

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE JUJUY

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR N° 6 – PERICO

Nota N ° : - I.E.S. N ° 6 -16

Ciudad Perico, 22 de Junio de 2.016.-

**Sra.
Directora de Educación Superior
de la Provincia de Jujuy
Prof.: NATALIA GARCIA GOYENA
S / D**

De mi consideración :

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. con el objeto de presentar en tiempo y forma, diseño curricular de la carrera de Tecnicatura Superior en Administración, Desarrollo y Gestión Empresarial (con Orientación en Pymes.) elaborado por docentes de esta casa de estudios, de la Carrera de Tecnicatura Superior en Comercialización, oferta educativa que se dicta en Sede Perico de este Instituto de Educación Superior y que se procura sustituir con la partida presupuestaria pertinente, por esta nueva oferta educativa.

Se acota además que esta presentación preliminar, es ad – referéndum del Consejo Directivo de la Institución.

Por lo precedentemente expuesto, se solicita tratamiento y posterior aprobación del mismo.-

Sin otro particular, saludo a Ud. muy atte .-

Son: fojas útiles

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR N° 6

- SEDE PERICO -

CARRERA:

**TECNICATURA SUPERIOR
EN
ADMINISTRACION, DESARROLLO
Y GESTIÓN EMPRESARIAL
(CON ORIENTACION EN PYMES)**

**Apertura de Cohorte –Periodo Lectivo :
Año 2.017**

COORDINADOR Y AUTOR GENERAL DE LA ELABORACIÓN DE DISEÑO CURRICULAR DE LA TECNICATURA SUPERIOR EN COMERCIALIZACIÓN:

- JOSÉ MANUEL ESTRADA - D.N.I.N ° 12.161.659

COLADORADOR

- RAMON ROSENDO TAPIA - D.N.I. N ° 13.514.031

Introducción:

I. DEPARTAMENTO DE EL CARMEN.

1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL DEPARTAMENTO DEL CARMEN

El departamento El Carmen ocupa la región meridional de Jujuy con una superficie de 912 km². Está a 25 Km de la capital de la provincia. Se encuentra a 24° de latitud sur y a 65° de longitud oeste. La ciudad cabecera, Ciudad de El Carmen, está asentada sobre una zona llana a 1150 msnm, con una superficie de 467 km².

La Ciudad de El Carmen es la capital del departamento. Las ciudades de Perico, Monterrico, Puesto Viejo, Pampa Blanca, Los Lapachos, Aguas Calientes y Las Pampitas figuran entre las localidades más importantes.

Límites:

- Al norte con los departamentos de San Antonio, Palpalá y San Pedro, a través del río Perico, un tramo del río Grande y el arroyo de Agua Dulce.
- Al sur con la provincia de Salta mediante el río Las Pavas.
- Al oeste con el departamento de San Antonio por la serranía El Pingollar.
- Al este con la provincia de Salta por el río Lavayen.

Ubicación Geográfica

2. SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA DEL DEPARTAMENTO EL CARMEN

a) Fuente de trabajo:

- Agricultura: el tabaco es la principal fuente de trabajo del departamento.
- Comerciantes en general.
- Reparticiones de la Administración Pública.(Municipios, Consejos Deliberantes, Hospitales, Escuelas, Anses, Instituto de Seguro de Jujuy, Registro Civil, Centros de Documentación Rápida, etc)
- Grandes empresas privadas de la industria , el comercio, los servicios.

b) Economía:

La actividad principal productiva es la agricultura en la que podemos mencionar el cultivo de tabaco destinado principalmente a la exportación. También podemos mencionar el cultivo de legumbres, en especial el poroto destinado a la exportación, además el algodón, frutilla, chirimoya, durazno y una pequeña cantidad de hectáreas destinada al cultivo vitivinícola.

Dada la importancia alcanzado por el cultivo del tabaco se desarrollan en la zona empresas como Massalin Particulares, Alliance One, La Cooperativa de Tabacaleros de Jujuy Ltda., Monterrico S.A. dueña de la fabrica de cigarrillos CJ, una planta refrigerante de frutas para la comercialización en mercados nacionales e internacionales, y un establecimiento de gran envergadura en la localidad de Puesto Viejo, que fabrica y comercializa el cemento Pórtland, (Holcing S.A.). Es de hacer notar que la próxima apertura del Parque Industrial de Perico implica la potencial generación de empleos, preferentemente con mano de obra local especializada

II. CIUDAD PERICO.

1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA:

Ciudad Perico se encuentra en el Valle de San Francisco al sur de la provincia de Jujuy, siendo sus límites:

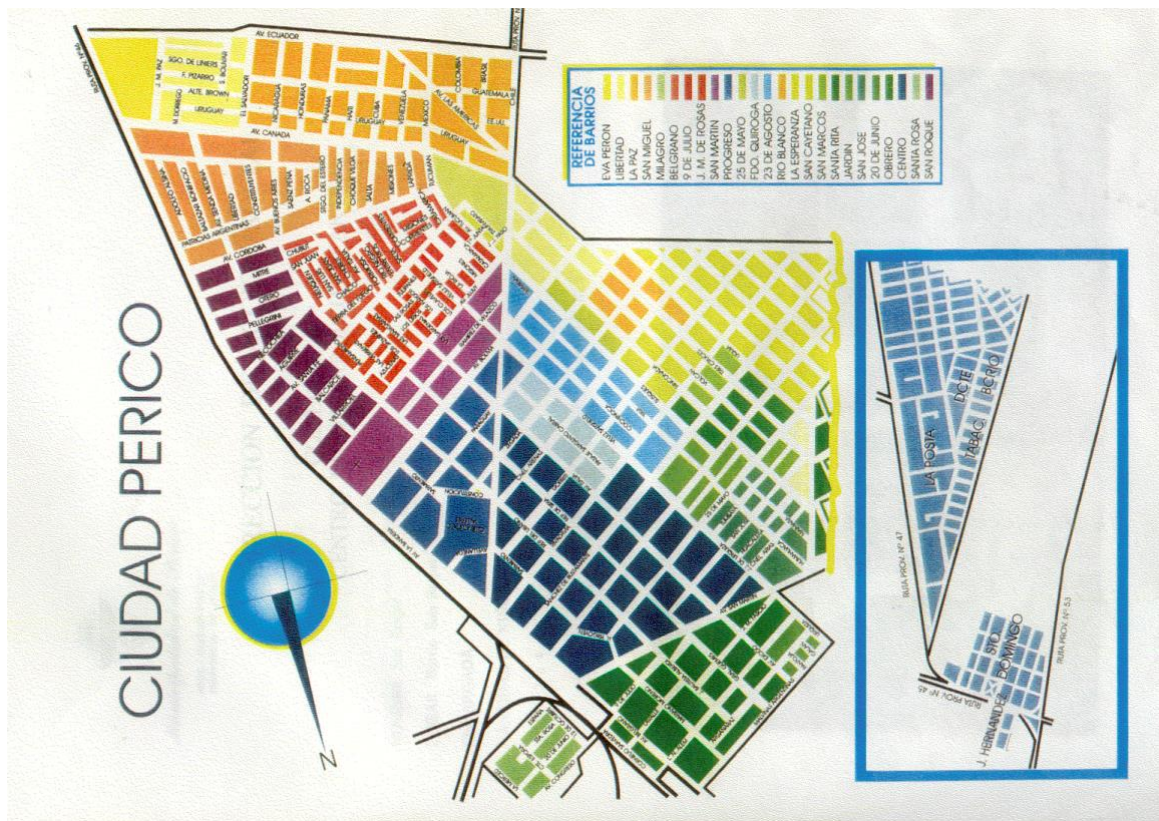
- **al Norte** con los departamentos de San Antonio, Palpalá y San Pedro;
- **al Este** con el distrito de Puesto Viejo, a través de la ruta Nacional N° 34;
- **al Sur** el desvío del ferrocarril de Fabricaciones Militares con acceso a Puesto Viejo la que lo separa del distrito Pampa Blanca: el ferrocarril General Belgrano y el canal de riego del dique La Ciénega a Alto Verde, lo apartan del distrito Monterrico;

- **al Oeste** con el distrito El Carmen, a través de la ruta Provincial N° 48.

Ubicación de Perico en relación con otros Centros Urbanos de la zona:

Perico tiene una ubicación estratégica, su posición en lo que constituía un nudo ferroviario que articulaba distintas poblaciones de Jujuy y Salta con el resto del país, siguió siendo importante a pesar de que el ferrocarril fue perdiendo trascendencia por la competencia de la red caminera trazada, a partir del año 1930, en forma prácticamente paralela. La importancia de su emplazamiento en el medio de los valles templados del sur de la provincia fue acentuada con la construcción del único aeropuerto de la provincia en el año 1966 y de la denominada autopista, ruta Provincial N° 66, ahora nexo internacional del Paso de Jama, ya que forma parte del mismo, que lo comunica con San Salvador de Jujuy, desde la década del 70. Se produjo por otra parte una mejor articulación con las poblaciones del Valle de San Francisco y con la zona fronteriza en el norte de la provincia de Salta.

Dieciséis son las líneas de ómnibus que hacen recorrido por todo el país e ingresan a Perico. Aquí, hay una importante población flotante quienes poseen en la ciudad la vivienda familiar y actuaría como localidad base de la cual muchas personas salen para relacionarse y trabajar en distintos puntos del país. Si bien el movimiento de población es grande, también constituye un centro zonal proveedor de servicios, con una población estable y con industrias acopiadoras de tabaco.



3. BREVE RESEÑA HISTÓRICA:

La actual Ciudad Perico, tuvo gran importancia en la época de la colonización. Cuando el coronel Medina luchaba contra las pretensiones del presidente de Bolivia (1.829), la zona que hoy ocupa tal ciudad se llamaba “Senda de Medina”, ella era atravesada con frecuencia por dicho militar y sus hombres, para las continuas batallas que se organizaban por la negativa patriota de admitir que los territorios de la provincia de Jujuy fueran anexados a la república de Bolivia.

Con la llegada del ferrocarril (fines del siglo XIX) Perico se erigió en pueblo organizado y fue la causa determinante de su florecimiento. El ferrocarril “Central Norte Argentino” cubría el servicio hasta la misma ciudad capital de la provincia, San Salvador de Jujuy, comenzó entonces, la primacía de estación Perico sobre los pueblos vecinos. El comercio que derivó de este servicio permitió la radicación de grandes grupos de familia hasta llegar a constituir un pueblo importante del estado provincial.

La agricultura, actividad principal, venía desarrollándose en forma muy lenta debido a las dificultades de dotar de riego a las tierras; lo cual significó un freno para el desarrollo agropecuario de la región. Ello ocurrió hasta 1.925, cuando se liberaron al servicio las obras del dique “La Ciénaga” gracias al cual toda la región tomó un impulso notable. Un total de 10.000 has., fueron beneficiadas con las obras de riego de esta presa. Ello permitió que se cultivaran; cereales, citrus, vides y diversas hortalizas, el cultivo de los viñedos, llevado a cabo por inmigrantes españoles e italianos, cobró cierto auge lo que trajo aparejado la instalación de varias bodegas para elaborar vinos; mientras que en esta estación Perico se instalaron acopiadores, envasadores y distribuidores del producto; se crea por entonces (década del 30) una cooperativa vitivinícola, cuya gestión fracasa y se reemplaza por el cultivo de tabaco.

Así es como de un periodo ferroviario; agro-vitivinícola y tabacalero se pasa a un periodo actual llamado agro-industrial al establecerse en la zona los acopios de tabaco de las distintas empresas.

A la preindustrialización de tabaco, con su demanda de mano de obra, se añade la infraestructura comercial, siendo hasta la actualidad la base del desarrollo de la zona.

4. SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICO DE CIUDAD PERICO

a) Característica Poblacional:

La población de Ciudad Perico y su zona aledaña está constituida por, en su mayoría inmigrantes y descendientes de los mismos (Bolivianos, Italianos, Españoles, Árabes y San Marinenes). En la actualidad Ciudad Perico tiene alrededor de 70.000 habitantes y el Departamento El Carmen alrededor de 106.000 habitantes, conforme a proyecciones oficiales de la DIPEC, desplazando del segundo lugar al Departamento San Pedro en la provincia, y luego del Departamento General Manuel Belgrano

Destacándose la constante migración que constituye la población golondrina, debido a su constante traslado a las zonas de productoras agropecuarias del país.

b) Economía:

En la actualidad las principales actividades de Ciudad Perico se relacionan con la explotación y comercialización del tabaco, legumbres, producción fruti-hortícola y floral.

Perico es cuna del cooperativismo, destacándose entre otras la Cooperativa de Tabacaleros de Jujuy Ltda., el Mercado Cooperativo Concentrador de Frutas y Verduras Ltda. con 497 puestos de ventas (Feria Mayorista) y la Cooperativa Telefónica de Perico Ltda.

Una de las características más notorias de los ciudadanos periqueños, es que se dedican al comercio informal generando altos ingresos (Feria Minorista con 1.450 puestos de ventas estables internos y externos). En la Ciudad Perico existen 1.574 comercios habilitados, según datos ofrecidos por su municipio. A ello hay que agregar aquellos que tienen permiso de venta provisorio, los que redondean un total de 2.640, en este carácter. Dado lo expresado el total general asciende a 4.214 unidades de explotación económica.-



Gobierno de JUJUY
Unión, Paz y Trabajo

DISEÑO CURRICULAR

1 - DENOMINACIÓN DE LA CARRERA

TECNICATURA SUPERIOR EN ADMINISTRACION, DESARROLLO Y GESTION EMPRESARIAL (CON ORIENTACION EN PYMES)

PRESENTACIÓN DE LA CARRERA

2 - FUNDAMENTACIÓN

La Carrera de **Tecnicatura Superior en Administración, Desarrollo y Gestión Empresarial (con orientación en Pymes)** es una nueva oferta de carácter educativo, única transversal en la provincia, enmarcada en el Nivel Superior No Universitario a fin de formar técnicos actualizados a nivel de administración con posibilidades de inserción laboral a corto plazo.

Esta nueva propuesta otorga al egresado el título de Técnico Superior en Administración, Desarrollo y Gestión Empresarial que hoy es una necesidad imperiosa para Ciudad Perico y sus zonas aledañas, ya que estamos ante la presencia de una de las comunidades con mayor actividad económica.

Hace a los anhelos de la comunidad jujeña la concreción, del Plan Belgrano y el Parque Industrial ya instalado en Ciudad Perico, lo que implica una situación de generación de actividades que son inherentes al comercio en general, como así también la necesidad de contar con el personal idóneo en el rubro de administración con orientación en Pymes.

Lograr la retención de los egresados del nivel medio de la provincia de Jujuy interesados en carreras cortas y no tradicionales con inserción laboral inmediata.

Generar recursos y satisfacer demandas técnicas que permitan contribuir al buen funcionamiento de sectores administrativos, comerciales, de servicios del medio, para pequeñas y medianas empresas del sector privado.

3. OBJETIVOS DE LA CARRERA

OBJETIVOS GENERALES

- Formar profesionales técnicos en la especialidad que permitan mejorar las condiciones de vida de la población de la región, a

través las cadenas de comercialización de los productos y redistribuir el valor Agregado generado hacia los productores locales.

- Propiciar adecuadamente el requerimiento de carreras con salida laboral inmediata dando de esa forma soluciones al nuevo orden económico – social imperante.
- Promover un completo sistema de conocimientos concernientes a la administración y el suministro de los diversos matices que componen el marco político – económico – social mundial.
- Formar un técnico capacitado en métodos y técnicas coherentes con los desafíos contemporáneos que le permitan avanzar con una dinámica análoga a la de los tiempos que afectan a las organizaciones comerciales.
- Lograr la retención de los egresados del nivel medio de Jujuy, interesados en carreras cortas y no tradicionales con inserción laboral inmediata.
- Generar recursos humanos y satisfacer demanda técnicas que permitan contribuir al buen funcionamiento de sectores administrativos y comerciales de organismos e instituciones del medio privado.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Valorizar la importancia del mercadeo como un medio para elevar nivel económico de un país.
- Formar conciencia de la importancia de la administración de las Pymes como elemento de integración y comunicación en este mundo globalizante.
- Fortalecer el concepto de regionalización y nacionalidad.
- Desarrollar un pensamiento crítico.
- Fomentar la adquisición de herramientas necesarias para que sean capaces de elaborar proyectos de micro - emprendimientos y conseguir su financiación externa a través de líneas de créditos blandos, ya implementadas por el gobierno provincial actual.
- Adquirir habilidades de negociación y comunicación.
- Adquirir, aplicar, sistematizar e internalizar estructuras complejas en el marco del proceso de administración local, regional y nacional.

4. DATOS GENERALES

a. **Título que otorga:** TECNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACION, DESARROLLO Y GESTIÓN EMPRESARIAL (CON ORIENTACION EN PYMES)

b. **Familia profesional a la que pertenece:** Área Económica

c. **Duración:** 3 años

d. **Modalidad:** Presencial

e. **Condiciones de ingreso:**

- Poseer título de Nivel Medio y/o Polimodal.
- Los mayores de 25 años que no hayan finalizado el nivel medio o polimodal podrán acogerse a la Resolución 114-SE-02 de la Provincia de Jujuy.
- Presentación de documentos personales y académicos según normativa vigente.

f. **Régimen de asistencia, evaluación y acreditación:** conforme a normativa vigente para educación superior y a lo establecido en la estructura curricular y régimen de correlatividades, que acompañan a la presente propuesta.

5. PERFIL DEL EGRESADO

El técnico egresado de esta carrera estará capacitado para proveer soluciones mediante la aplicación de procedimientos y / o recursos lógicos que permitan resolver, mejorar, o reemplazar cualquier situación de pequeña o mediana complejidad en áreas tanto administrativas como comerciales en la temática del empresariado en general.

- Es un especialista que está capacitado para ayudar a analizar cualitativa y cualitativamente los planes y proyectos de inversión, por ende puede integrarse con éxito en estamentos privados.

- Apoya en todo lo relacionado con la planificación, coordinación, estrategia, definición, aplicación e implementación de la estructura, funciones y procedimientos del área de administración de pequeñas y medianas empresas y otras instituciones.

- Colabora en el análisis y estudio sobre estructuras de costos y presupuestos de productos y servicios.

- Ayuda a colaborar en el diseño y establecimiento de estrategias definidas, flexibles, procurando desarrollar su capacidad de innovación para adaptarse a los cambios, dentro de un marco cada vez más dinámico y competitivo a nivel empresarial.

- Además con su formación el egresado está en condiciones no solo de ser un prestador de servicio sino también un emprendedor en esta temática; sobre todo teniendo en cuenta las líneas y programas de micro-emprendimientos que existen en la actualidad.

6. AMBITO SOCIO-OCUPACIONAL

Podrá desempeñarse en:

- a) Empresas privadas de toda índole en sus áreas de administración o afines. Por ejemplo :
 - Cooperativa de Tabacaleros.
 - Hotelería, gastronomía y turismo
 - Servicios bancarios, sociales y seguros
 - Transporte
 - Salud y seguridad
 - Industria en General
 - Logística Integral
 - Etc.
- b) Instituciones responsables en establecer planes de capacitación en las áreas de administración o afines. Por ejemplo:
 - Unión de Empresarios de Jujuy
 - Cámara de Comercio Exterior de Jujuy.
 - Cámara de Comerciantes de la Ciudad de El Carmen
 - Parque Industrial de Ciudad Perico
 - Unión Industrial de Jujuy, Etc.
- c) Autogestión y actuar como empresario autónomo, es decir como emprendedor independiente.



Gobierno de JUJUY
Unión, Paz y Trabajo

**7 - PROPUESTA DE ESTRUCTURA CURRICULAR
TECNICATURA SUPERIOR EN ADMINISTRACION, DESARROLLO Y GESTION
EMPRESARIAL (CON ORIENTACION EN PYMES)**

año	Orden	Espacio Curricular	Régimen	Horas Cátedras Semanales	Horas Cátedras	
1°	1	ECONOMIA GENERAL Y SOCIAL	A	6	192	
	2	DERECHO CONSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVO	A	4	128	
	3	CONTABILIDAD BASICA	A	4	128	
	4	ESTRUCTURA DE LAS ORGANIZACIONES Y ADMINISTRACION EN GENERAL	A	4	128	
	5	MERCADOTECNIA	A	4	128	
	6	ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS	A	4	128	
	7	COSTOS Y PRESUPUESTOS	A	4	128	
	TOTAL HORAS				30	960
2°	8	COMERCIALIZACION ESTRATEGICA	A	6	192	
	9	FORMULACION Y DESARROLLO DE PROYECTOS APLICADOS	A	4	128	
	10	ESTADISTICA APLICADA	A	4	128	
	11	PRÁCTICA PROFESIONAL I	A	8	256	
	12	DERECHO CIVIL Y COMERCIAL	A	4	128	
	13	INGLES TECNICO	A	4	128	
	TOTAL DE HORAS				30	960
	14	REGIMENES TRIBUTARIOS	A	6	192	
	15	AUDITORIA DE GESTION DE LA ADMINISTRACION ORGANIZACIONAL	A	4	128	
	16	EMPRENDEDURISMO APLICADO	A	6	192	
17	ADMINISTRACION FINANCIERA	A	4	128		
18	PRACTICA PROFESIONAL II	A	10	320		
TOTAL DE HORAS				30	960	
TOTAL DE HORAS CÁTEDRA DE LA CARRERA				90	2880	
TOTAL DE HORAS RELOJ DE LA CARRERA					1920	

Esta carga total de horas cátedras surge de multiplicar 90 horas semanales por 32 semanas (cantidad de semanas de dictado de clases netas por parte de los docentes) determinadas por el Ministerio de Educación por cada ciclo lectivo.

8 -DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS CURRICULARES POR CAMPOS DE FORMACIÓN

:-

Campos de	Orden	Espacios Curriculares	Horas Cátedra	%
Formación General	2	Derecho Constitucional y Administrativo	128	8,89
	13	Ingles Técnico	128	
	TOTAL		256	
Formación de Fundamento	3	Contabilidad Básica	128	22,22
	4	Estructura de las Organizaciones y Administración General	128	
	5	Mercadotecnia	128	
	6	Administración de Recursos Humanos	128	
	12	Derecho Civil y Comercial	128	
TOTAL		640		
Formación Específica	1	Economía General y Social	192	48,89
	7	Costos y Presupuestos	128	
	8	Comercialización Estratégica	192	
	9	Formulación de Proyectos Aplicados	128	
	10	Estadística Aplicada	128	
	14	Regímenes Tributarios	192	
	15	Auditoría de Gestión de la Administración Organizacional	128	
	16	Emprendedurismo Aplicado	192	
	17	Administración Financiera	128	
TOTAL		1408		
Práctica Profesionalizante	11	Práctica Profesional I	256	20,00
	18	Práctica Profesional II	320	
	TOTAL		576	
TOTAL DE HORAS CÁTEDRA DE LA CARRERA			2880	100
TOTAL DE HORAS RELOJ DE LA CARRERA			1920	

9. RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES Y ACREDITACIÓN

Año	Orden	Espacio Curricular	Correlatividades	Acreditación
1º AÑO	1	ECONOMIA GENERAL Y SOCIAL	-----	Promocional/ Examen final
	2	DERECHO CONSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVO	-----	Promocional/ Examen final
	3	CONTABILIDAD BASICA	-----	Promocional/ Examen Final
	4	ESTRUCTURA DE LAS ORGANIZACIONES Y ADMINISTRACIÓN GENERAL	-----	Promocional/ Examen Final
	5	MERCADOTECNIA	-----	Promocional/ Examen Final
	6	ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS	-----	Promocional/ Examen Final
	7	COSTOS Y PRESUPUESTOS	-----	Promocional/ Examen Final
2º AÑO	8	COMERCIALIZACION ESTRATEGICA	Regularizar 5	Promocional/ Examen Final
	9	FORMULACION Y DESARROLLO DE PROYECTOS APLICADOS	Regularizar 5	Promocional/ Examen final
	10	ESTADISTICA APLICADA	Regularizar 3	Promocional/ Examen final
	11	PRACTICA PROFESIONAL I	Regularizar 4 y 7	Promocional/ Examen Final
	12	DERECHO CIVIL Y COMERCIAL	Regularizar 2	Promocional/ Examen Final
	13	INGLES TECNICO	-----	Promocional/ Examen Final
3º AÑO	14	REGIMENES TRIBUTARIOS	Regularizar 8	Promocional/ Examen Final
	15	AUDITORIA DE GESTION DE LA ADMINISTRACION ORGANIZACIONAL	Regularizar 8	Promocional/ Examen Final
	16	EMPRENDEDURISMO APLICADO	Regularizar 9	Promocional/ Examen Final
	17	ADMINISTRACION FINANCIERA	Regularizar 10	Promocional/ Examen Final
	18	PRACTICA PROFESIONAL II	Regularizar 11	Promocional/ Examen Final



10 – PERFIL DE TITULO DE BASE REQUERIDO A LOS DOCENTES POR ESPACIO CURRICULAR PROPUESTO (EXCLUYENTE)

Año	Orden	Espacio Curricular	Títulos de Base	Títulos Supletorios
1º AÑO	1	ECONOMIA GENERAL Y SOCIAL	C.P.N, Lic en Economía, Lic. En Cooperativismo y Mutualismo, Lic. en Adm. de Empresas, Prof. Universitario en Cs. Económicas, Lic. en Economía Social	Prof. No Univ. Cs. Jurídicas y Contables Prof. No Univ. en Economía Tec. Sup. en Economía Social, Tec. Sup. en Coop. Y Mutualismo
	2	DERECHO CONSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVO	Abogado, Lic. En Cs. Políticas, Procurador, Esc. Pub. Nacional	Prof. No Univ. En Cs. Jurídicas y Contables, Prof. No Univ. En Cs. Políticas
	3	CONTABILIDAD BASICA	C.P.N., Prof. Universitario en Cs. Ecs. , Lic. En Adm. Empresas,	Prof. No Univ. en Cs. Jurídicas y Contables, Prof. No Univ. en Contabilidad
	4	ESTRUCTURA DE LAS ORGANIZACIONES Y ADMINISTRACIÓN GENERAL	C.P.N., Lic. En Adm. de Empresas, Prof. Univ. en Cs. Ecs. ,	Prof. No Univ. en Cs. Jurídicas y Contables, Técnico Sup. en Adm. de Empresas
	5	MERCADOTECNIA	C.P.N. , Lic. en Comercializ, Lic. en Comercio Exterior, Lic. en Adm. de Empresas, Prof. Univ. en Cs. Ecs.	Prof. No Univ. en Cs. Jurídicas y Contables, Técnico Sup en Comercializ., Técnico Sup. en Comercio Exterior
	6	ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS	Lic. En Recursos Humanos, Lic. en Adm. de Empresas, C.P.N., Prof. Universitario en Cs. Ecs., Psicólogo	Técnico Sup. en Recursos Humanos, Tec. Sup. en Adm. de Empresas, Prof. No Univ, en Psicología y en Cs. Js. y Cbles.
	7	COSTOS Y PRESUPUESTOS	C.P.N., Lic. en Adm. de Empresas, Prof. Univ. en Cs. Ecs.	Prof. No Univ. en Cs. Jurídicas y Contables, Tec. Sup. En Adm. de Empresas



2° AÑO	8	COMERCIALIZACION ESTRATEGICA	C.P.N., Lic. EN Adm. de Emp. , Prof. Univ. en Cs. Ecs., Lic. en Comercializ., Lic. en Comercio Exterior, Prof. Univ. en Cs. Ecs.	Prof. No Univ. en Cs. Jurídicas y Contables, Tec. Sup. en Comercializ, Tec. Sup en Comercio Exterior
	9	FORMULACION Y DESARROLLO DE PROYECTOS APLICADOS	C.P.N., Lic. En Adm. de Empresas,	Tec. Sup. en Adm. de Emp.
	10	ESTADISTICA APLICADA	Lic. en Estadística, C.P.N., Lic. en Adm. de Emp.	Tec. Sup. en Estadística, Tec. Sup. en Adm. de Emp
	11	PRACTICA PROFESIONAL I	C.P.N. ,Lic. en Adm. de Empresas	Tec. Sup. en Adm. de Emp.
	12	DERECHO CIVIL Y COMERCIAL	Abogado, Procurador, Lic. en Cs. Políticas, Prof., Esc. Pub. Nacional	Prof. No Univ, en Cs. Jurídicas y Contables, Prof. No Univ. En Cs. Políticas
	13	INGLES TECNICO	Traductor Público Nacional, Prof. Univ, en Idioma Inglés, Lic. en Idioma Inglés	Prof. No Univ. en Idioma Inglés , Técnico Sup. en Idioma Inglés
3° AÑO	14	REGIMENES TRIBUTARIOS	C.P.N. , Lic. en Administración Tributaria, Prof. Univ. En Cs. Ecs.	Técnico Sup. en Adm. Tributaria, Prof. Cs. Jurídicas y Contables
	15	AUDITORIA DE GESTION DE LA ADMINISTRACION ORGANIZACIONAL	C.P.N., Lic. en Adm. de Emp,	Tec. Sup. en Adm. de Emp.
	16	EMPRENDEDURISMO APLICADO	C.P.N. , Lic. en Adm. de Emp., Prof. Univ, en Cs. Ecs.	Tec. Sup. en Adm. de Emp, prof. No UNiv. en Cs. Jurídicas y Contables.
	17	ADMINISTRACION FINANCIERA	C.P.N., Lic. en Finanzas, Lic. en Admin. de Emp., Prof. Univ. en Cs. Ecs.	Tec. Sup. en Finanzas, Tec. Sup. en Adm.- de Emp., Prof. en Cs. Jurídicas y Contables
	18	PRACTICA PROFESIONAL II	C.P.N., Lic. en Adm. de Emp. , Prof. Univ. en cs. Ecs.	Tec. Sup. en Adm. de Empresas

11 – ESPACIOS CURRICULARES

1- ECONOMIA GENERAL Y SOCIAL

FUNDAMENTACIÓN

La empresa es una unidad económica inserta en el marco económico, local, nacional e internacional que interviene como una unidad de consumo y producción generando la demanda y oferta de bienes y servicios del mercado. También la empresa participa en la determinación de los precios y los ingresos de los factores de la producción en los distintos mercados.

El conocimiento de los fenómenos referidos al sistema económico en su conjunto permite interpretar adecuadamente las actuales y futuras relaciones comerciales por lo cual es necesario estudiar magnitudes de la economía nacional (ingreso , consumo, inversión, producto) , economía internacional (dinero , balanza comercial , de capital y de pago) , fluctuaciones económicas (prosperidad y depresión) y el crecimiento económico (sistemas económicos desarrollados y subdesarrolladas) .

Además es menester incluir la óptica social de esta disciplina, en el sentido que hay que expresar elementos de la economía, como lo es el asociativismo, herramienta básica para entender la motorización en escala ascendente, pero de un efecto multiplicador importante en una comunidad económica. También es necesario agregar los conceptos de Responsabilidad Social Empresaria en esta materia, porque en la actualidad las empresas deben rendir el llamado Balance Social

Esta asignatura se halla insertada en el primer año del plan de estudios de la carrera a implementar, con un total de 6 (seis) horas semanales con carácter anual

OBJETIVOS

- Reconocer los elementos básicos del proceso económico y de las unidades de producción, sobre todo aquellas de pequeña y mediana magnitud
- Diferenciar los diferentes tipos de mercado.
- Distinguir las características de la política económica interna.
- Reconocer aspectos microeconómicos diferenciándolos de los macroeconómicos.
- Visualizar los distintos sectores de la economía del país, de una región, de una provincia
- Diferenciar las distintas variables económicas, sobre todo aquellas que aparecen con más frecuencia en las Pymes.
- Interpretar al asociativismo como un hecho impactante dentro de la economía social.

- Conocer e incorporar los aspectos de la responsabilidad social empresaria, como un elemento intrínseco de los saberes a practicar en su futuro desarrollo profesional.

CONTENIDOS MINIMOS

La economía: Microeconomía y macroeconomía y sus diferenciaciones. Las necesidades, los bienes económicos y su utilidad, valor y precio de los bienes. Los mercados

Consumo: Unidad de consumo. Utilidad total y marginal. Curvas de indiferencia. La demanda y la oferta.

Política económica: Que producir. Tipos de organización económica. Que es una política económica. Como se planifica una política económica.-

Estructuras de Mercados – Competencia Perfecta – Oligopolio – Monopolio – Otras Formas

Sectores de la economía de un país: Familia, empresa y gobierno. El producto Bruto Nacional: Aspecto de su medición, usuarios del Producto Bruto Nacional.

Ingreso Nacional, Inversión y Ahorro: Flujo circular simple del Ingreso. Flujo circular completo del Ingreso. Equilibrio del Ingreso. Fluctuaciones del ingreso. Inversión. Ahorro.

Ingreso, precio y Nivel de Empleo: Empleo pleno, menos que pleno y más que pleno. El nivel de precio: La cantidad de dinero y el nivel de precio.

La Política monetaria

Inflación, desempleo o inflación, perdida por desempleo y perdida por inflación.

El sistema monetario mundial: El mecanismo de los pagos internacionales, oferta y demanda de divisas, balanza de pagos y convertibilidad de la moneda.

Comercio internacional: Base del comercio internacional; ventaja absoluta, ventaja comparativa.

Economía Social – Asociativismo - Escala de Actividades en pequeñas y medianas magnitudes – Ley N° 20337 /73 (Cooperativas) – Ley N° 20.321 /73 (Mutualismo)

Responsabilidad Social Empresaria – Definición – Alcances - Características -

2 – DERECHO CONSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVO

FUNDAMENTACION

El Derecho Público es el que trata las relaciones jurídicas, entre el Estado y los particulares o entre entes estatales entre sí. Esto es así, al menos en el Derecho Argentino.

Dentro de las ramas del Derecho Público se encuentran insertos el Derecho Constitucional y el Derecho Administrativo. El primero se refiere a un conjunto de reglas que forman el armazón jurídico del Estado. Se lo suele denominar también Carta Magna porque en ella se consignan los principios que regularán las relaciones de los individuos con los Poderes Públicos.

Por medio de la Constitución:

- Se estructura jurídicamente el Estado.
- Se crean los órganos de Gobierno y se establecen los derechos y obligaciones de cada uno de aquellos.
- Encontramos los Derechos, Deberes y Garantías de las personas que componen el Estado.

El Constitucionalismo nos lleva a referirnos al estudio y análisis de los tratados internacionales y sobre todo el Tratado de Asunción piedra fundamental del MERCOSUR.

De todas las ramas del Derecho Público, ninguna está más estrechamente ligada al Derecho Constitucional como el Derecho Administrativo.

El Derecho Administrativo estudia el ejercicio de la función administrativa que es realizada por los órganos administrativos y considera esencial la protección judicial del administrado frente al ejercicio ilegal o abusivo de la función administrativa.

Por lo precedentemente mencionado resulta ineludible el estudio del Derecho Público en el desenvolvimiento de la actividad profesional de los alumnos y en un Estado de Derecho.

Esta materia corresponde al Primer *Año de la carrera* con cuatro (4) horas cátedra, durante todo el ciclo lectivo.

OBJETIVOS

- Reconocer la faz jurídica pública.
- Diferenciar los diferentes poderes del estado y sus atribuciones.
- Distinguir derechos, deberes y garantías de los habitantes.
- Caracterizar los procedimientos de contratación tanto públicos como privados.

CONTENIDOS MINIMOS

Derecho Constitucional: Concepto. Fines de un gobierno constitucional. Supremacía de la Constitución. Reforma.

Derechos. Deberes. Garantías de los habitantes. Poderes Ejecutivo, Legislativo y judicial

Tratados Internacionales. Tratado de Asunción. Ley 23981.

El Derecho Administrativo: concepto. Funciones del Estado. Fuentes. Órganos del Estado.

Acto administrativo: definición. Alcance. Función administrativa. Requisitos esenciales. Caracteres jurídicos.

Contratos administrativos: concepto. Elementos procedimentales de contratación: Licitación Pública y Privada.

Protección Jurídica del Administrado. Concepto. Relación y situación jurídica. Tutela jurídica. Situaciones jurídicas subjetivas: ejemplos y casos prácticos. Protección administrativa.

3 – CONTABILIDAD BASICA

FUNDAMENTACIÓN

La Contabilidad implica la registración de hechos económicos que realiza diariamente la empresa. El acto de aportar a la empresa, ya se al momento de la puesta a punto y marcha de una unidad económica o en su defecto en el transcurso de la vida institucional de la misma, los actos de comprar, de fabricar, de vender, de cobrar, de pagar son actos rutinarios y cotidianos que realiza una organización, que se reflejan en primera instancia en documentos comerciales básicos que deben asentarse en libros específicos habilitados a tal fin.-

La contabilidad es una herramienta fundamental para la toma de decisiones empresarial.

Por lo tanto su inserción en el primer año de estudios de esta propuesta educativa, justifica su inclusión, con una carga horaria semanal de 4(cuatro) horas durante un ciclo lectivo anual

OBJETIVOS

- Reconocer los elementos básicos de la registración contable como un hecho que refleje el accionar de las unidades de producción, sobre todo aquellas de pequeña y mediana magnitud
- Aprender a registrar los movimientos contables en libros habilitados a tal fin
- Aprender a interpretar flujos de informaciones administrativas.
- Adquirir capacidad para comprender los sistemas contables en todos sus elementos componentes; lo que implica principalmente la lectura e interpretación de los balances generales de una empresa
- Interpretar los distintos instrumentos de la gestión contable.

CONTENIDOS MINIMOS

Definición y Funciones de la Contabilidad – Los informes contables – Cuentas-Clasificación – Partida Doble – Planes de Cuentas – Documentos Comerciales – Uso y Aplicación – Principios de Devengado y Percibido – Manejo de Inventarios de Bienes de Cambios y de Bienes de Uso - Registrar en el libro diario los asientos contables – Registrar movimientos en el libro mayor – Registrar movimientos en otros libros contables auxiliares - Estados Contables Básicos – Armado – Balance de Sumas y Saldos – Variaciones Patrimoniales – Memoria de Estados Contables – Tratamiento de Compras y Bs. De Cambio -

4 – ESTRUCTURA DE LAS ORGANIZACIONES Y ADMINISTRACION GENERAL

FUNDAMENTACION

Este espacio contiene los conocimientos básicos y elementales referentes a las organizaciones en sus diversos tipos y su administración. Considerando en particular a las empresas pequeñas y medianas, que orientadas a la comercialización de bienes y servicios, serán su permanente lugar de trabajo, sea ya en relación de dependencia o como propietarios de la misma, (pequeños o medianos empresarios). Asimismo, debe comprender e implementar un Proceso Administrativo, distinguiendo las etapas y elementos que lo componen, con una concepción general en todo lo referido al Planeamiento Organizativo y su aplicación práctica.

Esta materia está incluida en el primer año de estudio de la carrera con una carga horaria semanal de 4(cuatro) horas durante un ciclo lectivo.

OBJETIVOS

- Lograr una concepción genérica acerca de las Organizaciones y su Administración.
- Reconocer e interpretar los Sistemas de Comunicación, y las Estructuras Organizativas imperante en las organizaciones, sobre todo aquellas de pequeña y mediana magnitud.
- Adquirir capacidad para comprender estos sistemas en todos sus elementos componentes; lo que implica principalmente la lectura e interpretación de los Organigramas Generales de las Organizaciones, así como los particulares o de un área específica de la misma.
- Diseñar e interpretar flujos de información.

CONTENIDOS MINIMOS

Organización. Definición. Clasificación de las organizaciones. Principios de Administración. El Comportamiento Organizativo como situación Social. Tipos de Organización.

Estructura organizativa. Organigramas. Diseño de organigramas para diversos tipos de Empresas. Instrumentos de organización: Diagramas, Manuales de instrucción, gráficos de secuencia, cursogramas, formularios. Los órganos de la Empresa y sus funciones.

Delegación. Centralización y descentralización. Departamentalización. Los Manuales de Función. Áreas funcionales de la Empresa.

El Proceso Administrativo: Planeamiento. Organización. Dirección. Control. Objetivos. Políticas. Reglas. Programas. Procedimientos.

Organización del Departamento de Administración. Integración con las distintas Áreas para el desarrollo del Departamento Administrativo. El Ejecutivo del área. Organización Divisional.

Organización a Nivel Privado. Entidades Empresarias..

Diversos Tipos de Organizaciones Comerciales y de Servicios - Asociativismo (Cooperativismo, U. T. E., etc). Organizaciones de Comercialización Internas y Externas.

Organización del Departamento de Administración a nivel Oficial. Planificación. Proyección. Pronósticos. Planes. Tipos de Planes. Métodos de Pronósticos. Proyecciones. Métodos Cualitativos. Métodos de Análisis Causal. Principios de la Planificación. Presupuesto. Tipos. Propósitos y ventajas. Principios. Estructura. Problemas y limitaciones del presupuesto.

Formatos Societarios – Ley N ° 19550 (Sociedades Comerciales)

5- MERCADOTECNIA

FUNDAMENTACION

Las Mercadotecnia o Comercialización significa intercambiar valores entre dos partes y es tanto un arte como una ciencia. Como arte, entraña creatividad e intuición. Como ciencia, comprende planeamiento, análisis y disciplina. Los productos y servicios que se comercializan se diferencian fundamentalmente en la presentación, calidad, precio, diseño y esto hace que no sea sencillo escoger el producto más adecuado a nuestras necesidades. En el proceso de comercialización se va creando el Valor añadido al producto y/ o servicio desde su materia prima hasta el consumidor final.

Entender que el acto de comercio no es otra cosa que el intercambio de valores entre dos partes lleva a comprender las necesidades y deseos de los clientes actuales y potenciales, la selección y desarrollo de productos y/o servicios que mejor satisfagan a los clientes, desarrollar un programa para informar a los clientes sobre la utilidad de los productos y/o servicios y asegurarse que los mismos lleguen a los clientes. Para conseguir estos objetivos es necesario el dominio de técnicas de: planificación, fijación de metas y estrategias de Marketing, estudio y segmentación del mercado, desarrollo y valuación del producto y / servicio, publicidad, relaciones públicas, distribución y técnicas de ventas.

Esta materia se la incorpora en el primer año del ciclo de estudios, es de carácter anual con una carga horaria semanal de 4 (cuatro) horas.

OBJETIVOS

- Relacionar creatividad e innovación empresarial.
- Reconocer la calidad en los distintos bienes y servicios del mercado.
- Planificar correctamente el proceso de comercialización, respondiendo a las necesidades del cliente.
- Diferenciar las diferentes estrategias competitivas.
- Reconocer el escenario económico actual.
- Visualizar la cadena de distribución de los productos.
- Diferenciar las políticas de precios y los canales de distribución.

CONTENIDOS MÍNIMOS

Creatividad e Innovación: ¿Qué es la creatividad empresarial? Los tres componentes de la creatividad. Como gestionar la creatividad. El laberinto de la creatividad. ¿Que es la innovación? Activación de la innovación mediante diseño empático.

La calidad en los bienes y servicios: La calidad total como elemento fundamental en la actualidad empresarial, en especial en aquellas unidades económicas de pequeña y mediana magnitud. Los problemas: identificación de los mismos y su resolución.

Las funciones principales en la planificación de la comercialización: Comprender las necesidades y deseos del cliente. Seleccionar y desarrollar un producto. Desarrollar un programa para informar a los clientes sobre las utilidades del producto. Asegurarse de que los productos lleguen a los clientes.

La estrategia competitiva: Las imperfecciones de un sector comercial. Diferenciación.

Diferenciación en costos. La ventaja competitiva. La estrategia competitiva. La cadena del valor añadido. Pasos para diseñar la estrategia de una empresa en especial las pequeñas y medianas.

Comercialización o Marketing: Funciones, Filosofía y Actividad – Disciplina – Revisión de Conceptos Básicos – Criticas – Evolución – Enfoques- Aplicaciones – Naturaleza – Alcances – Sistemas de Intercambios - Comportamiento de Compra del Consumidor : Alcances- Características - Tratamiento – Dimensiones a Considerar – Organismos Gubernamentales y No Gubernamentales de Contralor - Comportamiento de Compra de las Organizaciones : Alcances- Características- Tipologías – Aristas diversas – Sistemas de Información Comercial – Marketing Especial- Marketing Político - Marketing Social : Definiciones- Alcances – Características- Cotejos – Comparaciones- Ejemplos - Dimensiones - Marketing Estratégico: Referido a los Instrumentos del Marketing (Precio, Producto, Plaza , Promoción)

6- ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

FUNDAMENTACION

Esta asignatura tiene una carga horaria de 4 (cuatro) horas semanales, de carácter anual. Su inclusión, en el primer año de estudios responde al hecho que el recurso humano por naturaleza, es el elemento motorizante de cualquier actividad económica, es decir sin la presencia de personal en las empresas no existe ni puesta a punto ni puesta en marcha, ni desarrollo, ni gestión de cualquier unidad de explotación económica. El Recurso Humano es una herramienta poderosa para las organizaciones que persigue el objetivo de competir efizcamente y asegurar su supervivencia en el largo plazo. Esta materia también tiene por propósito transferir una filosofía de conducción de diferentes temas técnicos, incluyendo el concepto de cliente interno y externo, respectivamente, con una permanente preocupación por los intereses del las partes involucradas

OBJETIVOS

- Aprender a valorar la importancia del recurso humano dentro de una organización, en especial en aspectos de su desarrollo cultural y profesional
- Conocer como es el proceso de selección e incorporación de personal dentro de una empresa.
- Aprender la administración del sistema de remuneraciones.
- Conocer las normas y reglamentaciones internas de una empresa.
- Conocer acerca de las dotaciones de personal en una empresa.
- Conocer la documentación requerida por los organismos de control gubernamentales.
- Conocer sobre indicadores de gestión de recursos humanos.

CONTENIDOS MINIMOS

Recursos Humanos- Definición – Concepto – Alcances – Características – Planificación - Parámetros para Reclutamiento, Selección e Incorporación de Personal - Requisitos y diseño de puestos - Psicología Organizacional – Capacitación y Desarrollo – Remuneraciones y Beneficios – Técnicas de Comunicación – Dinámica Grupal – Parámetros para la Evaluación de Desempeño del Personal – Valor de la Ética en los Recursos Humanos – Resolución de Conflictos –

7- COSTOS Y PRESUPUESTOS

FUNDAMENTACION

Dentro del actual escenario económico - social, de globalización, regionalización y formación de bloques geo-culturales, las empresas y/o organizaciones privadas, públicas o mixtas son elementos propulsores del desarrollo económico - social. El cumplimiento de esta función exige a la empresa ser cada vez más eficiente y competitiva, el conocimiento de los costos constituyen una herramienta fundamental para el logro de esos objetivos, por ende estos constituyen un elemento básico de administración que permite analizar e interpretar los estados contables, presupuestar y controlar la marcha de la empresa, poder determinar los márgenes de comercialización disponibles, elementos fundamentales en la toma de decisiones.

Esta materia se halla ubicada en el primer año de la carrera propuesta con una carga horaria de 4(cuatro) horas semanales, en forma anual.

OBJETIVOS

- Reconocer los aspectos más importantes de la determinación de costos.
- Implementar los sistemas de registración contable aplicados a la administración.
- Diferenciar los estados contables básicos en lo atinente a su composición.

CONTENIDOS MINIMOS

Los Costos: Utilidad de los costos. Tipos de costos. Elementos del costo de producción. Los sistemas de costos. Concepto de marginalidad. Los costos y la toma de decisiones. Punto de Equilibrio- Representaciones Graficas – Interpretaciones.

Presupuesto y control presupuestario: Clasificación de los presupuestos. Distintos tipos de presupuestos: de venta, de producción, de tesorería. Control presupuestario y variaciones – Desvíos positivos y negativos.

8 – COMERCIALIZACION ESTRATEGICA

Para hablar de la Comercialización Estratégica implica hablar de la Negociación Empresarial, por ende es menester conocer previamente sobre Investigación de Mercado, es un método cualitativo de determinación, que no debe estar ausente en la formación profesional de un técnico en comercialización, puesto que este método se utiliza cuando se quiere pronosticar o conocer estimativamente la demanda de un producto o servicio en particular, cualquiera que fuese la naturaleza del mismo.

Este método generalizado en sus distintas formas u acepciones proporcionará al profesional información acerca del comportamiento esperado de los clientes, canales de distribución, mercados potenciales, sistemas de promociones, etc., con la gran ventaja de permitir un máximo acercamiento al hecho que se investiga, lo que incrementa su valor como método de pronóstico de la demanda.

Su dictado en el segundo año del plan de estudios, no es casual, se debe al hecho de que para llevar adelante esta materia, se deben conocer los conceptos adquiridos en la cátedra de mercadotecnia

Es de lo más común que en cualquier tipo de empresas se deban hacer inversiones que están orientadas a la disminución de costos y / o a la mejoras de ventas ya sea en volumen o calidad. Por lo tanto la inclusión de este espacio curricular en el segundo año de estudios responde a la necesidad de brindar al educando la posibilidad de elaborar su propio proyecto productivo como micro - emprendedor, por ejemplo, y cuando ya haya cursado la mayoría de las materias del plan de estudios, es decir cuando ya haya recibido la suficiente preparación y tenga el conocimiento necesario para este tipo de desafío.

Esta asignatura es de suma importancia para el técnico en cuestión debido a que debe tener conocimientos para la formulación de proyectos y planes de negocios para poder desempeñarse eficientemente en las tareas atinentes al crecimiento de la empresa que debe emprender desafíos de tipo

productivo, administrativo, comercial y financieros; o sea que debe estar habilitado para ayudar a poder ejecutarlos y analizar su conveniencia

Negociar es el proceso a través del cual ante un proyecto particular se detectan tensiones propias de un conflicto, se investigan oportunidades, se amplían los propios recursos, se resuelven diferencias personales y situaciones objetivas concretas y se obtienen beneficios imposibles de lograr por si solos. Con estos conceptos en mente, resulta útil iniciar una negociación cuando existe algún interés económico en juego o cuando se presenta un conflicto o crisis que altera una situación equilibrada. Es importante tener presente que el entrenamiento, la práctica y el debate son las herramientas básicas para mejorar las habilidades negociadoras y que aseguran resultados valiosos y de mediano y largo plazo.

Esta materia está incluida en el segundo año del plan de estudios, con una carga de 6 (seis) horas semanales, durante todo el año del respectivo ciclo lectivo

OBJETIVOS

- Reconocer las herramientas básicas de una investigación comercial.
- Estimar la demanda de un producto o servicio en particular.
- Identificar ideas de apoyo en organizar secuencialmente el trabajo de formulación de un plan de negocios.
- Adquirir habilidades en el análisis del mercado, mediante el análisis estratégico.
- Valorar los beneficios y costos económicos relevantes en un proyecto sirviendo de herramientas para la toma de decisiones.
- Adquirir conocimiento para colaborar con el administrador en el desarrollo de las negociaciones planteadas
- Reconocer los talleres de negociación.

CONTENIDOS MÍNIMOS

Proyecto. Concepto. Elementos del Proyecto: antecedentes, origen, título, ubicación, tamaño y objetivos.

Estudio de mercado. Demanda y oferta. Demanda elástica e inelástica. Demanda histórica y proyectada. Demanda de producto. Demanda de bien sustituto. Definición de bien complementario. Definición de bien independiente. Descripción geográfica del mercado. Características de los consumidores. Estudio de la oferta. Oferta histórica y proyectada.

Métodos de proyección. De la tasa promedio. Método de la línea de tendencia o regresión lineal.

Ingeniería del proyecto. Características del producto. Usos del producto. Procesos de producción. Requerimientos.

Inversión y financiamiento del proyecto. Costos e ingresos del proyecto. Fijos y Variables. Punto de equilibrio. Estado de pérdidas y ganancias. Flujo de fondos del proyecto.

Análisis de sensibilidad. Plan de negocios.
Negociación. Conceptos básicos. Etapas de un proceso de negociación.
Estilos y técnicas de negociación. Conceptos básicos y definiciones. Distintos estilos de negociación. Técnicas negociadoras. Negociación Electrónica
Talleres de negociación. Conceptos básicos y definiciones. Contratos y rondas de negocios nacionales e internacionales.

9 -Formulación de Proyectos Aplicados

FUNDAMENTACION

Esta materia se ubica en el segundo año de estudios de la carrera, con una carga horaria de 4 (cuatro) horas semanales, de carácter anual y su inclusión obedece al hecho que es menester que el educando estudie , aprenda y profundice sobre esta disciplina; sobre todo teniendo en cuenta que en el primer curso luego de haber aprendido una serie de materias, en especial de orden específico,(Ejs. Mercadotecnia, Costos, Estructura de las Organizaciones, etc), pueda generar proyectos de su incumbencia para convertirse en un emprendedor autónomo, o en su defecto que ayude, colabore o auxilie a profesionales, consultores o directivos de una empresa en la elaboración de esta temática

También, este espacio, posibilitará que el estudiante tenga una visión clara y dinámica de las potencialidades de la administración. Comercialización permitiendo complementar los conocimientos adquiridos en materias anteriores relativas al comportamiento del consumidor, a las estrategias del marketing, entre otros conceptos

Al tener estos conocimientos permitirá saber cómo posicionar un producto o servicio en la mente del consumidor, logrando ingresar al mundo del mercado y competir con eficiencia.

Brinda los conocimientos y las herramientas que le permiten planificar estrategias de marketing, manejo administrativo y diseñar cursos de acción.

OBJETIVOS

- * Que el alumno conozca técnicas y facilitar instrumentos útiles para el diseño de estrategias, políticas y proyectos de desarrollo , que puedan contribuir al fortalecimiento de nuevas ideas aplicables a la administración y comercialización
- * Que el educando pueda detectar de negocios, que en su futuro como graduado aplicarlas
- * Que el alumno pueda Identificar la información relevante e inherente que podría utilizar para su futuro emprendimiento, o formando parte de equipos consultores

CONTENIDOS MINIMOS

1. Glosario.
2. Consideraciones previas (Disciplina – Objetivos – Alcances, etc.).
3. Origen de un proyecto (Detección del problema – Actitud – Interés).
4. Elección del Tema Aplicable, de naturaleza económica (Diagnóstico- Estudios: Experimental – Descriptivo Explicativo - Diacrónico -Sincrónico).
5. Cuestiones metodológicas aplicables (Proceso, Diseño – su tipología : experimental y no experimental y Formulación de Proyectos Económicos
6. Faz Teórica

Proyecto: Definición – Alcances – Características – Identificación – Instrumentos – Etapas –Secuencias – Tipología Variable Económica que se aplica: Definición – Importancia de la misma.-

10- ESTADISTICA APLICADA

FUNDAMENTACION

La Estadística es una herramienta básica y fundamental que no debe estar ausente en la formación de profesionales, cualquiera sea la rama de estudio seguida por estos, ya que ésta es de vital importancia en lo referente al relevamiento de datos y la posterior toma de decisiones. Sabemos que la estadística está presente en todos los aspectos y momentos de nuestras vidas; en la parte social, cultural, educativa, deportiva, sanitaria, financiera, y con más razón aún en la económica.

Por lo tanto no es posible pensar en un profesional/técnico en administración que no maneje los más elementales conceptos y técnicas estadísticas; esto es cómo y cuándo aplicar estas técnicas en situaciones administrativas concretas, sobre todo en aquellas de pequeña y mediana magnitud y cómo interpretar los resultados obtenidos.

Por ello está asignatura estudiará la división de la Estadística en sus dos grandes ramas. La Estadística Descriptiva y la Estadística Inferencial; situando a cada una de ellas en sus campos y aplicaciones propias y determinadas.

Como también es imprescindible e importante que el profesional conozca la incidencia de los cambios en las distintas variables económicas, con las cuales diariamente trabaja, a efectos de poder actualizar o ajustar su presupuesto, se brindaran los conocimientos básicos y elementales referidos a los números índices.

Esta asignatura está contemplada en el primer año de estudios de la carrera vigente. La carga horaria es de 4(cuatro) semanales durante un año.-

OBJETIVOS

- Reconocer aspectos matemáticos muy importantes que hacen al quehacer de la Comercialización.
- Conocer las características o naturaleza de la estadística descriptiva.
- Reconocer la incidencia de las distintas variables económicas.
- Diferenciar la estadística descriptiva y la inferencial.

CONTENIDOS MINIMOS

Definición de Estadística. Población - Muestra; Parámetro - Estadístico. Estadística Descriptiva. Estadística Inferencial. Datos. Variables. Muestreo. Probabilístico y No Probabilística.

Etapas del método Estadístico. Distribución de frecuencias. Representación gráfica de las distribuciones de frecuencias.

Medidas de Tendencia Central. Media aritmética. Mediana. Moda. Distribuciones Multimodales.

Medidas de Dispersión. Rango. Desvío Simple de Media o Desviación Media. Varianza. Desviación Estandar o Típica. Coeficiente de Variación.

Números Índices. Tipos. Usos y Problemas. Índices agregados no ponderados y ponderados. Métodos de cálculo. Índice de Precios: Laspeyres, Peasche, Fisher y Edgerworth. Criterio relativo a los Índices. Índice de Costo de Vida. De Valor. De Cantidad. Magnitudes deflactadas. Cambio de base.

11 - PRACTICA PROFESIONAL I

FUNDAMENTACIÓN

La necesidad de la inclusión de esta asignatura en el segundo año de esta carrera responde al hecho que es menester que el educando realice prácticas efectivas, ya sea mediante pasantías educativas en empresas comerciales, de servicios, industriales, etc., u organismos gubernamentales específicos, o mediante ejercicios de simulación de ejecución administrativa, por ejemplo en gabinetes informáticos que contemplen los aspectos prácticos de la profesión.

Tiene un alcance anual de 8(ocho) horas por semana, de las cuales 4 (cuatro) se cumplen en el establecimiento frente a alumnos en horario de clases conceptualizando aspectos teóricos y el resto consiste con trabajos de campo, es decir con tareas de investigación y capacitación práctica, por ejemplo en empresas comerciales, de servicios, de industria, etc, con tutoría efectiva por parte del docente, para lo cual este último deberá demostrar con planillas semanales de asistencias de los alumnos el seguimiento antes indicado. También se podrá demostrar la asistencia tanto del docente como la de los alumnos con certificados de concurrencia firmados por los responsables de las empresas o entes gubernamentales. En caso de no poder cumplirse con la practica extra- áulica las 4 (cuatro) horas semanales restantes, deberán cumplirse obligatoriamente áulicamente en el establecimiento en horarios disponibles.

OBJETIVOS

- Insertar al alumno paulatinamente en el mercado laboral.
- Participar activamente en visitas guiadas tanto a organismos públicos como privados
- Realizar las capacitaciones practicas que vayan dando formación profesional al educando

CONTENIDOS MÍNIMOS

Análisis: Implicancia Administrativa. Costos – Precios. Implicancia Administrativa. - Análisis de Organización y Administración de orden empresarial. Sus Implicancias - Análisis Contable. Implicancia administrativa. - Análisis Comercial y de Servicios - Implicancias administrativas – Ejercicios de Simulación del quehacer administrativo – Narrativa Profesional.

12 – DERECHO CIVIL Y COMERCIAL

FUNDAMENTACION

Las exigencias de la vida social organizada imponen al hombre pautas o reglas que indican que debe hacer y que no puede hacer. A estas reglas deben adecuarse el accionar humano y las relaciones entre las personas. Estas conductas se llaman normas y son necesarias para la convivencia social, que el Estado le impone con carácter obligatorio. Pero no basta que la norma haya sido impuesta por el Poder Público para considerarlo Derecho.

Para merecer este nombre es preciso que sea conforme a la idea de Justicia. Por lo expuesto, definimos al Derecho como el conjunto de normas de conducta humana obligatoria y conforme a la Justicia.

El Derecho se divide en Derecho Público y Derecho Privado refiriéndonos a éste último, teniendo en cuenta como una de sus ramas al Nuevo Derecho Civil

(vigente desde Agosto / 2015), tronco común del cual se han ido desprendiendo las restantes ramas del Derecho Privado, que no poseen completa autonomía ni pueden por sí solos resolver todos los problemas jurídicos que se presentan.

En otras palabras, carecen de integridad y cuando sus normas no prevén un caso dado es necesario recurrir al Derecho Civil.

Por esa misión que cumple, de servir de telón de fondo a todas las otras ramas del Derecho Privado se lo llama también Derecho Común, puesto que se ocupa del hombre como tal, es el Derecho por excelencia. Es lo más formativa de las materias jurídicas, el concepto de Derecho se aprende cabalmente con el estudio del Derecho Civil.

Por lo expuesto, resulta imprescindible y necesario en cualquier rama del saber y para nuestros alumnos, el conocimiento del Derecho en el desempeño de su actividad profesional y en la convivencia democrática.

También se analizará en esta materia el Derecho Comercial que implica el estudio de esta rama del Derecho que surge, debido a la necesidad de una especial consideración de este orden de las actividades humanas. Nace por el desarrollo del comercio y la actividad comercial que no ha disminuido con el tiempo, al contrario, se ha acrecentado. Así mismo, no puede prescindirse de las leyes económicas, no pueden divorciarse de las necesidades y particularidades de la economía.

Para poder resolver las diversas situaciones y en caso de conflicto, recurrir a un derecho que diera solución para los casos que pudieran presentarse. No puede imaginarse una actividad tan seria como la economía, que no estuviera regida por un conjunto de normas de carácter general y con aplicación para todo el territorio de la Nación.

En virtud de lo manifestado se hace imperativo el conocimiento de esta rama del Derecho ya que tiende a satisfacer demandas y generan recursos que permiten el buen funcionamiento de los sectores comerciales de organismos e instituciones del medio para los estudiantes que le permita resolver situaciones. Esta asignatura corresponde al segundo año de la carrera propuesta, cuyo alcance es anual y con una carga de 4 (cuatro) horas cátedras semanales

OBJETIVOS

- Reconocer la faz del derecho civil.
- Diferenciar personas de existencia visible y de existencia jurídica
- Reconocer dentro del Derecho Privado la rama inherente a las fases Comercial, en especial, y el Derecho Laboral de manera general.
- Diferenciar los distintos conceptos comerciales
- Analizar la ley de contrato de trabajo.

CONTENIDOS MINIMOS

Nuevo Derecho Civil: concepto. Derecho: concepto. Sentido objetivo y subjetivo. Derecho positivo. Ramas del Derecho Positivo. Derecho público y Derecho Privado.

Sujetos del Derecho. Persona. Concepto. Persona de existencia visible. Concepto.

Sujetos del Derecho. Persona. Concepto. Persona de existencia visible. Concepto. Persona de existencia ideal. Concepto. Clasificación. Fin de la persona jurídica.

El patrimonio. Concepto. Caracteres. Composición. Derechos patrimoniales.

Hechos jurídicos: su función en el derecho. Concepto. Clasificación. Actos voluntarios: sus elementos internos. Condiciones externas: Declaración de la

voluntad. Imputabilidad de los actos voluntarios. Actos involuntarios. Efectos. Actos ilícitos: Elementos. Clasificación. Acto jurídico. Concepto. Elementos: capacidad, voluntad, objeto y forma.

Obligaciones. Concepto. Elementos: Sujeto, Objeto y Causa. Fuentes de las obligaciones. Modalidades de las obligaciones. Clasificación: civiles y naturales. Transmisión de las obligaciones

Contratos. Definición Elementos de los contratos. Capacidad. Consentimiento. Objeto y forma. Clasificación. Asociativismo: Su Fundamento jurídico.

Ética y deontología profesional

Derecho Comercial: concepto, fuentes. Análisis y manejo de los arts. del Código de Comercio.

Comerciante. Definición. Análisis. Registro Público del Comercio. Documentos que deben inscribirse. Libros.

Auxiliares del Comercio. Documentos comerciales.

Derecho Comercial aplicado a la Empresa.

Análisis de la Ley 20.744. (Ley de Contrato de Trabajo), su interpretación.

Elaboración de los distintos modelos de contrato de trabajo. Estudio de todos y cada uno de los derechos y obligaciones, tanto del trabajador como del empleador

13- INGLÉS TÉCNICO

FUNDAMENTACION

La inclusión de este espacio curricular se debe a que el cambio de patrón tecnológico ha revolucionado tanto el área de producción como la del trabajo. La circulación y actualización de la información se produce mayoritariamente en inglés. Además, se considera el inglés como el idioma de administración y los negocios a nivel mundial por excelencia. Es así que, se pretende brindar esta herramienta fundamental al futuro egresado de esta carrera para el acceso a nuevos conocimientos con mayor facilidad, y de esta manera, insertarse en el mundo laboral con mayores ventajas.

Esta asignatura está insertada en el primer año del ciclo de estudios con un régimen anual equivalente a 4 (cuatro) horas semanales.

OBJETIVOS

- Preparar a los alumnos para enfrentar los cambios del mundo globalizado.
- Lograr un nivel pre-intermedio del inglés enfocado en el campo comercial.

CONTENIDOS MINIMOS

Reconocer y emplear los pronombres personales y el presente del verbo ser o esta en sus tres formas. Identificar plurales de sustantivos. Emplear deletreo. Presentarse y presentar a otras personas. Describir trabajos y responsabilidades en la organización de una empresa. Denotar existencia y cantidad. Indicar

posesión. Realizar, aceptar y rechazar pedidos. Interpretar correspondencia comercial. Conocer y discutir actividades comerciales de una compañía. Reconocer y emplear el tiempo verbal Presente Continuo. Identificar y usar los pronombres objetivos. Describir un producto o servicio. Usar correctamente adjetivos para comparar productos, empresas y personas. Reconocer y emplear el pasado del verbo ser o estar. Conocer el porqué y el para qué de la administración y de los negocios. Entender el proceso de Administración, Manufacturación y Distribución.

14- REGIMENES TRIBUTARIOS

FUNDAMENTACIÓN

Dada la importancia de este campo disciplinar y su incidencia en la determinación de los costos y precios empresariales, es necesario recalcar el fuerte impacto del campo fiscal en la comercialización.

Esta materia ha sido incluida en el tercer año del plan de estudios de la carrera, con una carga horaria semanal de 6 (seis) horas durante un ciclo lectivo y su razonabilidad responde al hecho que el educando debe reconocer la legislación impositiva y tributaria nacional, provincial y municipal. Es menester que el alumno tenga todos los conocimientos generales de la misma, pudiendo apreciar en los contenidos mínimos su real importancia. La intención es enseñar la parte tanto teórica y práctica de cada uno impuestos o tributos (nacionales, provinciales y municipales) y que el educando conozca los mismos en forma integral y vea la importancia e incidencia de los mismos.

OBJETIVOS

- Reconocer la legislación impositiva y tributaria nacional, provincial y municipal.
- Distinguir los procedimientos para liquidar impuestos.
- Efectuar la registración contable de los tributos tanto en forma manual como computarizado.
- Adquirir conocimiento para colaborar con el administrador en el desarrollo de las negociaciones planteadas.-
- Reconocer los talleres de negociación.

CONTENIDOS MINIMOS

Principios de la Tributación - Estudio y análisis teórico y práctico de:

Los Impuestos Nacionales: Opcion: Monotributista o Responsable Inscripto, ventajas y desventajas de cada uno. IVA, concepto, objeto, sujeto, base imponible, alícuota facturación y determinación del impuesto. Libro IVA compra e IVA ventas. Exenciones del impuesto. Registración contable del mismo. Determinación del impuesto a pagar mensual. Emisión de la declaración Jurada.

Impuesto a las Ganancias: concepto, objeto, sujeto, base imponible, alícuota, deducciones y determinación del impuesto por categorías. Exenciones del impuesto. Registración contable del mismo.

Impuesto Interno. Distintas alícuotas aplicables según las actividades correspondientes.

Impuestos Provinciales: Ingreso Brutos. Concepto, objeto, sujeto, base imponible, alícuota y determinación del impuesto. Exenciones del impuesto. Determinación del impuesto a pagar. Emisión de la declaración jurada. Registración contable del mismo.

Impuesto a los Sellos: distintas tasas que se abonan a las actividades correspondientes.

Impuestos Municipales: concepto, objeto, sujeto, base imponible, alícuota y determinación del impuesto. Exenciones del impuesto. Registración contable del mismo.

Diferenciación entre impuesto, tasas y contribuciones.

Regímenes Tributarios Nacionales y Provinciales vigentes: análisis. Efecto multiplicador.

15 - AUDITORIA DE GESTION DE LA ADMINISTRACION ORGANIZACIONAL

FUNDAMENTACIÓN

Auditar significa controlar, inspeccionar, verificar, etc . Por lo tanto el control es un elemento muy importante para la gestión de la empresa, sobre todo cuando esta comienza a operar, es decir en su puesta a punto y en su puesta en marcha, pero también en su cotidianeidad.-

El control de gestión debe ser permanente y continuo, también puede ser selectivo y al azar, pero fundamentalmente debe perseguir un espíritu correctivo, de aprendizaje y al último sancionatorio.-

La importancia de estos conceptos hace que esta materia, sea incluida en la malla curricular en el tercer año de esta propuesta académica, con una carga de 4 (cuatro) horas semanales durante un ciclo lectivo, para lo cual es muy importante que el alumno venga precedido de fuertes conocimientos teóricos prácticos, los cuales los debe aprender durante los dos años anteriores de cursado.-

OBJETIVOS

- Conocer las fuentes extractivas de datos para ejercer el control organizacional
- Aprender a reconocer los errores, omisiones y las faltas en los circuitos administrativos del accionar organizacional.
- Conocer sobre informes de situación de contralor organizacional
- Conocer las medidas y el tiempo oportuno para ejercer el control

CONTENIDOS MINIMOS

Auditoría – Concepto – Alcances- Características – Importancia del Control - Tipos de Control – Estáticos – Dinámicos – Preventivos – Cruzado -Integrales – Selectivos – Al Azar – Presupuestación versus Ejecución – Análisis Comparativo – Determinación de Desvíos – Tipos de Desvíos – Propuestas de Solución – Presentación de Informes sobre estados situacionales varios.

16- EMPRENDEDURISMO APLICADO

FUNDAMENTACION

Esta asignatura se ubica en el tercer año de la carrera con una carga horaria semanal de 6 (seis) horas y su inclusión responde al hecho que al alumno se lo debe incentivar a que sea un emprendedor independiente.

Dependiendo del punto de vista que se tome, las perspectivas del mundo laboral en un entorno globalizado, son rechazables o estimulantes. La presión de la competencia encarnada en ideas más novedosas y competidores que atacan los mismos mercados. Presiones de los costos, en clientes demandando más o menos. Presiones del servicio al cliente por un buen servicio además del mayor ahorro posible. Presiones del tiempo, de la tecnología floreciente que comprime todo, desde la comunicación hasta el ciclo de fabricación, donde todo se hace cada vez en menos tiempo. Las salidas son la creatividad y el emprendedurismo. Este espacio no pretende “inyectar” creatividad y emprendedurismo, más bien funcionar como un catalizador que libere algo de inspiración natural de los alumnos, a través de algunos ejercicios y técnicas, diseñados para eliminar las represiones y hacer que los participantes piensen de manera diferente al momento de solucionar las necesidades del sector comercial

Por otra parte y, en el contexto de las características de la Sociedad de Aprendizaje, el Desarrollo Local tiene como objetivo la concientización de la población, la potenciación de recursos a través del uso participativo y multisectorial de los insumos, las tecnologías convenientes, la optimización de las comunicaciones y la información para potenciar la sinergia de las acciones de los actores locales, que le permitan a la población beneficiaria ampliar sus posibilidades de adquirir nuevos conocimientos, proyectarse mejor, y generar programas, proyectos o políticas participativas, en función de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, como un esfuerzo integrado y articulado a la región. Es así que este espacio curricular cobra particular relevancia, en cuanto permite viabilizar acciones locales para la búsqueda y aporte de recursos externos.

La idea también es que ofrezca una visión sobre la producción y comercialización del producto y sobre las estrategias de mercadotecnia para las empresas comerciales y de servicios, sector que ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años. Brinda un panorama general sobre la investigación de mercado. Asimismo, explica cómo realizar el diseño de sistemas de medición, el muestreo, la recolección y análisis de datos y estudia la aplicación práctica de las herramientas estadísticas.

OBJETIVOS

- Promover que los alumnos liberen creatividad y apliquen emprendedurismo en beneficio de lograr negocios generando productos, servicios y/o procesos innovadores.

- Transmitir conocimientos teóricos, enfoques y elementos conceptuales y metodológicos, que contribuyen a una adecuada comprensión de lo que es el emprendedurismo y el desarrollo local, promoviendo su gestión e impulso en las distintas regiones del país.
- Dotar a las Instituciones que promueven el desarrollo local, de personas capaces de diseñar e impulsar políticas, elaborar y gestionar programas, proyectos sociales y colaborar en la movilización de recursos locales.
- Conocer los principios de la comercialización, su aplicación y la importancia de fijar una estrategia para tener éxito en un emprendimiento.
- Reconocer la importancia de la relación con el cliente y la satisfacción de sus deseos.
- Definir la segmentación y posicionamiento en el mercado y aplicar los conceptos aprendidos a su emprendimiento.

CONTENIDOS MINIMOS

Historia de emprendedores y empresas en la Argentina. Conceptos de emprendedor y empresa. Factores determinantes y barreras para emprender. Desarrollo de Negocio.. Claves para diagnosticar una crisis organizacional. Creatividad: en grupos, carta descriptiva de la creatividad, técnicas de creatividad. Creatividad e Innovación para la competitividad. El producto: genérico, esperado, aumentado, potencial. Política de productos. Decisiones, Ajuste. Cultura y desarrollo comunitario. Desarrollo Regional y globalización. Desarrollo sostenible y comunidad. Metodología de intervención y desarrollo integrado. Gerencia social y desarrollo humano a escala comunitaria. Los municipios y la problemática local, Características de la gestión municipal. Asistencia técnica al nivel municipal. Capacidad de concertación de las administraciones locales. Gestión local orientada a resultados. . Especificación operacional de las actividades y tareas a realizar. Determinación de plazos, recursos necesarios, Presupuesto. Marco lógico. Factores externos condicionantes para el logro de los efectos e impactos del proyecto.. Asociativismo. Cooperativismo. Fomento de Alianzas. Modernización y desarrollo Corporativo.

La comercialización. El planeamiento estratégico (misión y visión del negocio). La investigación del mercado. El consumidor y la decisión de compra. La segmentación y micro segmentación). El precio y su determinación. Criterios de diseño de empaques, envases y envoltorios: conservación y seguridad, presentación y transporte. La logística y el packaging como base para una buena atención. La venta, publicidad y promoción. Fidelización y satisfacción de clientes. El concepto de la calidad aplicada al marketing. Comercialización de productos varios.

17. ADMINISTRACION FINANCIERA

FUNDAMENTACION

Las Finanzas representan una disciplina muy importante dentro de las ciencias económicas, por lo que impacta fuertemente en el desarrollo de la comercialización, ya que el circuito de la misma finaliza cuando se perciben las disponibilidades. Por lo tanto constituyen un termómetro en el quehacer económico de cualquier comunidad.

Esta asignatura se inserta en el tercer año del ciclo de estudios de esta oferta educativa, y su inclusión responde al hecho de que es menester que el educando conozca distintos aspectos que hacen al manejo financiero de las

empresas, ya que en los dos primeros años del ciclo de estudio al alumno se le enseña previamente otras facetas de la administración empresarial que deben ser complementadas por las incumbencias de esta disciplina.

La carga horaria prevista para esta materia es de 4 (cuatro) horas semanales y su alcance reviste el carácter de régimen anual.-

OBJETIVOS

- Reconocer los distintos aspectos del manejo financiero de las empresas.
- Interpretar los distintos instrumentos de la gestión financiera.

CONTENIDOS MÍNIMOS

Este espacio curricular contemplará mínimamente, entre otros, los siguientes contenidos:

Faz Privada: La Función Financiera de la Empresa. Naturaleza y Alcance de la función financiera – Evolución de la misma – Objetivos y Organización. La estructura económica de la empresa.

Los Estados Económicos - Financieros de la Empresa: Análisis e Interpretación de los estados contables desde una óptica económica – financiera – Indicadores pertinentes – Conclusiones y toma de decisiones al respecto.

Instrumentos de Gestión Financiera: Captación e inversión de fondos propios y de recursos no genuinos – Destinos y Recuperos - Planificación –Aplicación y control de los fondos -Otras fuentes de financiación (leasing).

Mercados Financieros : Contexto General y Particular. Ámbito Nacional y Provincial

Cálculo Financiero: Determinación de las principales variables financieras aplicables en el ámbito empresarial: Ej. Porcentaje, Interés Simple, Interés Compuesto, Amortizaciones, etc.

18 – PRACTICA PROFESIONAL II

FUNDAMENTACION

El actual contexto económico social argentino exige a las empresas comerciales un alto grado de productividad, eficiencia, rentabilidad y competitividad para una permanencia en el medio comercial; logros que se alcanzan a través de una correcta utilización de sus recursos productivos. Siendo el recurso humano el más importante de todos los recursos productivos es fundamental que el mismo esté altamente capacitado tanto desde el punto de vista teórico como práctico para poder insertarse adecuadamente en el ámbito laboral.

Tiene un alcance anual de 10 (diez) horas por semana, de las cuales 4 (cuatro) se cumplen en el establecimiento frente a alumnos en horario de clases conceptualizando aspectos teóricos y el resto consiste con trabajos de campo, es decir con tareas de investigación y capacitación práctica,

Por ejemplo en empresas comerciales, de servicios, de industria, etc, con tutoría efectiva por parte del docente, para lo cual este último deberá demostrar con planillas semanales de asistencias de los alumnos el seguimiento antes indicado. También se podrá demostrar la asistencia tanto del docente como la de los alumnos con certificados de concurrencia firmados por los responsables de las empresas o entes gubernamentales.

OBJETIVOS

- Insertar al alumno paulatinamente en el mercado laboral.
- Participar activamente en visitas guiadas tanto a organismos públicos como privados.
- Investigación y capacitación práctica en empresas del rubro.-

CONTENIDOS MÍNIMOS

Análisis de Negociación: Implicancia Administrativa. Análisis de datos Estadísticos Implicancia Administrativa . Análisis Tributarios . Sus Implicancias - Análisis de Administración Financiera - Implicancia Administrativa- Análisis de Recursos Humanos - Implicancia administrativa. -Análisis Comercial y de Servicios implicancias administrativas – Ejercicios de Simulación del quehacer administrativo – Narrativa Profesional

ESTUDIO DE LA DEMANDA EN INSTITUCIONES QUE DESARROLLAN ACTIVIDAD COMERCIAL DE LA ZONA DE INFLUENCIA.

La estimación de la demanda en cuanto a las necesidades y carencias de recursos, en la temática de la administración, es obligatoriamente un paso previo para poder determinar la implementación de la carrera Tecnicatura Superior en Administración. Por lo que se tomará como base todas las organizaciones destinadas a la producción y comercialización.

El departamento tiene como actividad primaria principal, la producción de tabaco en un total aproximado de 18.000 has. Cultivadas.

También posee producción de granos con 500 has. destinadas al maíz y poroto, 50 has. de chirimoya, 10 has. de tuna, 15 has de palta, 240 has. de durazno, 1.800 has de hortalizas, 250 has de citrus y 20 has. de almendros.

Siendo las empresas tabacaleras:

-Cooperativa de Tabacaleros de Jujuy Ltda. y las empresas que la integran: Compañía Argentina de Seguros Latitud Sur, Consorcio de Riego Valle de los Perico, Finca Experimental La Posta y La Tabacalera.

Cooperativa de Tabacaleros de Jujuy Ltda.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Permanentes	*215
Cíclicos - Contratados	** 440
TOTAL	655

*215 cumplen tareas en: administración, gerencia, comercialización, Dpto. Aerotécnico.

** 440 cumplen tareas en: compra, acopio, procesamiento, almacenamiento.

Planta procesadora de Tabaco

Planta procesadora de Poroto

Se encuentra radicada otra empresa tabacalera: Alliance One.

Empresa ALLIANCE ONE

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	11
Contratados	43
TOTAL	54

Según datos estadísticos recabados en los entes gubernamentales del Departamento del Carmen habrían un total aproximado de 4.685 comercios dedicados a la producción de bienes y servicios, de ese total, aproximadamente un 60 % corresponde a Ciudad Perico. A modo de muestreo, los docentes consideraron como más relevante las siguientes empresas:

Empresa EJESA de energía eléctrica

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Departamento Comercial	19
Servicio de Guardia y Recorrido	36
TOTAL	55

TECNOVISION Canal 2 S. A.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Empleados	28
TOTAL	28

COOPERATIVA TELEFONICA PERICO LTDA.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Empleados	32
TOTAL	32

CONSORCIO DE RIEGO DEL VALLE DE LOS PERICOS

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Empleados	55
TOTAL	55

Supermercado BERTHA

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	13
TOTAL	13

Distribuidor FENIX Mayorista

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	16
TOTAL	16

Supermercados COMODIN

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	15
Contratados	40
TOTAL	55

CAR-GAS

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Empleados	12
TOTAL	12

Casa LA TUCUMANA

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	6
TOTAL	6

ANTONELLO Muebles

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD

Efectivos	11
TOTAL	11

COOPERATIVA TELEFONICA PERICO LTDA.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	32
TOTAL	32

JOBSON INGENIERÍA S.A.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	24
TOTAL	24

CASTILO S.A.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	
TOTAL	

- Apertura de local en Perico – Diciembre de 2.015

HIBAN YAPURA

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	9
TOTAL	9

MONTERICO S.A.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	82
TOTAL	82

Mayorista TEJERINA

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	19
TOTAL	19

Empresa AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO S.E.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	45
TOTAL	45

YABICHINO, ANGEL

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	8
TOTAL	8

Banco MACRO BANSUD

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	21
TOTAL	21

AGRICOLA FERMI S.R.L.

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	20
TOTAL	20

JOSÉ ANTONIO BERRUEZO

CONDICIÓN LABORAL	CANTIDAD
Efectivos	35

TOTAL

35

Todos éstos datos económicos son extraídos del última Encuesta Nacional Económica disponible – DIPEC , datos oficiales

En lo que respecta a las legumbres existen firmas acopiadoras y procesadoras: Cereales y Legumbres Bonillos de Jobson Ingeniería S.A. y Perico Legumbres, con un acopio y proceso de 2.500 has: con un 99% de exportación y 1% de consumo interno.

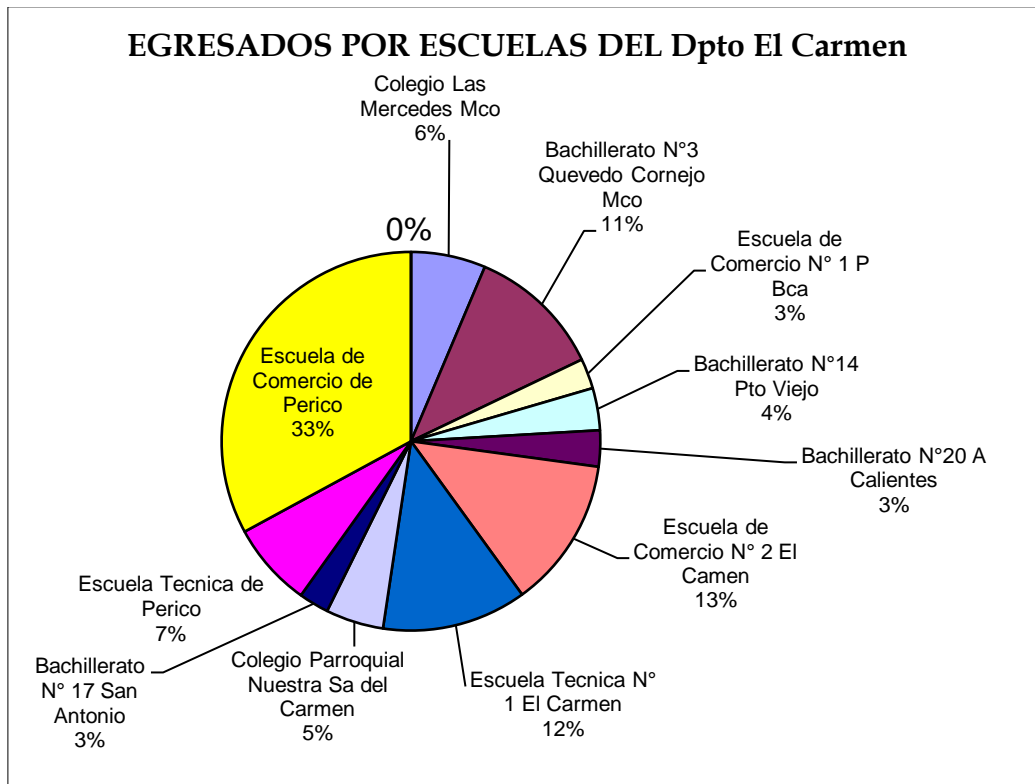
Es importante destacar la influencia que tiene el desarrollo de la actividad ferial para la economía de Ciudad Perico, entre las que destacamos:

a) Mercado Cooperativo Concentrador Fruti- Hortícola Ltda. de **Feriantes Mayoristas** (puestos de venta), que permite a los productores vender hortalizas y frutas, la misma recibe a los productores locales, departamentales y regionales, a los que se suman comerciantes de otros rubros que aprovechan la feria como nodo de comercialización. Por su volumen de venta, esta Feria es caracterizada como de concentración y abasto, por ser lugar de concurrencia de distribuidores de otras provincias (Mendoza, Catamarca, San Luis, Chaco, La Rioja y Tucumán). Funciona tres días a la semana (lunes, miércoles y viernes). Es importante destacar que esta feria mayorista surgió como un emergente de la necesidad de comercializar productos regionales dentro de la economía informal.

b) Una parte del comercio local se encuentra concentrada en los predios de la **Feria Minorista Municipal** (1.450 puestos de venta), en la cual se venden al por menor, frutas, verduras, indumentaria, calzados, artículos de limpieza, librería, artesanías, etc.). Funciona los siete días de la semana y se enmarca dentro de la economía informal. Su área de comercialización es local de tipo dinámico.

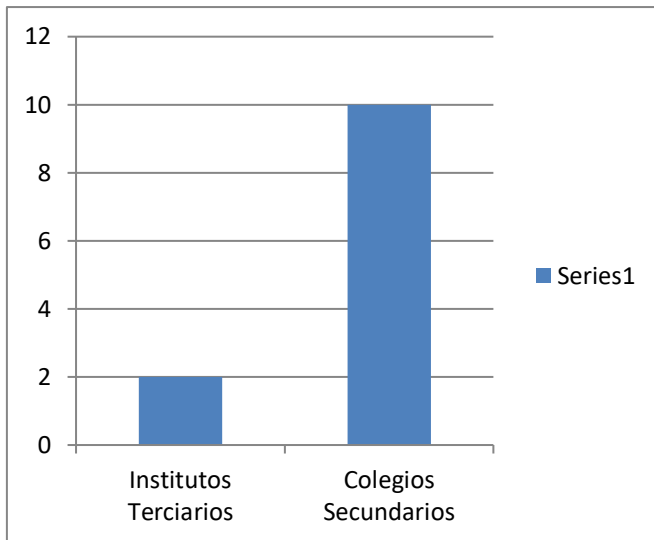
Además, tomamos en cuenta la empresa matarife La Ganadera, que aprovecha especialmente la carne vacuna que produce la finca El Pongo y algunos productores regionales.

ESCUELAS SECUNDARIAS MÁS REPRESENTATIVAS DEL DEPARTAMENTO DEL CARMEN - AÑO 2015



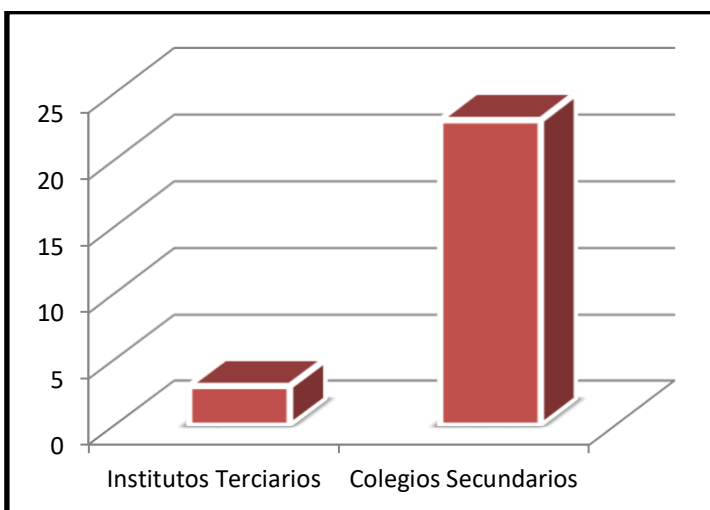
La información graficada muestra que el número de egresados (1202) de instituciones educativas de nivel secundario, a los que se debe agregar, entre otros, los colegios privados de Ciudad Perico: San José Patrono, Colegio Cristo Rey y San Patricio, y los colegios públicos San José , Bachillerato N° 7, Colegio Secundario N° 40 Santo Domingo, Colegio Secundario N° 38 – Las Pampitas y Colegio Secundario N° 36- Monterrico, lo que haría un total de 23 establecimientos de nivel medio, y con ello queda demostrado la desproporción existente en relación a la oferta educativa de nivel superior, ya que existen 3(tres) Establecimientos de Nivel Superior No Universitario, y tan solo el Instituto de Educación Superior N° 6, es de carácter estatal.

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS SECUNDARIOS Y TERCARIOS DE CIUDAD PERICO



Institutos Terciarios	2
Colegios Secundarios	10

ESTABLECIMIENTOS SECUNDARIOS Y TERCARIOS DEL DEPARTAMENTO DE EL CARMEN



Institutos Terciarios:	3
Colegios Secundarios:	23

ENCUESTA DE OPINIÓN DE LOS EMPLEADORES Y/O INSTITUCIONES QUE RECIBIRIAN ALUMNOS DE LA PRACTICA PROFESIONAL Y / O EGRESADOS

MODELO DE ENTREVISTA

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR N° 6 - PERICO

Carrera Técnico Superior en Administración, Desarrollo y Gestión Empresarial
(con orientación en Pymes)
Análisis de la Demanda

Objetivo:

Recoger información para proponer nuevas ofertas educativas o mejorar las actuales.

Técnica Empleada:

Entrevista.

Presentación (del entrevistador).....

Nombre de la empresa:.....

Dirección.....

Como eligió la actividad principal de su empresa?.....

Cual fue su mejor año?.....

Colabora alguien con su actividad comercial?.....

En caso de tener, preguntar, Que estudios tiene?.....

Que actividad le cuesta mas: comprar, vender o administrar.....

Conoce las ventajas y desventajas de un comercio formal?.....

Cuando aumentan las ventas y requiere la ayuda de otra persona, que requisitos Ud. le solicita a su ayudante?.....

.....

Está en sus planes tomar empleados Técnicos en Administración
Empresarial?.....

En que tiempo estima Ud. tomar empleados de la administración?

Se anima a decirnos cuantos?.....

Que le sugiere Ud. Al Instituto de Educación Superior N° 6 ?.....

.....

MODELO DE ENCUESTA

INSTITUTO DE FORMACIÓN DOCENTE N° 6 - PERICO

Carrera Técnico Superior en Administración, Desarrollo y Gestión Empresarial (con Orientación en Pymes)
Análisis de la Demanda

Objetivo:

Recoger información para proponer nuevas ofertas educativas o mejorar las actuales.

Técnica Empleada:

Encuesta a las empresas medianas.

Presentación.....

Nombre de la empresa.....

Dirección.....

Encargado o Jefe de Recursos Humanos.....

Cuales son las principales áreas de su empresa?.....

.....

.....

Tiene un organigrama o manual de misiones y funciones para su empresa?.....

Cuales son las limitaciones de sus empleados?.....

.....

.....

Que conocimientos le solicitaría a sus futuros empleados administrativos?.....

.....

.....

.....

Esta en sus planes contratar empleados técnicos en administración empresarial?.....

En que tiempo cree Ud. Que tomaría a empleados administrativos.....

Se anima decir cuantos.....

Cual es su postura: tomar empleados con experiencia o tomar empleados con formación profesional o ambos.....

Aceptaría Ud. Alumnos y/o egresados de la Tecnicatura Superior en Administración, Desarrollo y Gestión Empresarial (con Orientación en Pymes) en para realizar Prácticas Laborales en su Empresa?.....

.....

.....

.....

.....

.....

Que le sugiere Ud. al I.E.S. N° 6?.....

.....

.....

Fundamentación de la selección de estas herramientas para el relevamiento de datos:

a. Encuesta

Escogemos esta forma de investigar por cuanto el objeto de estudio es: Empresas Formalmente Constituidas y no presentan mayores problemas con la información, mas aún cuando se trata de la formación técnica de futuros empleados para la misma empresa. Esta actividad estará a cargo de los docentes de la carrera y se propone conocer lo siguiente:

- Identificar la empresa.
- Necesidad Técnicos en Administración Empresarial
- Competencia y/o capacidades que debe poseer el futuro empleado.
- Aceptación o no de alumnos para realizar la práctica profesional.
- Requerimientos a la Institución.

b. Entrevista

Elegimos esta forma de investigar por cuanto el objeto de estudio son: Pequeñas Empresas que en su mayoría no están Formalmente Constituidas y allí la información es difícil de obtener, entonces la propuesta fue la presentación y el diálogo para luego dicha información ser presentada por escrito Esta actividad estará a cargo de los docentes de la carrera y el alumnado. El objetivo propuesto fue conocer:

- Que conocimientos le hace falta al empleador y a los empleados.
- Si tomaría empleados Técnicos en Administración Empresarial
- Que le piden al Instituto de Educación Superior N ° 6 -Perico.

INFORME

Del resultado de las encuestas se determinó que la mayoría de las empresas están dispuestas a tomar como empleados a técnicos en administración y los perfiles requeridos son: para gestionar Compras, Mantenimiento de stock. , para prestar servicios en Contaduría, en ayudar a la determinación de Costos, etc. Y en el aspecto personal, valores como ser honestidad, responsabilidad e idoneidad, entre otros.

Aceptan gustosamente tomar futuros técnicos en administración para realizar las prácticas profesionales con convenios o contratos realizados previamente y realizar cursos de capacitación para empleados.

Con respecto a las entrevistas:

La actividad que más les cuesta es la administración de sus propias empresas. Si estarían dispuestas a tomar empleados técnicos administrativos pero en un futuro no muy lejano. Respondieron, también, que sus hijos se hayan estudiando esta carrera, y la vez, que desarrollan actividades de gestión administrativa en su empresa familiar.



Gobierno de JUJUY
Unión, Paz y Trabajo

A la institución le piden continuar formando jóvenes capaces para emprender un trabajo dependiente o independiente.

ANEXO

- **AVAL A LA PROPUESTA DE LA CARRERA POR PARTE DE “SANATORIO QUINTAR “**

CONCLUSIONES Y PETICION FINAL

Conclusiones:

La implementación de la carrera Tecnicatura Superior en Administración, Desarrollo y Gestión Empresarial con orientación en Pymes se fundamenta a través del trabajo elaborado en base a los siguientes pilares:

- El departamento de El Carmen es una de las zonas más importantes de producción, comercialización y de mayor crecimiento económico y poblacional (106.000 habitantes aproximadamente, según proyecciones oficiales de la DIPEC) de la provincia de Jujuy.
- La carencia de ofertas educativas técnicas específicas de esta características de nivel terciario en el departamento de El Carmen.
- El Instituto de Educación Superior N° 6, con esta oferta educativa, pretende seguir brindando igualdad de oportunidades, inclusión social, favoreciendo a toda la población, en especial a los niveles de bajos recursos socio-económicos.
- La concreción de avales de firmas del medio con lo que se logró que un respaldo a esta iniciativa.
- Única oferta educativa transversal en la provincia tanto a nivel público como privado.
- Transversalidad de la disciplina, es decir que es aplicable a diferentes actividades y rubros de explotación.
- Demanda de técnicos debido al crecimiento poblacional y comercial.
- Formar emprendedores independientes para reducir los niveles de desempleo.
- Evitar el desplazamiento y gastos de los alumnos a otros centros de estudio.
- Carrera corta y de rápida salida laboral.

Petición

Por todo lo precedentemente expuesto se solicita el otorgamiento de 1(una) cohorte, a partir del año 2.017, sustentándose este pedido en el hecho que es menester contar con técnicos que puedan satisfacer la demanda real de mercado en la disciplina que nos ocupa

