4
	2	Estrategia de Productos y Servicios	1:10	--
	3	Estrategias de Negociación	1:8	--
	4	Estrategia de Comunicación y Marketing	1:10	--
	5	Estadística Aplicada	1:5	1:5
	6	Contabilidad Gerencial	1:1	1:1
	7	Informática Aplicada II	1:3	1:3
	8	Comercio Internacional I	1:10	--
	9	Prácticas Profesionalizantes II	1:6	1:10
TERCER AÑO				
3	1	Políticas de Precios	1:2, 2:2, 2:3, 2:7, 2:9	1:4, 1:8
	2	TIC Aplicada al Mercado	2:2, 2:4	1:4, 1:9
	3	Gestión de Cartera	2:3	1:8
	4	Imagen Corporativa	2:4	1:10
	5	Administración Financiera Empresarial	2:7	1:10
	6	Marketing Social y Político	2:4	1:10
	7	Distribución Comercial	2:2	1:10
	8	Comercio Internacional II	2:9	1:8
	9	Prácticas Profesionalizantes III	2:5	1:10

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

M. Ed.			
--------	--	--	--



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N° 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE N°

Cont. Anexo Único

///...

XIV. Proyecto de Prácticas Profesionalizantes (Fundamentación, Modalidades de organización, ámbitos de realización).

Las prácticas Profesionalizantes son aquellas estrategias formativas integradas en la propuesta curricular, con el propósito de que los alumnos consoliden, integren y amplíen, las capacidades y saberes que se corresponden con el Perfil Profesional en el que se están formando, organizadas por la institución educativa y referenciada en situaciones de trabajo y/o desarrolladas dentro o fuera del Instituto Superior.

Su objeto fundamental es poner en práctica saberes profesionales significativos sobre procesos socio - productivos de bienes y servicios, que tengan afinidad con el futuro entorno de trabajo en cuanto a su sustento científico-tecnológico y técnico.

Asimismo, pretenden familiarizar e introducir a los estudiantes en los procesos y el ejercicio profesional vigentes para lo cual utilizan un variado tipo de estrategias didácticas ligadas a la dinámica profesional caracterizada por la incertidumbre, la singularidad y el conflicto de valores.

Serán organizadas, implementadas y evaluadas por el Instituto Superior y estarán bajo el control de la propia institución y de la respectiva autoridad jurisdiccional.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARÍA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES I

Tipo de unidad curricular: Taller

Ubicación en el plan de estudios: Primer Año

Carga Horaria: 4 hs. cátedras

Cursado: Anual.

Campo de Formación: Práctica.

Perfil Profesional: Contador/a Público Nacional / Contador/a Público

Modalidad de prácticas:

Diagnóstico y relevamiento: La importancia del relevamiento de qué servicios se ofrecerán y su sistematización, radica que toda esta información será de suma importancia tanto a los estudiantes como a los docentes, les será una herramienta de suma utilidad a lo largo del desarrollo de la carrera, puesto que servirá de insumo para las acciones pertinentes de la comercialización y venta, así mismo se podrá determinar cuáles son las demanda del cliente.

Incorporación a contextos reales de trabajo: en emprendimientos privadas, pequeños negocios en el cual se desempeñara en las distintas áreas de comercialización y venta. Se contextualizará el proceso de comercialización y

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MEd)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

ventas en empresas de distintos rubros: salud, educación, financieras, transporte, seguros, etc., realizando las siguientes actividades:

Simulación: se basa en situaciones reales de atención al cliente (atención personal, ofrecimiento de productos etc.)

PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES II

Tipo de unidad curricular: Taller

Ubicación en el plan de estudios: Segundo Año

Cursado: Anual.

Carga Horaria: 4 hs. cátedras

Campo de Formación: Práctica.

Perfil Profesional: Contador/a Público Nacional / Contador/a Público

Modalidad de prácticas:

Incorporación a contextos reales de trabajo en empresas privadas, pequeñas y mediana en el cual se desempeñara en las distintas áreas de la comercialización y ventas asignándoles tareas con mayores niveles de complejidad

En ella el alumno tendrá que desarrollar algún aspecto de la estrategia comercial y de venta de la organización. En las cual se desempeñara en las distintas áreas de comercialización y ventas, operaciones que realiza (cobros, imputaciones contables, presupuestos, facturación, gestión de inventario, administración de almacenes, reclamo, atención de cliente, tele marketing, publicidad, promociones, gestión judicial de cartera).

Proyecto plan de negocios:

- Propuesta y formulación de un plan de negocios, observando las necesidades que surgen del relevamiento.
- Propuestas de mejoramiento de emprendimientos personales de los estudiantes en lo referente a los servicios que se ofrecen y servicios que se deberían ofrecer.

PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES III

Tipo de unidad curricular: Taller

Ubicación en el plan de estudios: Tercer Año

Carga Horaria: 4 hs. cátedras.

Cursado: Anual.

Campo de Formación: Práctica

LA SILVIA OJEDA
DE ESTADO
EDUCATIVA
TUCUMÁN

M.Ed.



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)

EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Perfil Profesional: Contador/a Público Nacional / Contador/a Público.

Modalidad de prácticas:

Incorporación a contextos reales de trabajo: en empresas privadas, mediana y gran empresa en el cual se desempeñara en las distintas áreas asignándoles tareas con mayores niveles de complejidad.

El alumno elegirá algún sector de la economía provincial y dentro de esta alguna empresa que compone el sector. La empresa puede ser comercializadora de servicios o bienes, al poner menor o mayor. En la cual se desempeñara en el departamento comercial, sub-aéreas que lo componen, actividades que se realizan, perfil psico-social los profesionales y auxiliar que integran el departamento. Implementara técnicas de comercialización y ventas utilizadas en las sub-áreas utilizadas en el departamento comercial en referencia a: imagen corporativa, política de precios, desarrollo de producto, investigación de mercado, promoción y publicidad, atención clientes, distribución comercial, comercio internacional, TIC.

Proyecto plan de negocios: (surge del proyecto formulado en práctica profesionalizantes I). Ejecución del plan de negocios de manera grupal o individual.

Proyecto de Asesoramiento:

Emprendimientos de pequeña y media escala, detectados o contactados a partir de las acciones realizadas en el diagnostico propuesto en las Prácticas Profesionalizantes I.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GEST. O. EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION

4. CONDICIONES INSTITUCIONALES

I. Definición de los entornos formativos y condiciones institucionales por familia de carrera.

La carrera de Técnico Superior en Comercialización y Venta debe desarrollarse en instalaciones debidamente equipadas a los fines de dictar las clases teórica - prácticas a cargo de profesionales altamente capacitados y especializados. Se puede agrupar los principales requerimientos en: infraestructura, equipamiento, mobiliario, recursos humanos y gestión institucional.

Infraestructura:

Aulas teóricas, amplias, dotadas de sillas, escritorios, pizarrones, equipos didácticos (Proyector, Pc, Notebook, TV, Cámaras Fotográficas, Tablet), y equipos de acondicionamiento climático (ventiladores, aires acondicionado, calefacción)

M.Ed		



CONT. RESOLUCION MINISTERIAL Nº 2312 /5(MED)
EXPEDIENTE Nº

Cont. Anexo Único

///...

Aulas Prácticas, instalaciones tales como salones, patios cubiertos, sala de informática, dotadas de equipos informáticos con Internet WII y Equipos de Acondicionamiento climático.

Otros sectores importantes son: depósitos de vajilla, depósitos de bebidas, material para decoración de eventos, entre otros. El sector de dirección y administración también debe cumplimentar los requisitos generales de las instalaciones educativas.

Equipamiento:

Los principales equipos:

- Higiene y Seguridad: Matarfuegos, alarmas, cámaras, disyuntores eléctricos, botiquín de primeros auxilios.
- Equipos de Informática: Pc, Notebooks, Estabilizadores, Tablet, Impresoras, Modem Router Wifi.
- Equipo para Actos: Micrófono, Trípode, Proyector con Pantalla, Cámara Digital de Foto, Cámara Filmadora, Equipo de Música con Parlantes, CDs de Música variados.
- Equipos de Reproducción Digital: TV Led, Blue Ray, Reproductor de DVD. Unidad de Almacenamiento masivo con Música variada.
- Equipos de Comunicación: Teléfono fijo, inalámbrico, fax, teléfonos celulares inteligentes, entre otros.
- Biblioteca Especializada: Libros de Texto y Videos didácticos.

Mobiliario:

- En sector de dirección y administración: deberán estar dotados de escritorio, sillas, armarios metálicos, ficheros, bibliotecas, computadoras, teléfono, impresora, equipo de proyección, Unidad de Almacenamiento Masivo (Pen Drive) con videos, cajones metálicos rodantes, dispensers, mesas de pc, kit de portero eléctrico, instalación eléctrica trifásica, heladera tipo frigo bar.
- En sector de aulas teóricas: los principales muebles serán, sillas con pupitres, escritorio para docente, pizarras, armario metálico, muebles para facilitar proyecciones, y exhibición de productos.

Prof. MARIA SILVIA OJEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION





CONT. RESOLUCION MINISTERIAL N°

/5(MEd)

2312

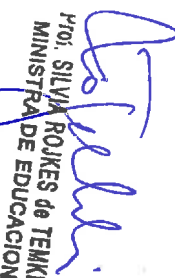
EXPEDIENTE N° 010845/230-D-14.-

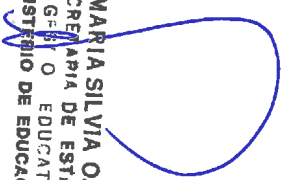
Cont. Anexo Único

///...

- En sector de práctica, equipos informáticas con internet, sillas, mesada de trabajo grupal, estabilizadores.
- En sector de despensa: estanterías, armario, fichero, mesada.
- En sector de salones: mesa, sillas, armarios metálicos para depósito de mantelería, utensilios y vajilla; mesas de bar, pizarra, equipos de proyección, TV.




Prof. SILVIA ROJAS de TENKIN
MINISTRA DE EDUCACION


Prof. MARIA SILVIA QUEDA
SECRETARIA DE ESTADO
DE GESTIÓN EDUCATIVA
MINISTERIO DE EDUCACION