



PROVINCIA DEL NEUQUÉN
CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN

RESOLUCIÓN Nº 1 9 7 9
EXPEDIENTE Nº 5721-007264/14

NEUQUÉN, 28 OCT 2015

VISTO:

La Ley de Educación Nacional Nº 26.206, la Ley de Educación Técnico Profesional Nº 26.058, el Decreto del Poder Ejecutivo Nacional Nº 144/08, las Resoluciones del Ministerio de Educación de la Nación Nº 1019/09, Nº 1120/10, Nº 2083/11, Nº 1588/12, Nº 2372/12 y Nº 2603/13 y las Resoluciones Nº 47/08, Nº 200/13 y Nº 209/13 del Consejo Federal de Educación; y



CONSIDERANDO:

Que el Decreto Nº 144/08, estableció las condiciones y requisitos para otorgar la validez nacional de los títulos y certificaciones de estudios;

Que por las Resoluciones del Ministerio de Educación de la Nación Nº 1019/09, Nº 1120/10, Nº 2083/11, Nº 2372/12 y Nº 2603/13 se otorga a las cohortes del 2010 al 2014, validez nacional a los títulos y certificados emitidos por instituciones educativas, de gestión estatal y de gestión privada;

Que la Resolución Nº 1588/12 del Ministerio de Educación de la Nación aprueba el procedimiento para la tramitación de las solicitudes de validez nacional de los títulos y certificaciones correspondientes a estudios presenciales de Educación Superior y modalidades del sistema educativo nacional;

Que la Resolución Nº 47/08 del Consejo Federal de Educación establece los Lineamientos Curriculares Nacionales para la Educación Superior Técnica;

Que la Resolución Nº 209/13 del Consejo Federal de Educación sustituye el párrafo 68 del Anexo I de la Resolución Nº 47/08, modificando los porcentajes de los campos de formación;

Que las mencionadas Resoluciones sugieren adecuar los diseños curriculares a la normativa vigente y crear un único Plan de Estudio Jurisdiccional;

Que es necesario crear el Plan de Estudio de la Tecnicatura Superior en Administración de Empresas;

Que de acuerdo a lo exigido por el Ministerio de Educación de la Nación, la presente carrera debe ser adecuada a la citada normativa nacional a fin de no perder la validez nacional de los títulos;

Que la adecuación fue realizada con el acompañamiento de la Dirección General de Nivel Superior;

Que se cuenta con el aval de la Dirección General de Nivel Superior;

Que corresponde dictar la norma legal pertinente;

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



PROVINCIA DEL NEUQUÉN
CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN

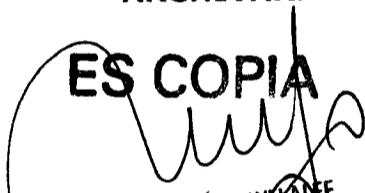
RESOLUCIÓN N° 1979
EXPEDIENTE N° 5721-007264/14

Por ello:

EL CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN DEL NEUQUÉN

RESUELVE

- 1°) **CREAR** a partir de la firma de la presente norma legal, en el Nomenclador Curricular Provincial, el **Plan de Estudio N° 631** correspondiente a la **"Tecnatura Superior en Administración de Empresas"**.
- 2°) **APROBAR** el Diseño Curricular que como Anexo Único forma parte de la presente norma legal.
- 3°) **ESTABLECER** que el título a otorgar correspondiente a la carrera creada en el Artículo 1°, con una duración de tres (3) años, es el de **"TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS"**.
- 4°) **ESTIPULAR** que por la Dirección General de Nivel Superior se cursen las notificaciones de práctica a la Dirección General de Títulos y Equivalencias y se de continuidad a los trámites de obtención de la validez nacional de los Títulos ante el Ministerio de Educación (Dirección de Validez Nacional de Títulos y Estudios).
- 5°) **INDICAR** que por la Dirección de Enseñanza Privada se cursarán las notificaciones pertinentes.
- 6°) **REGISTRAR**, dar conocimiento a las Vocalías; Dirección General de Despacho; Dirección General de Nivel Superior; Dirección General de Títulos y Equivalencias; Junta de Clasificación Rama Media; Dirección de Planeamiento Educativo; Departamento Centro de Documentación; Direcciones Generales de Distritos Regionales Educativos I a X y **GIRAR** el expediente a la Dirección de Enseñanza Privada a los fines indicados en el Artículo 5°. Cumplido, **ARCHIVAR**.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYZÁN
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



Téc. OSCAR JAVIER COMPAÑ
Subsecretario de Educación y Presidente
del Consejo Provincial de Educación

Prof. MARISA YASMIN MONTADA
VOCAL RAMA INICIAL Y PRIMARIA
Consejo Provincial de Educación

Prof. BERNARDO S. OLMOS FOITZICK
Vocal Rama Media Técnica y Superior
CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN



ANEXO ÚNICO
PLAN DE ESTUDIO N° 631

CARRERA: TECNICATURA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO A OTORGAR: TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NIVEL: Terciario

MODALIDAD: TÉCNICA

MODALIDAD DE DICTADO: PRESENCIAL

CICLO: SUPERIOR

DURACIÓN: Tres (3) años. Dos mil cuatrocientos ochenta y ocho (2.488) horas cátedra.

CONDICIONES DE INGRESO: Poseer estudios secundarios completos.

PERFIL PROFESIONAL:

El egresado de esta carrera certifica el desarrollo de aptitudes y conocimientos que le permitirán desarrollar tareas vinculadas a la conducción de procesos administrativos, tanto en la fase operativa como en la de planeamiento.

El Técnico Superior en Administración de Empresas desarrollará las siguientes competencias:

Área de Competencia 1:

Asistir a niveles gerenciales, colaborando activamente como miembro de un equipo, en la confección del plan general de la administración, de la organización, su implementación y control.

Área de competencia 2:

Participar en el desarrollo de la competitividad, de la organización a partir del análisis de las diferentes variables: costos, producción, finanzas y de la elaboración de propuestas de mejora de la rentabilidad y calidad.

Área de competencia 3:

Interpretar, operar y ejecutar acciones en procesos administrativos, contables e impositivos y sistemas de información provistos por la organización.

Área de competencia 4:

Colaborar en negociaciones con proveedores, clientes, personal y otros sectores involucrados en la gestión administrativa de la organización. Aplicar las herramientas de análisis y definición estratégica de negocios.

Área de competencia 5:

Contribuir al diseño, implementación y evaluación de estrategias de la empresa para lograr sus objetivos.

Nivel de aplicación profesional

- Asistente y/o auxiliar de profesiones universitarias afines, con competencia regimentada.
- Apoyo técnico a equipos interdisciplinarios o de consultoría.
- Analista profesional en el nivel de su competencia.
- Asesoramiento a particulares, empresas y organizaciones en el nivel de su competencia sin perjuicio de las opiniones que por mayor jerarquía profesional emitiesen otros profesionales igualmente involucrados.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYMALOFF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



- Aplicación como analista profesional en organizaciones sociales, comerciales e industriales en los temas de su ingerencia para los cuales se lo convoque, sin perjuicio de las lógicas convergencias interdisciplinarias a un mismo campo de interés.



Justificación del Perfil

La elección de la carrera, ha sido seleccionada en función de la recuperación sostenida que viene exhibiendo los principales indicadores económicos y como consecuencia de ello, se hace notoria la instalación de diversos emprendimientos en la ciudad de Neuquén y en su zona de influencia. Prueba palpable de ello, es la radicación en ésta ciudad de las oficinas administrativas de empresas Petroleras, así como de aquellas que brindan servicios a éstas. Por otra parte se puede apreciar el notorio cambio que existe en el centro comercial de Neuquén, tanto en remodelación como en la apertura de comercios de los más variados rubros y tamaños. Por otra parte la diferencia cambiaria existente entre nuestra moneda con respecto al dólar o el euro, han hecho sumamente atractivo a los mercados externos, los productos de origen agropecuario, como las frutas y sus productos derivados. Este hecho ha originado una expansión de la actividad ligada a la fruticultura y ha modificado fuertemente las expectativas de los productores, lo que ha ocasionado un fuerte impacto económico en las actividades ligadas a este sector. También es de resaltar el auge del turismo, fundamentalmente el proveniente del extranjero, cuyo poder adquisitivo ejerce una influencia muy positiva para el desarrollo de emprendimientos vinculados a este sector y en el cuál esta provincia exhibe un enorme potencial. Todos los sectores antes citados, requieren de personal calificado, con perfiles aptos para el desempeño de mandos medios, cuyas actitudes y aptitudes sean los adecuados para lograr los objetivos que cada empresa en particular persigue. Es aquí que se inserta el Técnico Superior en Administración de Empresas, cuyos conocimientos en los campos del saber específicos y con destrezas en las nuevas tecnologías de la informática y comunicación, encuentran su campo laboral que justifica el perfil adecuado.

Análisis de Necesidades:

El alumno de la carrera Técnico Superior en Administración de Empresas reúne las condiciones necesarias para desarrollar sus actividades dentro del campo de la administración, en cualquiera de sus áreas, tanto en organizaciones públicas como privadas.

Con el aporte de las distintas escuelas de pensamiento se llega hasta la actualidad, donde el campo profesional de la administración adquiere una importancia relevante en toda organización, sustentada a su vez por la informática, lo que hace que la administración sea hoy uno de los campos más dinámicos dentro de las organizaciones, requiriendo permanentemente de profesionales calificados y entrenados para enfrentar los desafíos en un mundo globalizado.

Teniendo en cuenta esto, esta carrera pretende:

- Formar a un técnico capaz de desempeñarse eficientemente en las distintas áreas de una empresa u organización.
- Capacitar en los distintos aspectos que presentan los procesos que son propios de una empresa (pequeña-mediana-grande) como compras, pagos, cobranza, ventas, etc.
- Lograr un acercamiento a la normativa legal y tributaria que rige el funcionamiento de las empresas.

ES COPIA

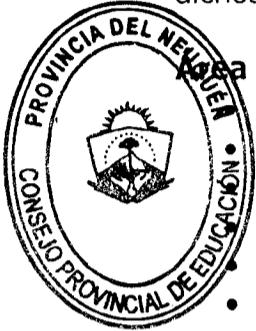
DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



PROVINCIA DEL NEUQUÉN
CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN

RESOLUCIÓN Nº 1979
EXPEDIENTE Nº 5721-007264/14

d) Entrenar en el uso de las herramientas informáticas que se pueden aplicar en cada caso y en lograr una actitud activa en la implementación de soluciones con dichos recursos en su área.



Área Ocupacional

- Administración Pública
- Bancos
- Empresas
- Cooperativas
- Hospitales
- Consorcios
- Comercios
- Obras Sociales
- Estudios Profesionales Pequeños
- Consultoras

Alcance del Título de Técnico Superior en Administración de Empresas

Los egresados estarán en condiciones de:

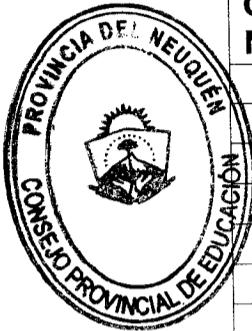
- Ocupar puestos de decisión en empresas de distinto tamaño y características.
- Llevar adelante, ordenar y administrar organizaciones privadas o públicas.
- Avanzar en la generación de nuevos negocios y emprendimientos.
- Trabajar como asesores o consultores independientes.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



PLAN DE ESTUDIO Nº 631
PRIMER AÑO



| Código de Materia | Asignatura | Hs. Cát. a imputar |
|------------------------------|---|--------------------|
| Régimen Cuatrimestral | | |
| Primer Cuatrimestre | | |
| 631 01 01 | Comprensión y Producción de Textos | 2 |
| 631 01 02 | Herramientas Matemáticas | 4 |
| 631 01 03 | Fundamentos de Economía | 2 |
| 631 01 04 | Psicología Social | 4 |
| | Total de horas cátedra | 12 |
| Segundo Cuatrimestre | | |
| 631 01 05 | Derecho | 4 |
| 631 01 06 | Contabilidad | 6 |
| 631 01 07 | Marketing | 4 |
| 631 01 08 | Administración | 6 |
| | Total de horas cátedra | 20 |
| | Total de horas cátedra a imputar de Primer Año | 32 |

SEGUNDO AÑO

| Código de Materia | Asignatura | Hs. Cát. a imputar |
|------------------------------|--|--------------------|
| Régimen Cuatrimestral | | |
| Primer Cuatrimestre | | |
| 631 02 01 | Informática | 2 |
| 631 02 02 | Inglés I | 2 |
| 631 02 03 | Elementos de Costos y Presupuestos | 8 |
| 631 02 04 | Economía Avanzada | 4 |
| | Total de horas cátedra | 16 |
| Segundo Cuatrimestre | | |
| 631 02 05 | Análisis Organizacional | 8 |
| 631 02 06 | Estadística | 4 |
| 631 02 07 | Inglés II | 2 |
| 631 02 08 | Informática Aplicada | 4 |
| 631 02 09 | Práctica Profesionalizante I | 9 |
| | Total de horas cátedra | 27 |
| | Total de horas cátedra a imputar de Segundo Año | 43 |

TERCER AÑO

| Código de Materia | Asignatura | Hs. Cát. a imputar |
|------------------------------|---------------------------------------|--------------------|
| Régimen Anual | | |
| 631 03 01 | Práctica Profesionalizante II | 9 |
| | Total de horas cátedra anuales | 9 |
| Régimen Cuatrimestral | | |
| Primer Cuatrimestre | | |

ES COPIA

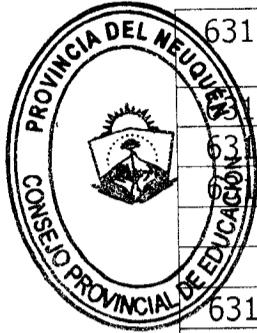
DANIEL EDUARDO PAYELALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



PROVINCIA DEL NEUQUÉN
CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN

1979

RESOLUCIÓN N°
EXPEDIENTE N° 5721-007264/14



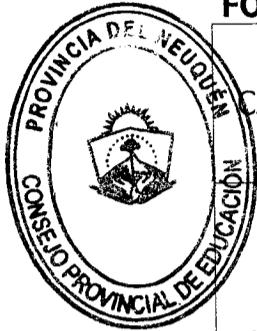
| | | |
|-----------|---|-------------|
| 631 03 02 | Herramientas para la Administración y Control de Procesos | 8 |
| 631 03 03 | Administración de la Producción | 8 |
| 631 03 04 | Investigación de Mercados | 8 |
| 631 03 05 | Finanzas | 8 |
| | Total de horas cátedra | 32 |
| | Segundo Cuatrimestre | |
| 631 03 06 | Ética y Deontología | 2 |
| 631 03 07 | Investigación Operativa | 4 |
| 631 03 08 | Comercio Exterior | 8 |
| 631 03 09 | Fuentes de la Producción Social y Económica | 6 |
| 631 03 10 | Administración Gerencial | 8 |
| | Total de horas cátedra | 28 |
| | Total de horas cátedra a imputar de Tercer Año | 69 |
| | Total de horas Cátedra de la Carrera | 2448 |
| | Total de horas cátedra a imputar de la Carrera | 144 |

ES COPIA

[Handwritten Signature]
DANIEL EDUARDO PAYDALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



PORCENTAJES DE LOS CAMPOS DE FORMACIÓN Y PRÁCTICAS FORMATIVAS



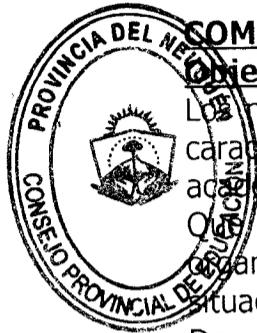
| CAMPO | MÓDULO | HS | HS | Práctica | | % POR |
|--------------------------------------|---|-----|------|-----------|--------|---------|
| | | CÁT | CAT | Formativa | | |
| | | SEM | TOT. | % | HS | CAMPO |
| | | | | | CAT | |
| General | Comprensión y Producción de Textos | 2 | 32 | 30% | 9,60 | 7,84% |
| | Fundamentos de Economía | 2 | 32 | 40% | 12,80 | |
| | Informática | 2 | 32 | 30% | 9,60 | |
| | Inglés I | 2 | 32 | 40% | 12,80 | |
| | Inglés II | 2 | 32 | 20% | 6,40 | |
| | Ética y Deontología | 2 | 32 | 30% | 9,60 | |
| | Total campo formación general | 12 | 192 | 32% | 60,80 | |
| Fundamento | Herramientas Matemáticas | 4 | 64 | 20% | 12,80 | 28,76 % |
| | Psicología Social | 4 | 64 | 40% | 25,60 | |
| | Derecho | 4 | 64 | 30% | 19,20 | |
| | Marketing | 4 | 64 | 40% | 25,60 | |
| | Administración | 6 | 96 | 20% | 19,20 | |
| | Economía Avanzada | 4 | 64 | 40% | 25,60 | |
| | Estadística | 4 | 64 | 40% | 25,60 | |
| | Informática Aplicada | 4 | 64 | 30% | 19,20 | |
| | Investigación Operativa | 4 | 64 | 30% | 19,20 | |
| | Fuentes de la Producción Social y Económica | 6 | 96 | 30% | 28,80 | |
| | Total campo formación fundamento | 44 | 704 | 31% | 220,80 | |
| Específica | Contabilidad | 6 | 96 | 40% | 38,40 | 45,75 % |
| | Elementos de Costos y Presupuestos | 8 | 128 | 30% | 38,40 | |
| | Análisis Organizacional | 8 | 128 | 40% | 51,20 | |
| | Herramientas para la Administración y Control de Procesos | 8 | 128 | 40% | 51,20 | |
| | Administración de la Producción | 8 | 128 | 40% | 51,20 | |
| | Investigación de Mercado | 8 | 128 | 40% | 51,20 | |
| | Finanzas | 8 | 128 | 40% | 51,20 | |
| | Comercio Exterior | 8 | 128 | 40% | 51,20 | |
| | Administración Gerencial | 8 | 128 | 40% | 51,20 | |
| | Total campo formación específica | 70 | 1120 | 39% | 435,20 | |
| Prácticas Profesionalizantes | Práctica Profesionalizante I | 9 | 144 | | | 17,65 % |
| | Práctica Profesionalizante II | 9 | 288 | | | |
| | Total campo prácticas profesionalizantes | 18 | 432 | | | |
| TOTAL DE HORAS CÁTEDRA DE LA CARRERA | | | 2448 | | | 100% |
| TOTAL DE HORAS RELOJ DE LA CARRERA | | | 1632 | | | |

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYLLALET
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



CONTENIDOS MÍNIMOS



COMPRENSIÓN Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS

Objetivos

Los mismos están orientados a lograr que los estudiantes reflexionen acerca de las características funcionales, estructurales, estilísticas de géneros discursivos académicos y periodísticos.

Que conozcan y apliquen a la comprensión de textos modelos estructurales de organización textual, de esta forma interactuar con textos inscriptos en diversidad de situaciones comunicativas y géneros discursivos.

De esta forma, sean capaces de realizar una comprensión meta cognitiva sobre sus producciones y sus estrategias de producción.

Que valoren la lectura, la escritura y la oralidad como prácticas sociales de construcción de significados.

Contenidos

Significación y proceso de la comunicación: esquema de Jakobson. Modelos sociales de comprensión y producción. Funciones del lenguaje, caracteres lingüísticos.

El texto: características. Paratexto: coherencia textual y coherencia pragmática.

Texto narrativo: superestructura. Verbos. Conectores. Géneros narrativos.

Texto expositivo explicativo: Características enunciativas. Tramas. Estrategias discursivas de la exposición. Lectura: como práctica social y proceso cognitivo. Lectura exploratoria intensiva y extensiva. Estrategias cognitivas del lector y de la escucha.

Representación de la información, informes, mapas, cuadros sinópticos, cuadros comparativos.

Estrategias del hablante y del escritor en la producción de mensajes. El problema retórico y los planes de escritura. El informe de lectura y el trabajo de campo.

La realidad la ideología y el discurso: el discurso argumentativo, el discurso científico académico. Proceso de comprensión y producción de discurso.

HERRAMIENTAS MATEMÁTICAS

Objetivos

Conceptualizar el campo integral de los números con sus diferentes operaciones, dando origen primero al sujeto matemático para integrarlo, luego al sujeto económico.

Adquirir el manejo de símbolos y lenguaje específico de la Matemática.

Reconocer e identificar cuáles son las herramientas que proporciona la Matemática como disciplina para analizar el campo del marketing.

Explicitar y comprobar los alcances de la disciplina de los números en el desarrollo de las distintas estrategias mercadotécnicas.

Conquistar un pensamiento reflexivo y crítico que posibilite analizar sus propios procesos cognoscentes, a los efectos de aplicar los contenidos aprendidos a distintas situaciones, que se planteen en el ámbito académico y futuro profesional.

Apreciar la forma específica del pensamiento matemático; desarrollar hábitos de trabajo metódico y ordenado, comprendiendo la importancia de los mismos dentro del proceso de formación y en la práctica laboral.

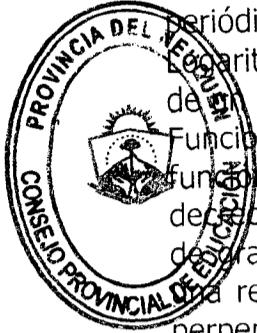
Valorar la Matemática como materia instrumental dentro de la carrera.

Contenidos

Números reales: conjuntos numéricos. La recta real. Números naturales. Números enteros. Números racionales. Números irracionales periódicos. Números irracionales a

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYE LALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



periódicos. Números reales. Operaciones con los reales. Potenciación. Radicación. Logaritmos. Ecuaciones. Ecuaciones lineales. Intervalos. Inecuaciones. Valor absoluto de un número real.

Funciones: conceptos y generalidades. Dominio de una función. Imagen de una función (codominio). Funciones en lenguaje coloquial. Funciones creciente y decreciente. Funciones par e impar. Funciones biyectivas. La función lineal. Polinomio de grado 1. La recta. Ecuación de una recta que pasa por dos puntos. Ecuación de la recta que pasa por un punto con pendiente dada. Rectas paralelas. Rectas perpendiculares. Sistemas de ecuaciones. Métodos de resolución. Método de sustitución. Método de igualación. Método de reducción. Método de los determinantes. Funciones racionales u homográficas. Funciones polinómicas. Polinomio general. Expresión del polinomio de grado 5. Expresión del polinomio de grado 4. Expresión del polinomio de grado 3. Definición y operaciones. Expresión del polinomio de grado 2. Monomio. Trinomio cuadrado perfecto. Cuadrinomio cubo perfecto. Número combinatorio. Factorial de un número. Binomio de Newton. Serie de Potencias. Funciones logísticas. Trascendentales. Composición de funciones. Función inversa. Función partida.

Límite: conceptos y generalidades. Puntos de acumulación. Definición. Propiedades de los límites. Indeterminaciones. Límites aplicando propiedades. Límites laterales. Límites infinitos. Límites trigonométricos. Límite aplicando diferencia de cuadrados. Límites con diferentes índices de raíz. Límites notables, número e . Asíntotas.

Continuidad: conceptualización. Condiciones de continuidad. Funciones discontinuas. Clasificaciones. Propiedades de las funciones continuas. Teorema de Bolzano. Las funciones discontinuas en economía.

FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA

Objetivos

La Economía forma parte y es utilizada por la cultura de toda sociedad. Por ello, disponer de un conjunto de herramientas económicas, tanto teóricas como prácticas, es conveniente simplemente como ciudadano. Tal instrumental es necesario para reconocer, no sólo las motivaciones económicas que subyacen a los hechos sociales que los circunda y que afectan su vida diaria, sino también para la toma de decisiones en los distintos ámbitos laborales en los cuáles les toque desarrollarse.

Por ello, uno de los objetivos fundamentales de la asignatura es introducir al estudiante en los fundamentos conceptuales de la ciencia económica, pero particularmente desde el punto de vista de la microeconomía utilizando el instrumental necesario para la formulación y resolución de sus problemas.

Por otra parte, a pesar de que esta materia es de carácter introductoria, ya que se proporcionan los conceptos básicos de la ciencia económica, se pretende desarrollar en el alumno la capacidad de realizar un análisis crítico de la realidad.

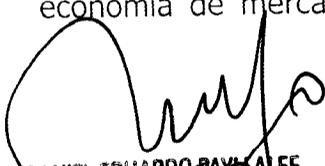
Contenidos

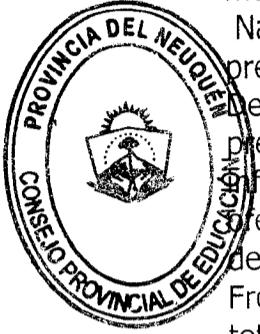
La ciencia positiva y normativa.

Instrumentos del análisis económico, concepto de modelo, y variables de un sistema. Definición de economía. Microeconomía y macroeconomía. Problemas y principios económicos básicos. Principios económicos: recursos, necesidades, escasez; bienes y servicios económicos, recursos y factores productivos; elección, costo de oportunidad; sectores de la economía. Los agentes económicos: las empresas, las familias y el sector público. Flujo circular del ingreso.

Concepto de sistema económico. Intercambio y trueque. Funcionamiento de la economía de mercado. Ventajas y limitaciones. Sistema de economía centralizada:

ES COPIA


DANIEL EDUARDO PAVLAEFF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



funcionamiento, problemas. Sistemas económicos comparados: economía de mercado, centralizada o mixta.

Naturaleza de la demanda. Determinantes de la cantidad demandada. Demanda y precio. Tabla y curva de demanda. Demanda individual y de mercado. Desplazamientos y movimientos a lo largo de la curva de demanda. Elasticidad precio, ingreso y cruzada. Bienes sustitutos y complementarios. Bienes normales e inferiores. Cantidad ofrecida y función de oferta. La tabla de oferta y la curva de oferta. Desplazamientos y movimientos a lo largo de la curva de oferta. Excesos de demanda y de oferta. Precios de equilibrio. Precios máximos y mínimos.

Frontera de posibilidades de producción. Empresa, producción y beneficios. Producto total, producto medio. Rendimientos crecientes y decrecientes. Economías a escala. Estructura y determinación de los costos. Las formas de mercado: competencia perfecta, competencia imperfecta, monopolio.

Macroeconomía. Política macroeconómica. Producto o ingreso nacional. Medición. Agregados de la contabilidad nacional. Macromagnitudes. Índices de precios. Inflación. Política fiscal.

Agregados monetarios y oferta de dinero. El Banco Central y la política monetaria. Instrumentos de política monetaria.

Comercio internacional. Obstáculos al libre comercio. Balanza de pagos.

PSICOLOGÍA SOCIAL

Objetivos

Lograr que el alumno adquiera los conocimientos básicos acerca de la Psicología, que pueda aplicarlos y comprender lo que sucede a los individuos como recurso humano dentro de las organizaciones.

Abordar a la Psicología como ciencia que estudia la conducta del individuo.

Entender la necesidad del individuo de relacionarse con los otros, a los que influye y por quienes es influido.

Estudiar la formación y el funcionamiento de los grupos.

Asumir una actitud crítica ante sus propios aprendizajes.

Desarrollar la habilidad de aplicar sus conocimientos en la explicación de la conducta de las personas, en un contexto social acerca de la manera en que sienten, piensan unas de otras y se influyen mutuamente, tanto la influencia del grupo sobre el individuo, como éste sobre el grupo.

Contenidos

Qué es la Psicología. Evolución histórica. Conducta y procesos mentales. Métodos de la Psicología.

La Psicología en las organizaciones. Psicología Social objeto de estudio. Influencia e interacción.

La conducta. Áreas de la conducta. Coincidencia y contradicción. Conducta y situación. Campo de la conducta. Ámbito de la conducta. Motivación de la conducta.

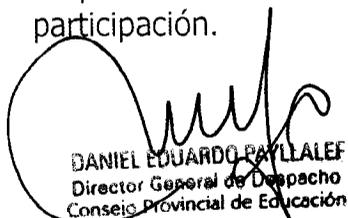
Tipos de motivación.

Conflicto y conducta. Frustración y conducta. Tipos de conflicto.

Los grupos. Por qué se forman. Para qué sirven. Cuándo se hace difícil trabajar en grupo. Fuerzas que influyen para trabajar en grupo. Los grupos en las organizaciones. Tipos de grupos. Los grupos y su funcionamiento. Proceso de interacción. Roles. Liderazgo. Conflictos grupales. Por qué surgen. Actitudes y obstáculos que los generan. Cómo se resuelven. Cómo se pueden prevenir.

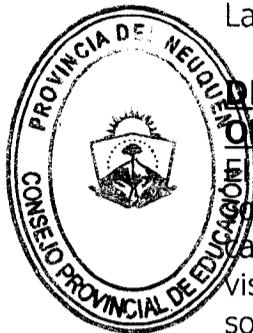
El poder. Relación entre poder, autoridad y liderazgo. Relación entre poder y participación.

ES COPIA


DANIEL EDUARDO BAYLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



La comunicación. Elementos. Obstáculos. Las redes de circulación de la información.



DERECHO

Objetivos

El estudio de la materia comprende el análisis de la estructura y clasificación de las sociedades civiles y comerciales, su constitución y administración. El alumno será capaz de interpretar el régimen legal de cada una de ellas, reconociéndolas. Podrá visualizar en el marco legal los procedimientos para constituir y regularizar una sociedad. Contenido del estatuto. Elementos constitutivos del contrato social. Trámite de inscripción.

Capacidad para constituir una sociedad: Affectio societatis. Estipulaciones nulas y régimen de nulidad. Prueba de las sociedades.

Contenidos

Nociones generales. Tipos, partes y constitución. Naturaleza jurídica. Artículo 1º Ley 19.550. Sociedad civil (Artículo 1648º Código Civil). Asociaciones. Cooperativas y mutuales. Fundaciones y unión transitoria de empresas.

Domicilio y sede social. Nombre. Objeto social. Capital y patrimonio.

Aportes y bienes. Plazo de duración. Prorroga y reconducción. Responsabilidad de los socios. Administración y representación. Principios generales. Socio aparente y socio oculto. Distinción y efectos. Socio del socio.

Transformación. Fusión. Escisión. Concepto, requisitos y trámite. Disolución. Liquidación. Requisitos. Cancelación de la inscripción.

Sociedad anónima. Constitución. Regularización. Funcionamiento. Capital Social. Aportes. Acciones. Órganos de la sociedad. Directorio. Asambleas: concepto y clases. Quórum. Sociedad de responsabilidad limitada. Caracteres.

Régimen de mayorías. Capital social. Aportes. Gerencia. Sociedades mixtas. Caracteres. Tipos. Sociedades de personas. Sociedad irregular y de hecho. Tipos societarios. Caracteres. Sociedad colectiva. Denominación. Administración y representación. Responsabilidad de los socios.

Sociedad en comandita simple. Concurso preventivo: concepto y procedimiento. Situaciones especiales. Quiebra: concepto. Tipos (directa e indirecta). Características. Administración.

Cesación de pagos, determinación en el concurso preventivo y en la quiebra, período de exclusividad. Trámite. Liquidación. Concepto.

CONTABILIDAD

Objetivos

Introducir al estudio de la disciplina contable.

Ubicar en el contexto empresario las nociones básicas de patrimonio y causas que motivan sus cambios.

Analizar la operatividad y rutina en el análisis de la información.

Analizar los distintos métodos de registración a utilizar a partir de sus fuentes.

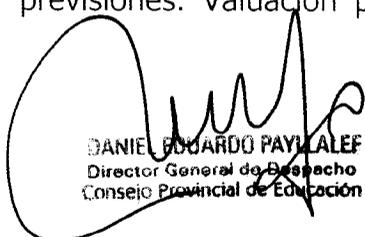
Comprender el proceso contable.

Contenidos

La Contabilidad en la administración de las empresas. La contabilidad y análisis conceptual relacionado con otras disciplinas.

El patrimonio: procesamiento contable. Técnicas del procesamiento contable. Fuentes de registración. Inventarios. Depreciaciones y amortizaciones. Provisiones y previsiones. Valuación patrimonial. Estados contables. Presentación de los estados

ES COPIA


DANIEL EDUARDO PAYA ALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



contables. Utilización de valores presentes o corrientes. Desarrollo integral de una empresa en marcha.

MARKETING

Objetivos

- Con el estudio de la materia el alumno podrá:
- Interpretar conceptualmente el significado de Marketing.
- Conocer su alcance y las decisiones que involucra, vinculadas con las distintas áreas de la organización.
- Aplicar estrategias básicas de comercialización.
- Desarrollar habilidades para implementar estrategias de crecimiento y competencia.
- Desarrollar una conciencia competitiva, que le permita a las personas/organizaciones ofrecer a sus clientes productos y servicios diferentes a los de sus competidores.
- Adquirir habilidades básicas de planificación.

Contenidos

El Marketing: La importancia del marketing. Conceptos fundamentales. Funciones del marketing. Evolución de la función de marketing. El mix de marketing o mezcla de marketing. Ámbitos de aplicación del marketing. Marketing comercial. Marketing social. Marketing social corporativo. Marketing político, personal y profesional.

El comportamiento del consumidor: las necesidades y su vínculo con el consumo. Las necesidades genéricas y derivadas. Las necesidades y la motivación. El comportamiento de compra individual. Factores. Fases del proceso de decisión de compra. Enfoques interdisciplinarios clásicos del comportamiento del consumidor.

El mercado: el mercado, la importancia de su análisis. El mercado. El microentorno o microambiente de la empresa. El macroentorno. Sistemas de información de marketing. La investigación comercial. El diseño de la investigación. Las técnicas de recolección de datos. El análisis de datos. Presentación de los resultados. Toma de decisiones. La segmentación de mercados y el posicionamiento. Las estrategias de segmentación. El desarrollo del posicionamiento.

Marketing estratégico y operativo: La dirección estratégica. La planificación estratégica. Los niveles de planificación estratégica. La planificación de marketing. Las estrategias de cartera. Las estrategias de segmentación de mercado. Las estrategias de posicionamiento. Estrategias funcionales o mezcla de marketing. El proceso de planificación de marketing en la práctica. El plan de marketing.

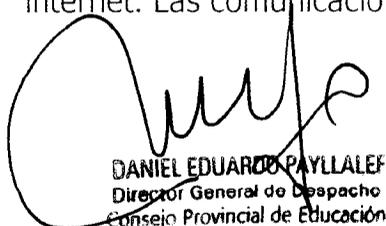
El producto: el concepto del producto. Clasificación de los productos. El servicio. El sistema de prestación de servicios: la servucción. La oferta de servicios. El desarrollo de nuevos productos. El proceso de creación y lanzamiento de nuevos productos. La marca. Posicionamiento de marca. Packaging, el envase. La etiqueta.

El precio: concepto de precio. Las funciones del precio. Responsabilidad del marketing. Elementos a considerar en las decisiones sobre precios. La planificación de precios. Principales objetivos de la política de precios. La fijación del precio. Métodos para la fijación del precio. Las estrategias de precios. Manipulación del precio.

La distribución: La distribución en marketing. Las funciones y flujos de los canales de distribución. Estrategia de cobertura de mercado. Estrategia de comunicaciones frente a los canales. Métodos de selección de canales. Las franquicias. Merchandising.

La comunicación: el proceso de comunicación en marketing. Identificación de audiencia meta. El diseño del mensaje. Seleccionar los canales de comunicación. La gestión y coordinación del proceso de comunicaciones de marketing. El marketing en internet. Las comunicaciones integradas de marketing.

ES COPIA


DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



ADMINISTRACIÓN

Objetivos

Abarcar un concepto amplio todos los aspectos relacionados con la administración general de todos los tipos de organizaciones. Los mismos son enfocados, con el objetivo de proporcionar un sentido gerencial, en la formación del alumno.

Anteriorizar al alumno en los conceptos y problemas de las ciencias de la administración de esta forma, conocerá el origen y evolución de las ideas de administración, podrá visualizar el rol del administrador profesional en una organización productiva o de servicios.

Así mismo conocerá el ámbito de la empresa y su interacción dinámica con el medio, en su operatividad orientada hacia la dirección aplicando la teoría administrativa.

Contenidos

Concepto de administración: las organizaciones. Tipos de organizaciones. La empresa. Visión gráfico - sistémica de la empresa. Componentes. Teoría de las organizaciones. Estrategia y objetivos. Teoría clásica. El hombre social. La organización formal.

Proceso de fijación de objetivos. Enfoque descriptivo y explicativo.

Análisis FODA, Cruz de Porter, análisis de mercado. La gestión de recursos humanos por competencias. Análisis y descripción de puestos. Atracción, selección e incorporación, capacitación y entrenamiento.

Inducción organizacional. Evaluación de desempeño. Cuidado del capital-intelectual. La función de desarrollo en el área de recursos humanos. Remuneraciones y beneficios. Plan de jóvenes profesionales. El fin de la relación laboral. Legislación laboral.

INFORMÁTICA

Objetivos

Lograr en los alumnos de administración de empresas una actitud crítica, ética y responsable frente a las nuevas tecnologías informáticas y competencias para manejar elementos de informática.

Lograr en los alumnos conocimientos para que cree, archive y manipule información y las adapte a sus necesidades académicas, haciendo un uso reflexivo e inteligente de medios, programas y métodos para lograr su objetivo.

Desarrollar competencias básicas de Microsoft Windows, Microsoft Word 2007, Microsoft Excel, Internet y Microsoft Power Point, que le permitan aplicarlas a diversas situaciones, con autonomía en la selección de las herramientas y técnicas así como estrategia de uso, adecuándolas a un entorno educativo - laboral

Contenidos

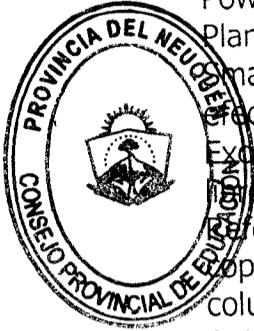
Sistema Operativo Windows Xp. Introducción al manejo de Pc - Iniciación a Windows. Conceptos teóricos. El escritorio. Ventanas: tipos de ventanas. Elementos de una ventana. Iconos. Organizando iconos. Unidades de almacenamiento. Explorador de Windows. Creación carpetas. Copiar. Mover. Eliminar. Creación archivos. Copiar. Mover. Eliminar. Búsqueda de archivos. Papelera de reciclaje.

Microsoft Word 2007. Introducción. Elementos de la pantalla. Crear, abrir, guardar, cerrar documentos. Edición de texto. Formato de texto. Formatos párrafo. Imágenes. SmartArt. Formas. Ortografía y gramática. Tablas. Configuración de página.

Internet Explorer. Introducción. Conceptos. Manejo de pestañas. Marcar página como favorita. Búsqueda de información. Almacenamiento. Editar una página en Word 2007. Correo Web.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAY LALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



Power Point 2007. Elementos de la pantalla. Crear, abrir, guardar presentaciones. Plantillas de diseño. Fondo. Imágenes. Tablas y gráficos estadísticos. Gráficos SmartArt. Esquema de transición. Animación. Intervalos. Pautas para presentaciones efectivas.

Excel 2007. Elementos de la pantalla. Elementos de la planilla. Crear, abrir, guardar libros. Formato de planilla. Formato número. Formato fecha. Fórmulas. Funciones. Referencia relativa. Referencia absoluta. Mover, copiar datos en una hoja. Mover, copiar datos entre hojas. Copiar formato. Pegado especial. Insertar, eliminar filas, columnas, celdas, hojas. Gráficos. Formato de gráficos. Configuración de página. Autofiltros personalizados.

INGLÉS I

Objetivos

Se pretende que el alumno se acerque a una segunda lengua, a partir del desarrollo de habilidades y estrategias, que posibiliten la interacción lingüística en situaciones básicas de comunicación. Es decir, desarrollar estrategias de lectura que se usan para el castellano aplicándolas al idioma inglés.

En cuanto al significado de las palabras, no se pretende que conozca todo el vocabulario, sino que deduzca su significado con ayuda del contexto.

Se ampliarán los conocimientos gramaticales y de redacción que ya dispone el alumno.

Al finalizar el estudio de la materia el alumno podrá leer y comprender textos en inglés relacionados con el marketing; responder a diferentes consignas: contestar preguntas, discriminar entre proposiciones verdaderas y falsas; resumir y extraer las ideas principales de un texto y habrá adquirido vocabulario relacionado al marketing y negocios.

Contenidos

Sistema morfológico. Categorías de palabras. Lexical and Function words (todas y sus características). Uso del diccionario. La frase nominal con o sin determinante. Pre-modificadores. Frases nominales complejas. Post modificación. Preposiciones. Traducción.

Skimming & Scanning. Inferencia de vocablos y frases verbales según el contexto. Lecto comprensión –inferencia, sinonimia, paráfrasis, etc.

Sistema sintáctico. Caso genitivo. Verbo TO BE en presente, formas afirmativas, negativas. Presente simple. Formas afirmativa, negativa e interrogativa. Auxiliares DO/DOES. Adverbios de tiempo y frecuencia. Preposiciones de tiempo. Presente continuo. Formas afirmativa y negativa. Adverbios de tiempo. Oraciones principales y subordinadas. Identificación. Conectores de enumeración, ejemplificación, conclusión, resultado, adición, contraste. Terminación verbal ING. Como gerundio, como sustantivo, como adjetivo. Reglas generales (como sujeto después de proposición, como objeto, etc). Verbo TO BE: pasado. Pasado simple. Formas negativas, interrogativas y afirmativas. Auxiliar DID. Adverbios de tiempo en pasado. Pasado simple vs. pasado continuo. When, While y As. Futuro simple con WILL. Primer condicional. Voz pasiva en presente, pasado y futuro simple. SE pasivo.

ELEMENTOS DE COSTOS Y PRESUPUESTOS

Objetivos

Que el alumno conozca e interprete los distintos modelos de costos.

Que el alumno comprenda la importancia de los costos como una herramienta clave en la toma de decisiones.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO CAYLLEF
Director General de Despecho
Consejo Provincial de Educación

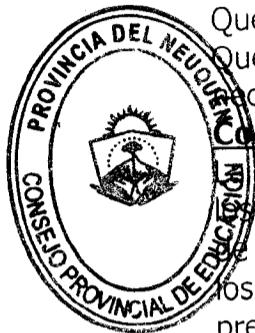


Que aprenda las diferencias entre la contabilidad de costos y costos para la toma de decisiones o "costos para la gestión".

Que conozca los distintos sistemas de costeo posibles.

Que pueda elaborar presupuestos.

Que al finalizar el curso, los alumnos cuenten con los conceptos y herramientas necesarias para el desarrollo de las tareas e incumbencias propias de su carrera.



Contenidos

Función producción. Fronteras de producción. Los recursos escasos, generación de costos. Los desembolsos de fondos: costos y gastos. Definiciones. Visión general de la utilidad de los costos en las organizaciones. Unidades de costeo. Clasificación de los costos. Los sistemas contables de costos: históricos y predeterminados. Costos presupuestados y costos standard. Costos por régimen de producción: por proceso y por orden de producción. Costeo por absorción y variable.

Los costos en una organización: costos directos e indirectos. Costos variables y fijos. Costos de oportunidad. Costo total y costo unitario. Costos marginales.

Costo de producción: materiales directos, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación. Tratamiento de los elementos del costo.

Otros costos: financieros, comerciales, experimentación, investigación y desarrollo, etc.

Interpretación de curvas y gráficos. Revisión de los conceptos de elasticidad. Costos de mantenimiento y ruptura de stocks. Tratamiento de la materia prima. Valorización LIFO, NIFO, etc. Comparación de métodos. Costos de posesión y adquisición. Determinación del lote óptimo de compra.

Costeo marginal. Margen de contribución. Conceptualización matemática. Punto de equilibrio. Factor de equilibrio. Cálculo. Determinación del nivel mínimo de actividad. Determinación de costos de mano de obra, determinación de costos de insumos y estacionalidad.

Los procedimientos de gestión y toma de decisiones a través del costeo marginal, para: a) La selección del o los productos que conviene producir, b) La eliminación de líneas de productos, c) La contribución de los costos a la definición de los precios de venta.

Los costos en: la presupuestación. Metodología de presupuestación. Análisis del presupuesto. Los costos en el tiempo. Costos financieros. Las tecnologías informáticas de última generación. Los ERP (enterprise resource planning).

Costeo basado en actividades. Conceptos básicos.

ECONOMÍA AVANZADA

Objetivos

Familiarizar a los alumnos con la visión de la ciencia económica, sobre los conceptos básicos de la economía que no pierden vigencia a través del tiempo, ej. el funcionamiento de los mercados y de la economía en su conjunto. Se analizarán las consecuencias de intervenciones, particularmente del gobierno, sobre el equilibrio y sobre el bienestar de la sociedad. Una vez establecida las bases conceptuales, desde la macroeconomía, en el comportamiento global de la economía, buscando que el alumno pueda tener una visión y comprensión de los hechos económicos que acontecen a diario.

Transmitir la base de la teoría económica en forma sencilla y clara para que el alumno comprenda el funcionamiento de la economía, pudiendo establecer las diferencias entre los aspectos micro y macroeconómicos.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



Capacitar al futuro administrador de empresas para el trabajo interdisciplinario. Se insistirá en los aspectos conceptuales y gráficos, sin profundizar en desarrollos matemáticos.

Contenidos

El bienestar, excedente del consumidor y del productor. Cambios en el bienestar: impuestos y subsidios. Distintas formas de mercado: competencia perfecta e imperfecta (monopolio, oligopolio, competencia monopolística, etc.). Intervención del estado: Eficiencia, equidad, crecimiento y estabilización. Macroeconomía: concepto y aplicación. El rol del Estado. Cuestiones macroeconómicas fundamentales. Política fiscal, monetaria, de rentas y comercial: profundización. Instrumentos de las políticas. Objetivos de las políticas. Aplicaciones. Política monetaria y fiscal: comparación de los modelos clásico y keynesiano. Consumo, ahorro e inversión: conceptos y determinación. Economía cerrada sin sector público. Componentes de la demanda agregada: gasto de consumo y de inversión. Producción de equilibrio. Ajuste para llegar al equilibrio. Producción y empleo de equilibrio. Ahorro e inversión. Multiplicador. Economía cerrada con sector público. El Estado en el flujo circular: gasto público, impuestos y transferencias. Efectos del gasto público y de los impuestos en la producción. Ahorro, inversión y déficit presupuestario. Economía abierta. Sector externo y demanda agregada. Exportaciones netas y producción de equilibrio. Dinero: funciones. Los bancos comerciales y la cantidad de dinero. Base monetaria, multiplicador y oferta de dinero. Instrumentos de control de la oferta monetaria: emisión, reservas, tasa de descuento y operaciones de mercado abierto. Demanda de dinero. Factores que la afectan: tasa de interés e ingreso real. Efectos de la política monetaria sobre el nivel de producción. Análisis del desarrollo y comportamiento de los agregados macroeconómicos de los últimos años para la República Argentina. Análisis de las economías regionales su contribución al P.B.I.

ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

Objetivos

La materia tiene como objetivos que el alumno:

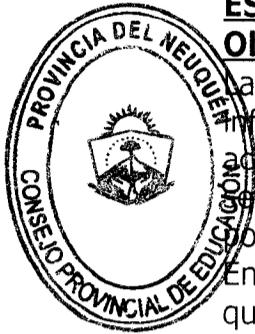
- Comprenda y analice las organizaciones como sistemas complejos, que interactúan con el medio ambiente, considerando la multiplicidad de variables que inciden en su comportamiento y resultados.
- Incorpore un amplio bagaje teórico aplicable al análisis organizacional, contando con técnicas y herramientas para un abordaje profesional de los fenómenos organizacionales, en un marco ético y orientado a asesorar y resolver situaciones que impactan en las personas, las relaciones, los procesos, los resultados de la propia organización, entendiendo la dinámica organizacional en todas sus dimensiones.
- Manifieste su solvencia en la realización de trabajos prácticos, que integren su formación conceptual y demuestren su capacidad para enfocar los problemas organizacionales de modo riguroso y criterioso.
- Tenga la capacidad de emitir opinión fundada del estado de una organización, identificando los distintos componentes y criterios diagnósticos.

Contenidos

Introducción al análisis organizacional. Naturaleza organizacional y modelo de abordaje. Estructuras organizativas. Sustento de las organizaciones. La organización y el medio. Comunicación y organización, liderazgo. Cambio organizacional.

ES COPIA


DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



ESTADÍSTICA

Objetivos

La palabra estadística generalmente se relaciona con el análisis de datos e información, pero en algunos casos se refiere a la información en sí misma. En la actualidad es muy común que la información acerca de diversas actividades humanas encuentre acompañada por tablas y gráficos estadísticos. Estos recursos tienen por objetivo brindar en forma rápida, resumida y objetiva tal información.

En lo cotidiano, como puede ser a través de la lectura de cualquier diario, se observa que la estadística es un recurso fundamental, tanto en las secciones de economía como de deportes, política, información general, etc. De aquí se desprende la necesidad de aprender a leer e interpretar este modo de comunicación, así como a confeccionar tablas y gráficos para que traduzcan con claridad la información que se debe transmitir.

Los contenidos teóricos y prácticos de esta materia dotarán al alumno de las herramientas necesarias para la recolección, organización, procesamiento e interpretación estadística de la información. Así podrá comprender, estimar y utilizar resultados probabilísticos y estadísticos para el desarrollo de argumentos y toma de decisiones propias de su carrera.

De este modo, los objetivos específicos de la materia se pueden sintetizar en:

- Brindar al alumno un marco básico de teoría general de estadística, así como el instrumental práctico para la aplicación de la metodología correspondiente.
- Presentar las herramientas computacionales para la aplicación de los métodos estudiados en clase.
- Motivar el uso de la estadística en las futuras prácticas profesionales cubriendo sus principales aspectos: desarrollo y discusión de ideas básicas, recolección de datos, elección de técnicas estadísticas adecuadas, evaluación crítica del trabajo de otros autores, presentación oral y escrita de los resultados obtenidos.

Contenidos

Introducción a la estadística-nociones básicas: concepto de: población, muestra, datos y variables. Tipos de variables: cuantitativas, discretas o continuas. Atributos. Tablas de frecuencia: absolutas, relativas y acumuladas. Serie simple de datos. Distribución de frecuencias para datos sin agrupar. Distribución de frecuencias de datos, agrupados en intervalos de clases. Representación gráfica. Gráfico de bastones, de escalones, histograma de frecuencia, ojiva.

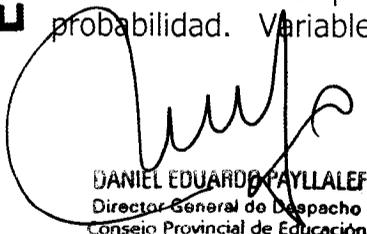
Medidas de posición: Concepto de parámetros. Concepto de estadísticos. Medidas de tendencia central. Promedio aritmético. Mediana. Moda. Cálculo e interpretación en serie simple de datos, en distribución de frecuencias de datos sin agrupar y en distribución de frecuencias de datos agrupados. Relación entre las medidas de tendencia central: promedio, mediana, moda en distribuciones normales. Propiedades del promedio aritmético; aplicación práctica.

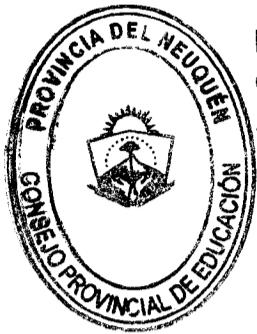
Medidas de dispersión: Estadísticos de dispersión. Concepto. Variancia, rango, desviación estándar, desvío medio. Dispersión relativa. Coeficiente de variación. Cálculo e interpretación para serie simple de datos, para distribución de frecuencias de datos sin agrupar y agrupados.

Teoría de la probabilidad: concepto de probabilidad. Origen de la teoría. Definición clásica. Definición frecuencial. Experimentos aleatorios y probabilísticas. Espacio muestral. Propiedades de la probabilidad. Probabilidad total. Teorema de Bayes. Dependencia e independencia de sucesos.

Distribuciones de probabilidad normal: variables aleatorias y distribuciones de probabilidad. Variables aleatorias discretas: esperanza matemática y varianza.

ES COPIA


DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



Funciones de distribución de probabilidad. Distribución normal y distribución normal estandarizada.

Análisis de regresión y correlación: análisis descriptivo y representación de datos de dos variables. Tipos de modelos de regresión. Modelo de regresión lineal. Variables dependientes e independientes. Correlación. Coeficientes de determinación y de correlación, cálculo e interpretación. Predicción de la recta de regresión. Importancia. Series de tiempo: componentes de una serie de tiempo, modelo aditivo y multiplicativo. Métodos para determinar tendencia. Cálculo de estacionalidad y demás componentes. Representación gráfica de cada componente. Importancia y uso de esta herramienta.

INGLÉS II

Objetivos

Ayudar a los estudiantes a acercarse al idioma inglés por medio de:

La exposición directa al idioma a través de la lectura y escritura.

La enseñanza de nociones gramaticales básicas.

La adquisición de conceptos generales y de vocabulario técnico específico, relacionado con los temas tratados en cada unidad en clase.

El intercambio crítico de los textos y las opiniones personales que puedan surgir del material del curso.

Contenidos

Verbos modales. Características y usos: obligación, prohibición, sugerencia, necesidad, especulación etc. Oraciones relativas. WH-Words. 2do. Condicional. Presente perfecto simple. FOR and SINCE. Usos, traducción y diferencias con el pasado simple. Presente perfecto continuo. Voz pasiva en presente perfecto simple & continuo. Usos y aplicaciones. Traducción. Uso del SE. Pasado perfecto simple y continuo. Voz pasiva y activa. Futuro BE GOING TO (forma afirmativa, negativa, interrogativa). Usos. Vs. futuro simple WILL. Adverbios de tiempo en futuro.

Contraste entre futuro simple y futuro "be going to". Traducción. Voz pasiva en futuro. Traducción. Uso del SE. 3er. Condicional. Usos y comparación con el 2do. condicional.

Estrategias de traducción: Préstamo, calco, traducción literal, transposición, modulación. Como mejorar versiones. Ideas principales, resumen. SCANNING & SKIMMING. Ejercicios de inferencia de vocablos y frases verbales según el contexto. Ejercicios de lecto comprensión, inferencia, sinonimia, paráfrasis etc.

INFORMÁTICA APLICADA

Objetivos

Que los estudiantes de administración de empresas utilicen la herramienta ofimática Excel de modo tal, que optimicen y agilicen su trabajo, gestionen de manera profesional sus bases de datos, realicen informes avanzados.

Que los alumnos gestionen grandes volúmenes de datos.

Que los alumnos analicen y apliquen cálculos con grandes volúmenes de datos.

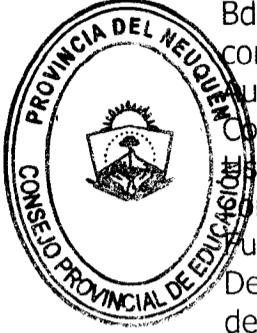
Contenidos

Excel: Excel 2007 como una gran base de datos. Base de datos. Concepto. Crear una base de dato. Concepto de campo, registro. Insertar campo, registro. Eliminar campo, registro. Ordenar una base de datos.

Funciones lógicas. Función Si. Si anidado. Si Y. Si O. Si Y O.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYLLEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



Funciones de búsqueda. Buscar. Funciones de base de datos. BdSuma. Bdpromedio. Bdcontar. Bdextraer. Bdmax. Badmin. Rango de criterios. Rango de criterios con condiciones Y, O.

Autofiltro. Usar autofiltro. Quitar criterio de autofiltro. Autofiltro personalizado. Condición Y. Condición O. Condiciones Y O. Filtro avanzado. Crear rango de criterios. Usar rango de criterios. Filtrar en la misma hoja. Filtrar en otra hoja. Operadores de comparación. Condición Y. Condición O. Condición Y O.

Funciones estadísticas aplicadas: tablas de frecuencia. Histogramas. Media. Mediana. Desviación estándar. Moda. Contar.si. Sumar.si. Promedio. Varianza. Cuartil. Análisis de datos.

Elaboración de un plan de formación. Detección de necesidades de formación. Elaboración de herramientas de gestión de desempeño. Reclutamiento y selección de candidatos. Informes de actividad (Aplicación con Word, Excel).

Acces: Introducción. Concepto de base de datos. Qué es el Access 2007. Usos. Iniciar Microsoft Access 2007. Pantalla inicial. Elementos de la pantalla. Crear una base de datos. Elementos de la base de datos. Concepto de tablas, consultas, formularios, informes. Aplicaciones.

Elementos de una tabla: campo, registro. Crear tabla. Tipos de datos que ofrece Access 2007. Número. Texto. Fecha/hora. Auto numérico. Memo. Si/No. Clave principal. Función de la clave principal. Restricciones. Guardar tabla. Vista de diseño. Modificación de tabla. Relaciones entre tablas. Qué es una relación. Tipos de relaciones. Exigir integridad referencia. Cargar, modificar, agregar y eliminar datos.

Buscar. Reemplazar y filtrar datos. Consultas. Concepto de criterio. Ejecutar consulta de una sola tabla.

Informes. Creación de informes. Asistente para informes. Informes de tablas, informes de consultas. Informes con agrupamiento. Informes con totales. Autoinformes. Consultas avanzadas. Criterios en las consultas. Consultas con dos tablas. Criterios de ordenamiento. Operadores Y. Operador O. Operador Entre. Uso de comodines. Criterios con parámetros. Formularios. Crear formularios. Agregar datos utilizando formularios. Auto formularios. Imprimir formularios. Formato de informes. Inserción de etiquetas. Fuente, tamaño, color. Fondo. Bordes.

Formato de formularios. Inserción de etiquetas. Creación de botones. Fuente, tamaño, color. Fondo. Bordes. Aplicación de Access a situaciones reales. Elaboración de base de datos que permita el ingreso, búsqueda e impresión de información relacionada con la selección del personal.

Elaboración de un plan de capacitación utilizando base de datos. Nómina de empleados.

PRACTICA PROFESIONALIZANTE I

La práctica se desarrollará en etapas:

Etapa A

- Situación de búsqueda y observación, que consiste en poner al alumno en contacto con las diferentes organizaciones, para:

-Establecer los acuerdos básicos sobre la realización de las prácticas profesionalizantes.

-Analizar el contexto de la organización, fundamentalmente el microentorno, los clientes y la competencia.

Etapa B

-Situación de observación participante para que pueda realizar gradual y progresivamente: funciones técnicas en los distintos departamentos o sectores de la

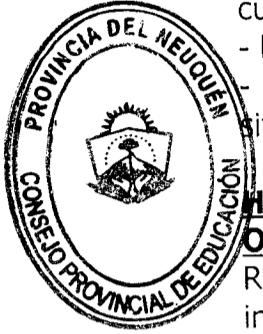
ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



empresa estrechamente vinculados con el desarrollo de su perfil profesional, las cuales pueden apuntar a diferentes objetivos:

- Diagnosticar situaciones que puedan requerir su intervención.
- Proponer alternativas de mejora o soluciones innovadoras y aplicables en diferentes situaciones que la organización requiera.



HERRAMIENTAS PARA LA ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE PROCESOS

Objetivo

Reconocer las características de la tarea de administración de las tecnologías de la información, para el planeamiento de diferentes procesos de la organización.

Integrar conocimiento de Hardware y Software para la optimización y automatización de los procesos que lo demandan.

Los alumnos desarrollarán habilidades en la conceptualización y administración de proyectos, e inducirán a los mismos al uso de herramientas informáticas de gestión y administración de proyectos.

Contenidos

Introducción a la administración de proyectos. Conceptualización de proyectos. Atributos de un proyecto. Ciclo de vida de un proyecto. Proceso de la administración del proyecto. Beneficios de la administración de proyectos. Planeación del proyecto. Realización, control y terminación del proyecto. Factores claves del éxito: "El gerente de proyectos" y "El equipo de proyectos". Conceptos de diagramas de redes. Camino crítico, conceptualización. Diferencias con PERT, PERT costos. Ejercitación manual. Introducción al software de administración de proyectos. Utilidades. Vistas: calendario, diagrama de Gantt, recursos, Pert. Asistente diagrama de GANTT. Escala temporal. Hitos. Tareas resumen, repetitivas. Relaciones entre tareas. Tiempos de posposición y adelanto. Definición de recursos. Conceptualización. Aplicación: hoja de recursos. Gráfico de recursos, costos, tipo y acumulación. Horario laboral. Tipo de programación. Conflictos de recursos. Resolución de conflictos. Redistribución. Calendario de recursos. Tablas de costos. Tipos de costos. Seguimiento de proyectos. Líneas de base. Vigente y actual. Estadísticas del proyecto. Control de costos. Reducción de costos. Comparación de resultados. Manejo del camino crítico. Modificar relaciones, programar tiempo extra, añadir recursos, eliminar predecesores, sustitución de recursos. Restricciones de tareas. Consolidación de proyectos. Vinculación de proyectos. Confección de informes del proyecto. Por tareas. Por recursos. Filtros. Estadísticas. Personalizados.

ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Objetivos

Que el alumno conozca e interprete la gestión de producción de una organización.

Que el alumno comprenda la importancia de esta gestión y de sus variables.

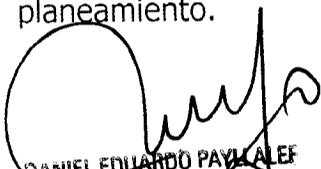
Que al finalizar el curso, los alumnos cuenten con los conceptos y herramientas necesarias para el desarrollo de las tareas e incumbencias propias de su carrera.

Contenido

La decisión: conceptos. Matriz de decisión. Tipos de decisiones (estratégicas, tácticas y operativas). Modelos de decisión. Funciones del área de administración de la producción.

Planeamiento: pronósticos. Principio y horizonte del planeamiento. Presupuestos. Planeamiento operativo. Programación (Gantt-Pert). Camino crítico. Clases de planeamiento.

ES COPIA


DANIEL EDUARDO PAVLA ALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación

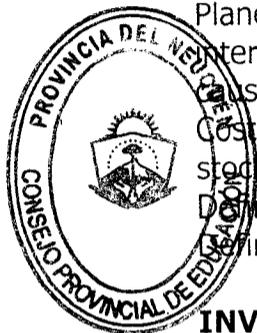


La información y el control. Control operativo y control de gestión. Procesos: procesos bajo y fuera de control. Tiempos predeterminados y estándar.

La función producción: desarrollo de productos. Ciclo de vida del producto. La tecnología. Ciencia y tecnología. La tecnología y el ser humano. Diseño de producto y proceso. Tipos de producción. Matriz producto. Proceso. Gráfico de flujo de proceso. Robot. Selección de equipamiento. Localización de actividades productivas. Planeamiento y control de la producción. Producción continua, por proyectos, intermitente. Control de calidad. Logística de producción. Mejora continua. Gráfico causa efecto. Diagrama de pareto. Diagramas de dispersión y de control.

Costeo. Definiciones. Costeo ABC. Estándar. Otros métodos de costeo. Política de stock. Lote óptimo de compra. Costos de mantenimiento y reposición de stock. Definición de inventarios. El ABC en clientes, proveedores.

Definiciones. Kanban. Proveedores. Kanban vs. MRP. Estandarización de operaciones.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Objetivos

El alumno va a disponer de un conjunto de conocimientos y hechos que, mediante el estudio y comprensión, promoverán el aprendizaje de los contenidos básicos de la investigación de mercados, tales como:

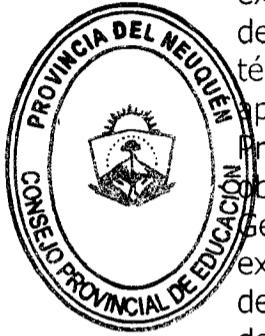
- Reconocer el significado de la investigación de mercados, establecer y analizar los pasos que componen dicho proceso.
- Identificar y evaluar fuentes de datos que son útiles en la investigación de mercados.
- Analizar las escalas básicas de medición y diferenciar entre escalas nominal, ordinal, de intervalo y de razón.
- Identificar, comprender y detallar los distintos tipos de diseños de la investigación de mercados.
- Explicar la finalidad de un cuestionario y los pasos que implica su construcción.
- Distinguir entre una muestra y un censo y las condiciones que favorecen el uso de la muestra sobre el censo.
- Clasificar y explicar las técnicas de muestreo como probabilísticas y no probabilísticas.
- Comprender el uso del diseño de muestreo y su importancia en el proceso de investigación de mercados.
- Describir una propuesta de investigación de mercados.
- Comprender los aspectos éticos de la investigación de mercados y las responsabilidades que tienen los investigadores.
- Valorar el proceder ético en su campo laboral mediante un uso e interpretación adecuada de los datos con técnicas estadísticas.

Contenidos

Introducción en la investigación de mercados: Información y tecnología de la investigación de mercados: ¿Qué es la investigación de mercados (IM)? Las tareas específicas de una investigación de mercado. Alcances y limitaciones de la investigación de mercados (IM). ¿Qué temas investigan las organizaciones? ¿En que casos debemos investigar? Análisis situacional del marketing. Diseño de la estrategia de marketing. Fuentes de datos. Proceso de la investigación de información. Transformación de datos puros en información. Fases y tareas del proceso de investigación: valor de la información. Tipos de información que utilizan quienes toman las decisiones. Importancia de determinar el problema de investigación. Consideraciones al evaluar un proyecto de investigación de mercados. La ética en la

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAILLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



investigación de mercados. Fuentes de datos secundarias. Diseños de investigación de mercados: ¿Qué es una base de datos? Elaboración de una base de datos. Sistema de apoyo a las decisiones de marketing. Diseño de la investigación. Clasificación de los diseño de investigación. Investigación cualitativa. Entrevistas de experiencia. Entrevistas de protocolo. Técnicas proyectivas de entrevistas. Entrevistas de profundidad. Grupos focales. Investigación cuantitativa. Diseño descriptivo: técnica de encuestas: ventajas y desventajas. Tipos de encuestas según el modo de aplicación. Selección de los tipos de encuestas. Errores en los métodos de encuestas. Procedimientos de observación: tipos de observación. Tipos de mecanismos de observación. Comparación entre las técnicas de observación y las encuestas. Generalidades de la investigación causal: experimentos. Clasificación de los diseños experimentales. Recolección de datos precisos: Generalidades del muestreo. Proceso del diseño de muestreo: Etapas para el desarrollo de un plan muestral. Clasificación de las técnicas de muestreo: probabilísticas y no probabilísticas. Generalidades del proceso de medición. Escalas de medición básicas. Escalas de actitud usadas en la investigación de mercados: comparativas y no comparativas. Diseño del instrumento de medición: el cuestionario. Preparación de datos, análisis e informe de resultados: trabajo de campo. Recolección de datos. El proceso de preparación de datos. Análisis de datos: técnicas estadísticas. Preparación y presentación del informe final. Formato del informe final. Lineamientos para tablas y gráficos. Presentación oral del informe.

FINANZAS

Objetivos

Estudiar las relaciones numéricas y matemáticas que dan origen a los problemas en que intervienen el factor interés y el factor crédito.

Brindar al alumno las herramientas necesarias para:

- Utilizar la lógica común para resolver problemas financieros.
- Ejercitar mentalmente para encontrar una aplicabilidad real a los modelos matemáticos que se le presentan.

Contenidos:

Interés simple: porcentaje, bonificación. Interés simple, tasas proporcionales. Monto y capital inicial. Tasa media. Capitales financieros y sus vencimientos. Regla de los capitales financieros. Ecuación de valor. Diagrama de valor.

Descuento simple. Descuento comercial. Descuento sobre factura y sobre documento de crédito. Descuento matemático. Problemas de descuento comercial y matemático. Vencimiento común y medio descontados comercialmente.

Interés compuesto. Formulas del capital primitivo, numero de períodos y de la tasa. Fórmulas del interés compuesto. Valor actual en el interés compuesto. Resolución de problemas empleando diagrama temporal y ecuación de valor.

Descuento a interés compuesto: tasa de descuento. Fórmula del valor actual en función de la tasa de descuento. Fórmula fundamental de equivalencia. Conveniencia de utilizar la tasa de interés y no la de descuento. Vencimiento común. Determinación del valor nominal del documento único.

Imposiciones y amortizaciones a interés compuesto: fórmula fundamental de las imposiciones y amortizaciones vencidas y adelantadas. Fórmulas relativas a la cuota. Fórmulas relativas a la determinación del tiempo. Relación que liga las amortizaciones a las imposiciones.

Rentas ciertas y fórmulas especiales dadas a la amortización: definiciones, rentas temporarias, perpetuas y vitalicias. Seguro de vida. Capital diferido. Determinación de

ES COPIA



una renta vitalicia inmediata. Amortización real y fondo amortizante. Construcción del cuadro de amortización en función de la tasa de amortización y de la tasa de interés. Total amortizado después de un pago determinado. Estado de la deuda en un período determinado.

Finanzas públicas. Recursos públicos. Tributos. Clasificación. Sistema tributario argentino. Procedimiento tributario. Régimen tributario municipal. Régimen tributario provincial. Régimen tributario nacional. Monotributo. Impuesto al valor agregado. Impuesto a la ganancia. Impuesto sobre los bienes personales no afectados al proceso económico.

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE II

Objetivos

- Conocer e interpretar una organización.
- Diagnosticar situaciones que puedan requerir su intervención.
- Proponer alternativas de mejora o soluciones innovadoras y aplicables en diferentes situaciones que la organización requiera.
- Reconocer la importancia del plan de negocios y su aplicación concreta en el mundo de los negocios.
- Poder desarrollar un plan de negocios.
- Establecer políticas y estrategias dentro del análisis organizacional.
- Tomar decisiones acordes a los escenarios cambiantes.

Contenidos

Práctica profesionalizante I. Análisis organizacional. Investigación de mercados. Diseño de la investigación. Clasificación de los diseños de investigación. Investigación cualitativa. Políticas/estrategias de mercado. Cultura organizacional.

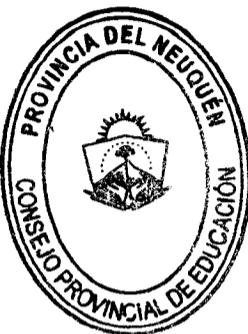
ÉTICA Y DEONTOLOGÍA

Objetivos

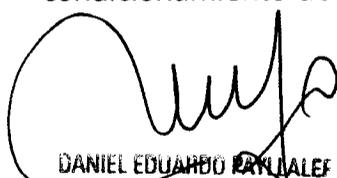
Incorporar los conceptos de la ética y su relación con otras ciencias.
Distinguir las relaciones y las diferencias entre la ética y la moral.
Construir un concepto de ético relacionado a la profesión que desarrolla.
Analizar con sentido crítico el problema del hombre, mediante la utilización de criterios para su estudio.
Valorar la importancia de la ética y la moral dentro de la vida humana, para lograr distinguir la crisis de la época actual y determinar el rol de cada uno en la sociedad, acorde a los valores con que se desenvuelve.

Contenidos

Elementos conceptuales básicos: la ética como nivel de fundamentación de la moral. Diferencia entre Ética y Moral.
El Ethos. La moralidad. El concepto de Ética aplicada.
Las clasificaciones éticas: panorama general de distintas corrientes de pensamiento ético. Éticas de contenido o materiales y éticas de procedimientos o formales. Éticas teleológicas. Éticas deontológicas.
El nacimiento de la ética en Grecia (nociones básicas): Sócrates: el bien: el conocimiento como condición de la sabiduría y la virtud. Platón: Los dos mundos. El hombre y el Estado ideal. Aristóteles: Las virtudes éticas en la "polis". Escuelas Helenísticas: ética y virtud sin "polis".
La ética cristiana: La ley. La conciencia. Fuentes de la moralidad. Condiciones y condicionamiento de la acción humana.



ES COPIA


DANIEL EDUARDO PARDIÑAS
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



Elementos conceptuales para el debate: niveles de reflexión ética. La cuestión de la razón. Las formas de argumentación.

Problemáticas éticas actuales: La responsabilidad social empresaria. Conceptos generales. Los códigos. El profesional. La pobreza. Los desafíos del milenio.

Ontología profesional: requisitos para la profesión. Profesión: enfoque ético. Cualidades morales del profesional. Relación del profesional con la cultura, el trabajo, consigo mismo y con sus colegas.



INVESTIGACIÓN OPERATIVA

Objetivos

Que el alumno logre:

- Un pensamiento retrospectivo, adquiriendo la habilidad de revisar su propio proceso.
- Pensar y actuar de manera crítica, buscando la esencia del modelo empleado y seleccionar de las propuestas, la óptima, en particular con modelos donde se incluyen variables de incertidumbre.
- El manejo de símbolos y lenguaje específico de la materia.
- Integrar y articular las nociones en un nivel interno y externo.
- Fundamentar sus declaraciones.
- Valorar la comprensión como móvil para su propio desarrollo.
- Desarrollar hábitos de orden y trabajos metódicos, que promueve la institución encontrándole significado dentro de la misma y en sus futuros lugares de trabajo.

Contenidos

Definición de investigación operativa. Antecedentes. Historia y evolución. Relación con otras disciplinas. Aplicación y formulación. Repaso conceptos básicos de probabilidad.

Modelos determinísticos, aleatorios y de simulación. Programación lineal (gráfico matricial e introducción al método Simplex). Programación no lineal. Análisis de sensibilidad. Problemas de aplicación.

Problemas de transporte. Modelos de aproximación. Métodos de solución. Problemas de aplicación.

Programación de proyectos. Diagrama P.E.R.T. Aplicaciones ventajas y limitaciones. Método del camino crítico (critical path method) Método ROY. Planificación y programación de recursos.

Problemas de stock. Reglas de aprovisionamiento. Costos de almacenaje, de lanzamiento y de escasez. Teoría de colas. Ejercitación.

Evaluación económica y toma de decisiones en la administración. Técnicas de reducción e incertidumbre. Estimación de variaciones. Implicancias y consecuencias de las decisiones.

COMERCIO EXTERIOR

Objetivos

Formar recurso humano con conocimientos teóricos, técnicos y humanísticos capaz de asumir procesos de dirección y gestión en comercio exterior, tanto en empresas privadas, como en instituciones públicas.

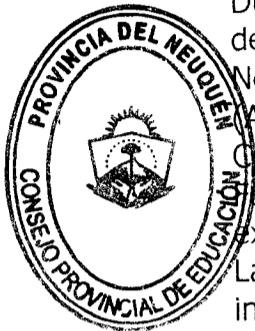
Contenidos

Introducción al comercio internacional. Instrumentos de la política comercial.

Concepto y desarrollo de medidas arancelarias: derechos de importación, precios oficiales, tasas, impuestos al consumo.

DANIEL EDUARDO FAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación

ES COPIA



Concepto y desarrollo de medidas para arancelarias: administrativas, sanitarias y fitosanitarias, monetarias.
Dumping y antidumping. Medidas de salvaguarda. La aplicación de aranceles. Efectos de la aplicación de medidas para arancelarias. La balanza de pagos.
Negociaciones internacionales: El Gatt. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). El Mercado Común del Sur (MERCOSUR).
Comercialización.
Formas de penetración en los mercados internacionales: clases de empresas. Ferias y exposiciones. Viajes al exterior.
La decisión de exportar: factores que diferencian el comercio local con el comercio internacional. Riesgos comerciales. Riesgos políticos. Desafíos de adaptación a las exigencias externas. Compromiso del exportador.
Los incoterms. Transportes. Embalajes y marcas. Depósito fiscal.
La administración nacional de aduana: organización. Territorio aduanero. Auxiliares del servicio aduanero. Aspectos operativos.
Origen de la mercadería. Procedencia de la mercadería. Clasificación de la mercadería. Documentos usuales. Zona franca.
Operación aduaneras: importación, exportación, tránsito.
Los bancos su intervención en el comercio exterior. Los medios de pago.
Importación. Destinaciones: regímenes especiales. Secuencia de una importación.
Exportación: Destinaciones.
Regímenes especiales: estímulos fiscales. Estímulos financieros. Documentación. Secuencia de una exportación.

FUENTES DE LA PRODUCCIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA

Contenidos

Concepto de Fuentes de la Producción con enfoque económico-ambiental. Relaciones entre medio ambiente y producción. El hombre y la producción; efectos de la actividad productiva en el espacio. La geografía económica y la economía como campos complementarios. Economía vs. ecología y el desarrollo sustentable. Factores ambientales que influyen en la actividad económica. Población. Actividades del proceso productivo: actividades primarias: economía agraria. Grandes regiones arbóreas del mundo; sus recursos y productos obtenibles. Recursos marinos, el medio natural. La actividad minera. Actividades secundarias: el consumo energético como demostrador del desarrollo de un país: producción industrial. Actividades terciarias: transporte y comunicaciones. Comercio.

ADMINISTRACIÓN GERENCIAL

Objetivos

Brindar al alumno un enfoque integral de las responsabilidades y funciones de la Gerencia General.
Desarrollar, en particular, el enfoque estratégico a través del análisis de las herramientas del pensamiento estratégico.
Integrar en forma sistémica los conceptos desarrollados a lo largo de la carrera de analista en administración.

Contenidos

El planeamiento estratégico: El proceso de planeamiento estratégico. Concepto y función. Misión y visión corporativas. Las unidades de negocios. Misión y visión de las unidades estratégicas de negocios. Concepto de unidades estratégicas de negocios. Análisis FODA. Matriz de evaluación de factores internos y externos. Herramientas de

ES COPIA

DANIEL EDUARDO FAYLLELET
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



PROVINCIA DEL NEUQUÉN
CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN

RESOLUCIÓN N° 1979
EXPEDIENTE N° 5721-007264/14

análisis de cartera de productos. Matriz BCG. Matriz GE. La ventaja competitiva: concepto e importancia. Estrategia competitiva. Los factores que determinan la competencia de un negocio. Herramientas de análisis dinámico: la simulación competitiva.

La dinámica competitiva: La ventaja competitiva. La creación de valor: la cadena de valor. Ventajas competitivas "hard" y "soft".

Análisis competitivo: El modelo de las cinco fuerzas competitivas. Análisis de cada factor y su incidencia en la competitividad de una industria. Estrategias competitivas genéricas. Análisis de la competencia. Tipos de competidores.

Pensamiento sistémico: el pensamiento sistémico como herramienta para solucionar problemas. Concepto. Sistemas simples y complejos. Efecto palanca. Pensamiento en círculos. Retroalimentación. Proalimentación. Modelos mentales. Los modelos mentales como sistema. Causa y efecto. Nuevas formas de pensar. El aprendizaje como sistema.

La gerencia: el gerente integral. Las áreas claves de la gestión. El gerente estratega. El gerente organizador. El gerente líder. El papel del gerente integral.

La gestión del gerente integral: Los objetivos organizacionales. Supervivencia. Los factores de la supervivencia: producto, mercado, competencia, personal, capital, tecnología.

Administración estratégica de recursos humanos. La formación del capital intelectual. El cliente interno.

ES COPIA

DANIEL EDUARDO PAYLLALEF
Director General de Despacho
Consejo Provincial de Educación



Téc. OSCAR JAVIER COMPAN
Subsecretario de Educación y Preterceros
del Consejo Provincial de Educación

Prof. MARISA YASMIN MORTADA
LOCAL RAMA INICIAL Y PRIMARIA
Consejo Provincial de Educación

Prof. BERNARDO S. OLMOS FOITZICK
Vocal Rama Media Técnica y Superior
CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACION