



CERTIFICO que es copia fiel del original que tengo a la vista

Resolución Rectoral N°: 360/2021

Fecha: 28/04/2021

Objeto: **AVALAR LA RESOLUCIÓN INTERNA N° 85/2021 QUE APRUEBA el PROYECTO DE MODIFICACIONES de la carrera de posgrado "MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS"– MODALIDAD DISTANCIA**, dependiente de la Facultad Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta, incorporándose dicha resolución interna y demás documentación como Anexo a la presente Resolución.

  
Mg. Lic. SILVIA MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

Digitally signed by UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE SALTA  
Date: 2021.04.29 17:19:54 ART  
Reason: Documento Aprobado por  
Rodolfo Gallo Cornejo  
Location

Digitally signed by UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE SALTA  
Date: 2021.04.29 14:42:22 ART  
Reason: Documento Aprobado por  
Silvia Alvarez  
Location





### RESOLUCIÓN RECTORAL N° 360/2021

En el Campo Castañares, sito en la ciudad de Salta, Capital de la Provincia del mismo nombre, República Argentina, sede de la Universidad Católica de Salta, a veintiocho días del mes de abril del año dos mil veintiuno.

Mg. Lic. SILVIA MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

**VISTO:** la Resolución Interna N° 85/2021 y el nuevo proyecto de la carrera de posgrado “**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**”, Modalidad distancia, presentados por autoridades de la Facultad Escuela de Negocios.

#### **CONSIDERANDO:**

Que mediante la RI N° 85/2021 la Facultad Escuela de Negocios solicita al señor Rector la aprobación del proyecto de la carrera de posgrado “**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**” – MODALIDAD DISTANCIA.

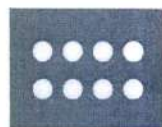
Que la carrera propone formar post gradualmente a profesionales para que sena competentes en la conducción y dirección de procesos de gestión, entendienco la gestión como “la conducción estratégica de la organziación hacia el cumplimiento de sus propósitos en el marco de los valores humanos, la ética y la resposnabilidad social”.

Que los profesionales requieren para desempeñarse en lo indicado, esencialmente desarrollar durante el proceso de cursado de la maestría, una visión sistémica de la organziación siendo consciente de a existencia de un contexto en permaente cambio, donde se requiere obtener selectivamente datos e interpretarlos para elaborar información pertinente, distinguiéndose por la creatividad e innovación en las decisiones e implementándolas via procesos eficientes en las fases de planificación, organización, dirección y control, distinguiéndose además por la efectividad.

Que se propone contenidos y metodologias para que los profesionales desarrollen las aptitudes mejorando aquellas competencias que les permitan ejercer una función profesional con enfoque global e integrador de todas las fuerzas que conforman una organización. En ese sentido, se profundiza en el gerenciamiento y en el ejercicio del liderazgo integral, con énfasis en las técnicas , procedimientos e instrumentos de gerencia, de carácter estratégico y operacional desempeñando nuevos roles como gerentes que serán requeridos por las organizaciones considerando un horizonte de cinco a siete años.

Que el postgrado entonces, contribuye a desarrollar en los profesionales los aspectos más requeridos por las orgnziaciones y su evolución como la del contexto organizacional, garantizando la formación de postgraduados competentes para que aborden y resuelvan problemáticas severamente complejas vinculadas a las áreas de: gestión empresarial, negocios, economía, financiera, marketing, recursos humnaos, legal empresarial, tecnológica.

Que se promueve durante el proceso de formación posgradual la integración constructiva y creativa entre Universidad, Empresa, Gobiernos central, provincial y local; además de la





Mg. Lic. SILVIA MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

inclusión de las comunidades tratando de priorizar aquellas de alto riesgo y mayores necesidades, para el desarrollo y realización de estudios, investigaciones y generación de tecnologías útiles, vinculadas a las áreas de desempeño del posgrado.

Que la formación es completa, interdisciplinaria, integral, constructivista y desarrollada como corresponde a una Universidad Católica, en el marco de los valores humanos, la ética y la responsabilidad social.

Que la carrera de Postgrado Maestría en Administración de Negocios, de la Universidad Católica de Salta (UCASAL), Facultad Escuela de Negocios, se inició en el año 1997 modalidad presencial, dictándose ininterrumpidamente desde ese año en la ciudad de Salta, Provincia de Salta. Previo a ello, bajo acuerdo con la Universidad de Belgrano de Buenos Aires, se dictó desde el año 1993 la Maestría en Administración de Empresas que fue la precursora. El dictado de la Maestría en Administración de Negocios modalidad presencial es de carácter continuo; su plan de estudios estructurado. Cuenta con reconocimiento oficial y validez nacional del título con R.M. N° 0713/97 y N° 2294/2019. Según Resolución N° 859/10 CONEAU acreditó esta carrera, habiendo acreditado anteriormente con Resolución N° 962/99 y finalmente, con Resolución Firma Conjunta RESFC-2020-225-APN-CONEAU#ME

Que siendo uno de los ejes estratégicos del Plan Estratégico de la Universidad Católica de Salta 2020 - 2024 propender al liderazgo en la formación disciplinar, científica, tecnológica, artística y en la modalidad a distancia, proponiendo para el cumplimiento del objetivo estratégico desarrollar programas de mejora continua de los procesos formativos en miras a la excelencia académica, indicando sobre este aspecto en su línea estratégica respectiva el enriquecer la oferta académica potenciando el sistema a distancia; se ha determinado contribuir al logro de los propósitos institucionales desarrollando la carrera de Postgrado Maestría en Administración de Negocios esta vez, bajo modalidad no presencial o a distancia; sustentando ello en las experiencias logradas durante más de veinte años ininterrumpidos de funcionamiento de dicha carrera bajo modalidad presencial, considerando además la experiencia lograda por la Universidad Católica de Salta en cuanto a educación a distancia en el país, la infraestructura en funcionamiento, las Unidades de Gestión distribuidas en diferentes localidades en el país y las tecnologías de información y comunicación dedicadas y disponibles para sostener los servicios de educación a distancia.

Que la carrera tiene una carga horaria total de setecientos ochenta y cinco (785) horas.

Que las facultades para emitir el presente acto resultan de lo dispuesto por la normativa vigente y el Estatuto de la Universidad Católica de Salta.

**POR ELLO:**

**EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA**

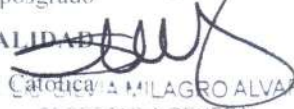
**RESUELVE**







**ARTÍCULO 1º.- AVALAR LA RESOLUCIÓN INTERNA N° 85/2021** que es copia del original que tengo a la vista del **CERTIFICADO** que es copia del original que tengo a la vista del **posgrado** **APRUEBA el PROYECTO DE MODIFICACIONES** de la carrera de **“MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS”- MODALIDAD DISTANCIA**, dependiente de la Facultad Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta, incorporándose dicha resolución interna y demás documentación como Anexo a la presente Resolución.

  
MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARÍA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA

**ARTÍCULO 2º.-** Establecer como perfil del egresado Magister en Administración de Negocios lo siguiente:

Al finalizar el proceso de formación post gradual, los egresados habrán adquirido sólidos y actualizados conocimientos respecto a las problemáticas de las empresas dominantes a nivel regional y global, una capacitación técnica, profesional y metodológica a los fines de su aplicación en: empresas privadas, organismos públicos y privados a nivel nacional, regional e internacional, además de ser competentes para desempeñarse exitosamente en instituciones dedicadas a la investigación.

La Maestría en Administración de Negocios permitirá lograr una formación post gradual profesional, teórica y práctica que sumará a la base de los conocimientos generales de los negocios, la característica del profesional altamente competente en la gestión de la planeación, organización, dirección y control, dentro del más alto nivel de excelencia.

Los egresados serán capaces de:

- Diagnosticar específicamente situaciones comerciales, administrativas, financieras, económicas, tecnológicas y legales en el marco de su actuación.
- Diseñar, implementar y evaluar políticas y estrategias aplicadas al desarrollo de cualquier tipo de organización perteneciente a cualquier sector industrial.
- Negociar y articular relaciones con los diversos actores del sector público y privado.
- Desempeñarse como asesores, negociadores o tomadores de decisiones en el campo de la gestión estratégica y la administración de empresas y negocios.
- Intervenir y resolver problemas concretos y vinculados a su campo de acción en cualquier tipo de organización.
- Identificar oportunidades de negocios a nivel local, regional, nacional e internacional.
- Desarrollar inteligencia comercial, administrativa, financiera, económica y administrativa.
- Conocer, interpretar y adecuar las acciones en el marco de normas, derechos y obligaciones que determinan el funcionamiento de las organizaciones.
- Diseñar, implementar y conducir programas de investigación.
- Asesorar en materia de responsabilidad social empresarial.

Sustentados en las siguientes competencias por áreas del conocimiento:

Gerenciamiento: Conduce cualquier tipo de organización hacia la consecución de sus objetivos y nuevos retos en ambientes caracterizados por la competitividad, complejidad y





CERTIFICO que es copia fiel del original que tengo a la vista

globalización por medio de la implementación de los procesos de gestión: estratégica, decisional, comunicacional, de mejoramiento continuo de la calidad, de cambio, del desarrollo de la cultura y de sustentabilidad ambiental; utilizando tecnologías que permitan prever con anticipación y certidumbre pertinente los posibles resultados del negocio, desempeñándose emprendedoramente con visión global, eficiencia, efectividad, anticipación, liderazgo, creatividad e innovación en el marco de la ética y valores como: inclusión, empatía, pertinencia, valoración, adaptación, calidad, previsión.

Mg. LIC. SILVIA MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA

**Marketing:** Contribuye a la conducción de cualquier tipo de organización hacia la consecución de sus objetivos y nuevos retos por medio de la implementación del proceso de satisfacción de las necesidades de la demanda, interpretándola pertinentemente en primer término y luego, proporcionándole los medios que contribuyan a su satisfacción, considerando la internacionalización de los mercados y la evolución de estos hacia su digitalización utilizando con pertinencia las diversas tecnologías de información y comunicación, desempeñándose en el marco de la responsabilidad social y de valores como: servicio, felicidad, interculturalidad, comprensión, abstracción.

**Talento humano:** Lidera a las personas y desarrolla equipos de trabajo internos y externos por medio de la gestión y el coaching, para que, con el talento, conocimiento y competencias de las personas y su desempeño eficiente y efectivo, contribuyan a la concreción de los objetivos organizacionales y nuevos retos en el marco del desarrollo humano, la ética y valores como: el respeto, el trabajo colaborativo y la solidaridad.

**Tecnología:** Genera ideas de negocios innovadores fundamentados en el desarrollo tecnológico, las necesidades y prospectiva de la demanda y, la racionalidad en la utilización de recursos, mediante el proceso de innovación con responsabilidad social y ética, en el marco de valores como la sustentabilidad.

**Operaciones:** Dirige la elaboración de un plan de suministros y operaciones para la obtención del bien y/o servicio por medio del que se pretende satisfacer a la demanda aplicando procesos como los de suministros, de operaciones, justificando la cadena y las tecnologías seleccionadas, evidenciando contribuye con ello a desarrollar un negocio innovador en el marco de la responsabilidad social y valores como la austeridad y calidad.

**Economía:** Interpreta con pertinencia la evolución y prospectiva de las variables macroeconómicas internacionales, nacionales, locales y sus efectos en las organizaciones, con énfasis en la microeconomía de éstas, expresando ello en un diagnóstico sencillo y entendible que permita la toma de decisiones para contribuir a la consecución de objetivos y nuevos retos organizacionales, en el marco de la ética y valores como la eficiencia y responsabilidad.

**Finanzas:** Analiza e interpreta con pertinencia los estados financieros de la organización diagnosticando la situación financiera sobre la que, fundamenta la toma de decisiones para financiar todas las actividades propuestas por las diversas áreas que conforman la organización y que contribuyan a la consecución de los objetivos organizacionales y nuevos retos, elaborando un plan racional con prospectiva, considerando al mercado de capitales y







enriqueciéndolo conjuntamente al trabajo de los directivos de todas las áreas para realizar la evaluación financiera, desempeñándose en el marco de la responsabilidad social, la ética y valores como la exactitud, veracidad, humanismo y trabajo colaborativo.

**Legales:** Identifica la legislación y normativa local, nacional e internacional que condiciona la operativa de los negocios, interpretando e identificando los efectos que los sintetiza en un diagnóstico sobre el que identifica y realiza las gestiones pertinentes que permitan adecuar la operativa, al entorno legal en el marco de la ética y valores como la justicia y equidad.

**Formación humana:** Decide y se desempeña como persona y profesional en el marco de la ética, la responsabilidad social, los valores y el humanismo; evidenciando ello en los criterios que sustenta las decisiones que toma y las acciones que realiza.

**ARTÍCULO 3º.-** Remitir copia certificada de la presente Resolución Rectoral a la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria –CONEAU- a los efectos a que hubiere lugar.

**ARTÍCULO 4º.-** Comunicar a: Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo, Vicerrectorado de Formación, Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo, Dirección General de Sistema de Educación a Distancia, Secretaría de Extensión Universitaria, Secretaría de Posgrado, Facultad Escuela de Negocios, Unidades Administrativas correspondientes, a los efectos que hubiere lugar y publicar en la Página de Distribución Interna.

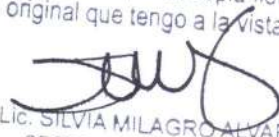
**ARTÍCULO 5º.-** Registrar, reservar el original y archivar.

SECRETARIA
CA
FA

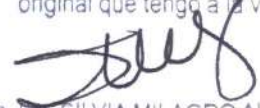
Firma Digital  
SILVIA MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA  
Documento aprobado

Firma Digital  
RODOLFO GALLO CORNEJO  
RECTOR  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA  
Documento aprobado

CERTIFICO que es copia fiel del original que tengo a la vista

  
Mg. Lic. SILVIA MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA





Mg. Lic. SILVIA MILAGRO ALVAREZ  
SECRETARIA GENERAL  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA

**FACULTAD ESCUELA DE NEGOCIOS**  
**Carrera Maestría en Administración de Negocios**  
**RESOLUCIÓN DE FACULTAD N° 85/2021**

En la Ciudad de Salta, Capital de la Provincia del mismo nombre, República Argentina, sede del Anexo Centro de la Universidad Católica de Salta, sita en Pellegrini 790, a los ocho días del mes de abril del año dos mil veintiuno.

**VISTO:** La Resolución Rectoral 52/2020 que aprueba las modificaciones de la carrera de posgrado **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - Modalidad - Distancia:** Expediente N° 10231/2021

**CONSIDERANDO:** La necesidad de adecuar el proyecto de carrera de posgrado Maestría en Administración de Negocios - Modalidad - Distancia a la reglamentación vigente.

Por todo ello,

**EL DECANO DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS**  
**RESUELVE**

**Artículo 1°:** Presentar al señor Rector para su aprobación el proyecto de la carrera de postgrado Maestría en Administración de Negocios - Modalidad - Distancia, que como anexo se adjunta a la presente resolución.

**Artículo 2°:** Comunicar a Secretaría General para emisión de la Resolución Rectoral.

**Artículo 3°:** Disponer su registro y archivo.

INTERVINE
Laura
Rodriguez



Gloria Crespo  
Secretaría Académica  
Universidad Católica de Salta



Marco A. Limarino Cazón  
**DECANO**  
FACULTAD ESCUELA DE NEGOCIOS  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA

**FACULTAD ESCUELA DE  
NEGOCIOS**

**CARRERA MAESTRIA EN  
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**

**MODALIDAD: NO PRESENCIAL**

**TÍTULO: MAGISTER EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



## **I.- MARCO NORMATIVO INSTITUCIONAL E INSERCIÓN DE LA CARRERA**

### **A.- Normativa Institucional**

La Universidad Católica de Salta ha presentado en su Plan Estratégico 2020 -2024, diversos ejes que propician la profundización de la formación gradual como post gradual además de capacitación en diferentes áreas disciplinares.

Nos hemos propuesto, como eje prioritario, lograr el liderazgo en la creación, desarrollo, conservación y difusión de conocimientos y la formación de personas en el marco de los valores, ética y responsabilidad social; potenciando la formación y capacitación a distancia, eso implica consolidar el avance hacia una universidad de excelencia superior, desarrollando programas caracterizados por contribuir a la mejora de los procesos formativos y de las estrategias de acompañamiento, asistencia, guía y seguimiento de nuestros estudiantes.

En coherencia con los ejes estratégicos, la Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta propone una interesante y diversificada oferta académica post gradual que, contribuye tanto a la formación y capacitación de la comunidad, también al desarrollo de la investigación y de actividades de extensión como potencialidades para favorecer al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra sociedad, postgrados que se encuentran relacionados con la oferta académica de Carreras de Grado, ofreciendo entonces un particular conjunto de posibilidades que satisfacen con amplitud la demanda social vinculada a la formación continua.

Las distintas carreras que se imparten en la Escuela de Negocios, responden pertinentemente al Proyecto Institucional, importa señalar que se desarrollan clases en las modalidades presencial y no presencial, en esta última se destaca la presencia en el interior de la Provincia de Salta y en provincias como Jujuy, Córdoba, Corrientes, Bahía Blanca, Necochea, Neuquén, Entre Ríos, llegando a más de cien (100) Unidades de Gestión a lo largo y ancho del país vía sistema virtual de Campus Satelital, en búsqueda permanente de satisfacer las cambiantes necesidades de formación, capacitación y perfeccionamiento de las personas, nuestros graduados y también, de profesionales formados en otras universidades.

El presente proyecto de postgrado de Maestría en Administración de Negocios modalidad no presencial, está enmarcado en las reglamentaciones que rigen en nuestro país y aquellas que direccionan los postgrados de la Universidad Católica de Salta:

Es relevante señalar que la Maestría en Administración de Negocios modalidad presencial, cuya experiencia desde 1997 sustenta en parte el presente proyecto, cuenta

con título reconocido por el Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología mediante Resoluciones Ministeriales N° 0713/97 y N° 2294/2019, acreditada por CONEAU mediante Resolución N° 859/2010 y Resolución Firma Conjunta RESFC-2020-225-APN-CONEAU#ME

La estructura de la carrera, es pertinente a los lineamientos de la Resolución Ministerial N° 160/11.

La normativa institucional que enmarca esta carrera de posgrado es la siguiente:

- Resolución del Ministerio de Cultura y Educación N° 1532/97, que aprueba los Estatutos de la Universidad Católica de Salta.
- Resolución Rectoral N° 1508/09 que aprueba el Reglamento de la Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta.
- Resolución Rectoral N° 872/17 que aprueba el Reglamento de Formación de Postgrado de la Universidad Católica de Salta.
- Resolución Rectoral N° 1083/14 Reglamento del Consejo de Investigaciones de la Universidad Católica de Salta.
- Resolución Rectoral N° 513/18 que aprueba Políticas y Líneas de Investigación para la Universidad Católica de Salta.
- Resolución Rectoral 363/02: que aprueba el Reglamento de Carrea Académica de la Universidad Católica de Salta.
- Resolución Rectoral N° 1308/17 que aprueba el Reglamento de Alumnos de Postgrado.
- Resolución Rectoral N° 1946/17 que aprueba el Modelo Educativo del Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) de la Universidad Católica de Salta
- Resolución Rectoral N° 331/2021: Reglamento de Funcionamiento carrera postgrado Maestría en administración de Negocios modalidad distancia.
- Resolución Rectoral N° 329/2021: Reglamento de trabajo de graduación carrera postgrado Maestría en Administración de Negocios modalidad distancia

## **2. Fundamentación de la Carrera**

La carrera propone formar post gradualmente a profesionales para que sean competentes en la conducción y dirección de procesos de gestión, entendiendo la



gestión como "la conducción estratégica de la organización hacia el cumplimiento de sus propósitos en el marco de los valores humanos, la ética y la responsabilidad social".

Los profesionales requieren para desempeñarse en lo indicado, esencialmente desarrollar durante el proceso de cursado de la maestría, una visión sistémica de la organización siendo consciente de la existencia de un contexto en permanente cambio, donde se requiere obtener selectivamente datos e interpretarlos para elaborar información pertinente, distinguiéndose por la creatividad e innovación en las decisiones e implementándolas vía procesos eficientes en las fases de planificación, organización, dirección y control, distinguiéndose además por la efectividad.

Se proponen contenidos y metodologías para que los profesionales desarrollen las aptitudes mejorando aquellas competencias que les permitan ejercer una función profesional con enfoque global e integrador de todas las fuerzas que conforman una organización. En ese sentido, se profundiza en el gerenciamiento y en el ejercicio del liderazgo integral, con énfasis en las técnicas, procedimientos e instrumentos de gerencia, de carácter estratégico y operacional desempeñando nuevos roles como gerentes que serán requeridos por las organizaciones considerando un horizonte de cinco a siete años.

El postgrado entonces, contribuye a desarrollar en los profesionales los aspectos más requeridos por las organizaciones y su evolución como la del contexto organizacional, garantizando la formación de postgraduados competentes para que aborden y resuelvan problemáticas severamente complejas vinculadas a las áreas de: gestión empresarial, negocios, económica, financiera, marketing, recursos humanos, legal empresarial, tecnológica.

Se promueve durante el proceso de formación posgradual la integración constructiva y creativa entre Universidad, Empresa, Gobiernos central, provincial y local; además de la inclusión de las comunidades tratando de priorizar aquellas de alto riesgo y mayores necesidades, para el desarrollo y realización de estudios, investigaciones y generación de tecnologías útiles, vinculadas a las áreas de desempeño del posgrado.

La formación es completa, interdisciplinaria, integral, constructivista y desarrollada como corresponde a una Universidad Católica, en el marco de los valores humanos, la ética y la responsabilidad social.

La carrera de Postgrado Maestría en Administración de Negocios, de la Universidad Católica de Salta (UCASAL), Facultad Escuela de Negocios, se inició en el año 1997 modalidad presencial, dictándose ininterrumpidamente desde ese año en la ciudad de Salta, Provincia de Salta. Previo a ello, bajo acuerdo con la Universidad de Belgrano de Buenos Aires, se dictó desde el año 1993 la Maestría en Administración de Empresas que fue la precursora. El dictado de la Maestría en Administración de Negocios modalidad presencial es de carácter continuo: su plan de estudios



estructurado. Cuenta con reconocimiento oficial y validez nacional del título con R.M. N° 0713/97 y N° 2294/2019. Según Resolución N° 859/10 CONEAU acreditó esta carrera, habiendo acreditado anteriormente con Resolución N° 962/99 y finalmente, con Resolución Firma Conjunta RESFC-2020-225-APN-CONEAU#ME

Siendo uno de los ejes estratégicos del Plan Estratégico de la Universidad Católica de Salta 2020 - 2024 propender al liderazgo en la formación disciplinar, científica, tecnológica, artística y en la modalidad a distancia, proponiendo para el cumplimiento del objetivo estratégico desarrollar programas de mejora continua de los procesos formativos en miras a la excelencia académica, indicando sobre este aspecto en su línea estratégica respectiva el enriquecer la oferta académica potenciando el sistema a distancia: se ha determinado contribuir al logro de los propósitos institucionales desarrollando la carrera de Postgrado Maestría en Administración de Negocios esta vez, bajo modalidad no presencial o a distancia; sustentando ello en las experiencias logradas durante más de veinte años ininterrumpidos de funcionamiento de dicha carrera bajo modalidad presencial, considerando además la experiencia lograda por la Universidad Católica de Salta en cuanto a educación a distancia en el país, la infraestructura en funcionamiento, las Unidades de Gestión distribuidas en diferentes localidades en el país y las tecnologías de información y comunicación dedicadas y disponibles para sostener los servicios de educación a distancia.

### **3. Objetivos de la carrera y perfil del egresado**

Esta maestría profesionalizante, proporciona formación humana, académica y profesional, profundizando el conocimiento en diversos aspectos teóricos, metodológicos, tecnológicos y de gestión en el campo de aplicación profesional de la administración, con énfasis en administración estratégica.

Esta carrera propone proveer a los alumnos marcos y categorías conceptuales, herramientas metodológicas e información empírica que permitan la adquisición y desarrollo de las competencias necesarias para desempeñarse en la gestión de la administración y los negocios dentro del marco de formación integral, humanística y cristiana, característico de la Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta.

#### **3.1 Objetivo General**

Desarrollar en cada persona egresada la siguiente competencia integral: Conduce a las organizaciones que generan, implementan, desarrollan y gestionan cualquier tipo de negocios hacia el logro de sus objetivos y nuevos retos en ambientes caracterizados por la competitividad, complejidad y globalización, aplicando procesos como el de administración estratégica, de toma de decisiones, de comunicación, de cambio continuo, de mejora continua de la calidad, de sustentabilidad ambiental, integrando a todas las áreas que estructuran la organización como recursos humanos, marketing,

operaciones y finanzas, propiciando el desarrollo de una pertinente cultura organizacional; desempeñándose emprendedoramente con visión global, eficiencia, efectividad, anticipación, liderazgo, creatividad e innovación, con soporte en las tecnologías y en la gestión de equipos de trabajo interdisciplinarios internos como externos a la organización, en el marco de la ley, los valores, la ética y la responsabilidad social.

### 3.2 Objetivos Específicos

- a) Presentar en forma teórica y práctica la temática de conducción de empresas y negocios hacia la consecución de sus propósitos.
- b) Generar las bases de los conocimientos multidisciplinarios y de los instrumentos técnicos, que proporcionen al profesional una formación no solo teórica, también analítica y práctica.
- c) Construir un espacio de formación e intercambio interdisciplinario potenciando el aporte que puedan ofrecer los profesionales de las distintas áreas de conocimientos que confluyen en el campo de la conducción estratégica de organizaciones.
- d) Comprender e interpretar con pertinencia la profunda interrelación entre los cambios en la empresa y las realidades nacionales, regionales e internacionales.
- e) Desarrollar conocimientos específicos de conducción que permitan afrontar los cambios en los patrones de conducta y ampliar la visión empresarial hacia la globalización y la competitividad.
- f) Contribuir al desarrollo de la creatividad y el pensamiento crítico para solucionar situaciones reales referidas a la conducción estratégica de las organizaciones.
- g) Fomentar el espíritu emprendedor y la capacidad de orientar la empresa y los negocios hacia el efectivo y sostenible aprovechamiento de nuevas oportunidades.
- h) Desarrollar un enfoque regional e internacional en materia de conducción estratégica.

#### **Dimensión social:**

Contribuir a las comunidades preferentemente con déficit en la calidad de vida, proponiendo alternativas de solución a sus necesidades insatisfechas por medio de trabajos de curso que son elaborados en los diferentes módulos.

Aportes científicos:



Realizar diagnósticos estratégicos que permitan contribuir la toma de decisiones pertinentes a la conducción estratégica y sostenible de las organizaciones.

**Aportes tecnológicos:**

Desarrollar metodologías profesionales que permitan inspirar a decisores en las organizaciones conducentes a mejorar continuamente su desempeño en cuanto a dirección y conducción de negocios y empresas.

**Dimensión institucional:**

Contribuir al cumplimiento de las metas propuestas en el plan estratégico de la Universidad católica de Salta respecto a líneas estratégicas vinculada específicamente a la formación post gradual, a la investigación y a la extensión.

**Logros institucionales:**

Aportar a la comunidad con postgraduados en administración de negocios conscientes de sus necesidades, mismas que requieren ser satisfechas con pertinencia y sostenibilidad.

**3.3 Perfil del Egresado**

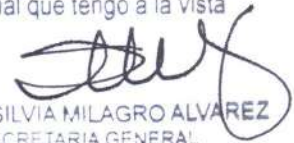
Al finalizar el proceso de formación post gradual, los egresados habrán adquirido sólidos y actualizados conocimientos respecto a las problemáticas de las empresas dominantes a nivel regional y global, una capacitación técnica, profesional y metodológica a los fines de su aplicación en: empresas privadas, organismos públicos y privados a nivel nacional, regional e internacional, además de ser competentes para desempeñarse exitosamente en instituciones dedicadas a la investigación.

La Maestría en Administración de Negocios permitirá lograr una formación post gradual profesional, teórica y práctica que sumará a la base de los conocimientos generales de los negocios, la característica del profesional altamente competente en la gestión de la planeación, organización, dirección y control, dentro del más alto nivel de excelencia.

**Los egresados serán capaces de:**

- Diagnosticar específicamente situaciones comerciales, administrativas, financieras, económicas, tecnológicas y legales en el marco de su actuación.
- Diseñar, implementar y evaluar políticas y estrategias aplicadas al desarrollo de cualquier tipo de organización perteneciente a cualquier sector industrial.





- Negociar y articular relaciones con los diversos actores del sector público y privado.
- Desempeñarse como asesores, negociadores o tomadores de decisiones en el campo de la gestión estratégica y la administración de empresas y negocios.
- Intervenir y resolver problemas concretos y vinculados a su campo de acción en cualquier tipo de organización.
- Identificar oportunidades de negocios a nivel local, regional, nacional e internacional.
- Desarrollar inteligencia comercial, administrativa, financiera, económica y administrativa.
- Conocer, interpretar y adecuar las acciones en el marco de normas, derechos y obligaciones que determinan el funcionamiento de las organizaciones.
- Diseñar, implementar y conducir programas de investigación.
- Asesorar en materia de responsabilidad social empresarial.

Sustentados en las siguientes competencias por áreas del conocimiento:

Gerenciamiento: Conduce cualquier tipo de organización hacia la consecución de sus objetivos y nuevos retos en ambientes caracterizados por la competitividad, complejidad y globalización por medio de la implementación de los procesos de gestión: estratégica, decisional, comunicacional, de mejoramiento continuo de la calidad, de cambio, del desarrollo de la cultura y de sustentabilidad ambiental;

utilizando tecnologías que permitan prever con anticipación y certidumbre pertinente los posibles resultados del negocio, desempeñándose emprendedoramente con visión global, eficiencia, efectividad, anticipación, liderazgo, creatividad e innovación en el marco de la ética y valores como: inclusión, empatía, pertinencia, valoración, adaptación, calidad, previsión.

Marketing: Contribuye a la conducción de cualquier tipo de organización hacia la consecución de sus objetivos y nuevos retos por medio de la implementación del proceso de satisfacción de las necesidades de la demanda, interpretándola pertinentemente en primer término y luego, proporcionándole los medios que contribuyan a su satisfacción, considerando la internacionalización de los mercados y la evolución de estos hacia su digitalización utilizando con pertinencia las diversas tecnologías de información y comunicación, desempeñándose en el marco de la responsabilidad social y de valores como: servicio, felicidad, interculturalidad, comprensión, abstracción.

Talento humano: Lidera a las personas y desarrolla equipos de trabajo internos y externos por medio de la gestión y el coaching, para que, con el talento, conocimiento y competencias de las personas y su desempeño eficiente y efectivo, contribuyan a la concreción de los objetivos organizacionales y nuevos retos en el marco del desarrollo humano, la ética y valores como: el respeto, el trabajo colaborativo y la solidaridad.

Tecnología: Genera ideas de negocios innovadores fundamentados en el desarrollo tecnológico, las necesidades y prospectiva de la demanda y, la racionalidad en la utilización de recursos, mediante el proceso de innovación con responsabilidad social y ética, en el marco de valores como la sustentabilidad.

Operaciones: Dirige la elaboración de un plan de suministros y operaciones para la obtención del bien y/o servicio por medio del que se pretende satisfacer a la demanda aplicando procesos como los de suministros, de operaciones, justificando la cadena y las tecnologías seleccionadas, evidenciando contribuye con ello a desarrollar un negocio innovador en el marco de la responsabilidad social y valores como la austeridad y calidad.

Economía: Interpreta con pertinencia la evolución y prospectiva de las variables macroeconómicas internacionales, nacionales, locales y sus efectos en las organizaciones, con énfasis en la microeconomía de éstas, expresando ello en un diagnóstico sencillo y entendible que permita la toma de decisiones para contribuir a la consecución de objetivos y nuevos retos organizacionales, en el marco de la ética y valores como la eficiencia y responsabilidad.



**Finanzas:** Analiza e interpreta con pertinencia los estados financieros de la organización diagnosticando la situación financiera sobre la que, fundamenta la toma de decisiones para financiar todas las actividades propuestas por las diversas áreas que conforman la organización y que contribuyan a la consecución de los objetivos organizacionales y nuevos retos, elaborando un plan racional con prospectiva, considerando al mercado de capitales y enriqueciéndolo conjuntamente al trabajo de los directivos de todas las áreas para realizar la evaluación financiera, desempeñándose en el marco de la responsabilidad social, la ética y valores como la exactitud, veracidad, humanismo y trabajo colaborativo.

**Legales:** Identifica la legislación y normativa local, nacional e internacional que condiciona la operativa de los negocios, interpretando e identificando los efectos que los sintetiza en un diagnóstico sobre el que identifica y realiza las gestiones pertinentes que permitan adecuar la operativa, al entorno legal en el marco de la ética y valores como la justicia y equidad.

**Formación humana:** Decide y se desempeña como persona y profesional en el marco de la ética, la responsabilidad social, los valores y el humanismo; evidenciando ello en los criterios que sustenta las decisiones que toma y las acciones que realiza.

#### **4. Requisitos y sistema de admisión**

La Maestría en Administración de Negocios, a la luz del Art. 39° Bis de la Ley de Educación Superior, está destinada a titulados universitarios de grado de cuatro (4) años de duración como mínimo, de acuerdo al Reglamento del Alumno de Postgrado de la Universidad Católica de Salta aprobado mediante Resolución Rectoral N° 1308/17 debe además cumplir con los pre – requisitos indicados en el respectivo Reglamento de Funcionamiento Maestría en Administración de Negocios MBA Distancia aprobado por Resolución Rectoral N° 331/2021: profesionales en diversas profesiones que, se desempeñan en la conducción de organizaciones o aspiran a hacerlo.

De acuerdo con los distintos perfiles de los profesionales ingresantes, se establece un programa propedéutico con asignaturas de nivelación que contribuya a los postulantes a lograr el conocimiento suficiente para desempeñarse pertinentemente en las diversas actividades académicas. Para ello se considera que de acuerdo a la titulación de grado obtenida, al desarrollo de experiencia profesional y al desempeño personal de los postulantes a inscribirse en la Maestría en Administración de Negocios MBA Distancia, éstos deberán participar de los siguientes cursos de nivelación: Administración y Marketing, en Economía y Finanzas y por otro lado Estadísticas.



### **Régimen de Evaluación**

La evaluación de los aprendizajes de los estudiantes se realiza por espacios curriculares como una actividad continua e integral.

En el programa de cada módulo se establecen los procedimientos y metodología pertinente, así como aquellos criterios que conforman la evaluación, a los efectos de asignarle una calificación definitiva al alumno de acuerdo al Reglamento de Alumnos de Postgrado.

En cada módulo de la Maestría se presenta el siguiente proceso de evaluación:

#### **A través de la Plataforma:**

a) De seguimiento:

Esencialmente consiste en la participación del estudiante en foros, resolución de casos, trabajos colaborativos, entre otros que se indican en el programa de cada módulo.

b) Autoevaluaciones como forma de autorregulación de los propios aprendizajes por parte de cada estudiante, de acuerdo a lo especificado en el programa de cada módulo.

c) Examen final del módulo:

Elaboración y entrega de un trabajo de curso, es decir, de un trabajo de aplicación profesional y práctica de contenidos, como dispositivo que además de garantizar, evidencia el logro del desarrollo de habilidades, destrezas y competencia con que se forma al estudiante en cada módulo. (7.3.5.5. R CONEAU 160/11)

La evaluación final conducente al egreso para obtener el título, se realiza mediante la exposición y defensa oral e individual:

**Trabajo Evaluativo Final con Defensa:** consiste en un trabajo de graduación de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Trabajo Final de Maestría MBA Distancia, aprobado con Resolución Rectoral N.º 329/2021 En un trabajo integrador de los trabajos de curso aprobados en cada módulo, trabajo final que corresponde a la

estructura de un Plan de Negocios para un nuevo emprendimiento propuesto por el estudiante.

## 5. Plan de Estudios

**Título:** MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**Modalidad:** a distancia de acuerdo al modelo educativo aprobado por Resolución Rectoral N° 1946/17 que aprueba el Modelo Educativo del Sistema Institucional de Educación a Distancia (SEAD) de la Universidad Católica de Salta

**Localización de la propuesta:** proyecto institucional de la Universidad Católica de Salta, Facultad de Negocios. Implementación en las Unidades de Apoyo Mixto aprobadas por la UCASAL.

La presente propuesta se diseñó aplicando un enfoque interdisciplinario en los espacios curriculares, con el fin de potenciar el aporte del gerenciamiento, del marketing, del talento humano, de la tecnología, de las operaciones, de la economía, de las finanzas, de las leyes y de la formación humana a la temática de la conducción de las empresas y negocios.

**Las áreas del Plan de Estudios son:**

ÁREAS	ASIGNATURAS
ADMINISTRACIÓN	Gestión de Innovación y Tecnologías
	Modelos de Negocios Competitivos
	Análisis para Decisiones Gerenciales
	Management Comunicacional
	Management de la Calidad
	Management del Cambio
	Management del Talento Humano y Liderazgo

	Modelos de Negocios Digitales
	Management del Trabajo en Equipo
	Management Ambiental
	Simulación y Juego de Negocios
	Taller de Graduación
ECONOMÍA Y FINANZAS	Diagnóstico Económico
	Management Financiero
	Mercado de Capitales: Bonos, Acciones, Cartera de Inversiones
FORMACIÓN	Ética y Responsabilidad Social en los Negocios
	Negocios, Valores y Humanismo
JURÍDICAS	Entorno Legal
MARKETING	Marketing Management
	Marketing en Mercados Internacionales
	Investigación de Marketing
	Management de Tecnología y Operaciones
	Management de la Cadena de Suministros



**5.1.- Asignaturas y Carga Horaria**

		HORAS RELOJ		
		TEORICAS	PRACTICAS	TOTAL
Curso Propedéutico:		30	30	60
1	Marketing	10	10	20
2	Economía y finanzas	10	10	20
3	Estadística	10	10	20
<b>MODULOS OBLIGATORIOS</b>		<b>395</b>	<b>390</b>	<b>785</b>
1	Gestión de Innovación y Tecnologías	20	10	30
2	Modelos de Negocios Competitivos	20	10	30
3	Marketing management	10	20	30
4	Análisis para Decisiones Gerenciales	25	5	30
5	Diagnóstico económico	20	10	30
6	Marketing en Mercados Internacionales	20	10	30
7	Management Comunicacional	20	10	30
8	Investigación de Marketing	15	15	30
9	Management de la Calidad	20	10	30
10	Entorno Legal	20	10	30
11	Management del Cambio	20	10	30
12	Management del Talento Humano y Liderazgo	20	10	30
13	Management de Tecnología y Operaciones y Management de la Cadena de Suministros	25	20	45
14	Modelos de Negocios Digitales	20	10	30
15	Management del Trabajo en Equipo	20	10	30
16	Management Ambiental	20	10	30
17	Simulación y Juego de Negocios	5	25	30
18	Management Financiero y Mercado de Capitales: Bonos, Acciones, Cartera de Inversiones	20	25	45
19	Ética y Responsabilidad Social en los Negocios y Negocios, Valores y Humanismo	20	10	30
20	Taller de Graduación	35	150	185
<b>SEMINARIOS OPTATIVOS</b>		<b>25</b>	<b>35</b>	<b>60</b>
1	Plan estratégico de negocios	5	15	20
2	Marketing estratégico	10	10	20
3	Modelo estratégico para la competitividad	10	10	20

**En total son 785 horas reloj**

**Trabajo de Graduación 185 horas reloj**

## 5.2.- Contenidos básicos de las asignaturas

### **Gestión de innovación y tecnologías.**

Modelos de negocios y economía digital. Web 2.0. Web 3.0. Empresa y tecnologías e innovación y creatividad. Ciclo de vida de la tecnología. La globalización y su impacto en la gestión de la tecnología. Los acuerdos tecnológicos entre empresas. El concepto de innovación y la terminología i+d. Gestión de innovación tecnológica y estrategia empresarial. Modelos de innovación tecnológica. Estrategia tecnológica. Instrumentos de gestión de recursos tecnológicos. Transferencia tecnológica. Intercambio tecnológico. Vigilancia tecnológica de la empresa. Prospectiva tecnológica. Dirección de proyectos de innovación tecnológica. Diseño industrial y competitividad. Gestión de innovación y tecnologías. Ideas de negocios innovadoras.

### **Modelos de negocios competitivos**

El contexto actual y la necesidad de un cambio competitivo. Aspectos básicos de la mirada sistémica de las organizaciones competitivas. La importancia clave del foco en el cliente y el posicionamiento competitivo. La elección del modelo de negocios y su estrategia competitiva. La formulación de la estrategia competitiva, de crecimiento y de innovación. Implementación de la estrategia. Evaluación estratégica. Plan estratégico de negocios.

### **Marketing management**

Sociedad, problemas, necesidades y marketing. Valores, ética y responsabilidad social. Empresa. Dirección estratégica. Procesos y relación entre ellos: estratégico, gerencial, de satisfacción de las necesidades. Marketing Management. Rumbo de la empresa. El entorno de la empresa y el marketing. Diagnóstico estratégico de marketing. Propósito o rumbo de la empresa. Marketing estratégico. Marketing operativo. Plan estratégico de marketing. Modelo del plan estratégico de marketing.

### **Análisis para decisiones gerenciales**

Gestión de las decisiones gerenciales. Investigación operacional y administración estratégica. Modelos de toma de decisión. Proceso de toma de decisiones. Evolución de los modelos. Factores que impactan el proceso. Decisiones bajo incertidumbre e instrumentos. Teoría de la decisión. Teoría de pronósticos. Sistemas para la toma de decisiones. Decisiones gerenciales para el desarrollo del negocio.



**Diagnóstico económico.**

Utilidad de la economía para el desarrollo de los negocios. Microeconomía: Teoría del consumo. Teoría de la empresa. Equilibrio y Eficiencia. Macroeconomía: Objeto y método. Las magnitudes agregadas básicas y su medición. El crecimiento económico. La Relación IS-LM en economía cerrada y en economía abierta. Modelo de Oferta y Demanda Agregada. El Mercado de trabajo. Efectos Económicos de la Política Monetaria. Efectos Económicos de la Política Fiscal. Expectativas adaptativas y negociación salarial. Economía Abierta: Crecimiento Económico. Modelo del Ciclo económico Real. Mercado de trabajo. El desempleo. La curva de Phillips y la política económica. La curva de Phillips a largo plazo. Modelo de diagnóstico económico empresarial. Informe de prospectiva económica del negocio.

**Marketing en mercados internacionales**

El pensamiento estratégico y el marketing internacional. Análisis estratégico de escenarios generales. Análisis estratégico de escenarios sectoriales. Identificación de oportunidades del marketing internacional. Conocimiento estratégico de los mercados. Plan de marketing internacional. Análisis del mercado internacional.

**Management comunicacional**

Evolución de la comunicación empresarial. Diferencias conceptuales de la comunicación entre oriente y occidente. Estrategias y comunicación. Formas de la gestión estratégica de la comunicación. Medios, tecnologías y los nuevos gestores de la comunicación. Instrumentos de la comunicación estratégica. Diferencias en las culturas orientales y sus consecuencias. La comunicación corporativa. Comunicación interna. Comunicación hacia afuera. Crisis de la comunicación y sobre - comunicación. La comunicación en marketing. Plan comunicacional.

**Investigación de marketing**

La información para la toma de decisiones. El proceso de investigación de marketing. aplicaciones del proceso. Diseño de investigación y recolección de datos. Investigaciones: cualitativa, cuantitativa. La estadística aplicada a la investigación. Presentación y análisis de resultados. Investigación de mercados internacionales. Informe de investigación de marketing.



**Management de la calidad**

Modelos y tendencias que evolucionan con los sistemas de gestión de la calidad. Los paradigmas, modelos, enfoques. El proceso y armado en un sistema de gestión de calidad. Proceso de armado de un mapa. Reingeniería de procesos. Las herramientas para la mejora del proceso de calidad. Normas ISO e implementación. El diseño y la mejora continua de la calidad de los procesos. Plan de calidad.

**Entorno legal.**

El derecho y las condiciones para ejercerlo. Legislación vinculada a las empresas y negocios. Obligaciones y contratos. Derecho Comercial. Contratos comerciales dinámicos. Contratos de garantía, seguros y bancarios. Derecho laboral. Legislación tributaria. Estrategia de adecuación del negocio al marco legal.

**Management del cambio**

El comportamiento organizacional y su vinculación con el management del talento humano. Proceso: diagnóstico, modelo, cultura, desarrollo. El proceso de cambio organizacional y el talento humano. Las organizaciones, sus características e instrumentos para el cambio. El comportamiento individual. Management, gestión del talento y desarrollo de competencias. Comportamiento y el proceso de gestión del talento humano. El cambio cultural y el proceso de gestión por competencias. Propuesta de estrategias de cambio.

**Management del talento humano y liderazgo.**

Gestión estratégica del talento humano y su vinculación con el management. Formación y desarrollo del talento humano. Liderazgo del talento humano. El proceso de evaluación integral del desempeño del talento humano. Compensación y retribución del talento humano. Proceso de desvinculación. Plan de liderazgo del talento humano.

**Management de tecnologías y operaciones – Management de la cadena de suministros**

**a) Management de tecnologías y operaciones.**

Estrategia de producto y tecnología de producción. Dirección de operaciones, ámbito, productividad y decisiones estratégicas. Estrategia de producto, selección, desarrollo, definición, documentación, transición a la producción. Disponibilidades tecnológicas, Cad/Cam, control, robots, almacenamiento, sistemas flexibles, fabricación por ordenador, tecnologías para servicios, proceso de transacciones, inteligencia artificial. Instrumentos para la dirección de operaciones, decisiones, estadísticas. Procesos, capacidad, layout. Estrategia de proceso, producción ajustada, capacidad, equilibrio, inversiones. Tipos de layout, posición fija, orientado al proceso, oficinas, comercios, almacenes, orientado a producto. Localización y transporte. Localización, factores, evaluación, localización. Modelo de transporte, stepping – Stone, distribución modificada, análisis de localización. Vínculos con Management de la Calidad y Management del Talento Humano. Plan de tecnologías y operaciones.

**b) Management de la cadena de suministros.**

Logística, cadena de suministro y servicio al cliente. Planeación y estrategias de la cadena de abasto, modelos. Decisiones de recepción, almacenamiento, surtimiento y embarque de materiales en un centro de distribución. Sistemas de transporte, costos y selección del servicio. Ventajas competitivas de las TIC's en las cadenas de suministros. Empaques y embalajes. Value Stream. Mapping (VSM). Balance Score Card (BSC) en la cadena de suministros. Cadena de suministros en el comercio Internacional. Logística y cadena de suministro. Plan de suministros del negocio.

**Modelos de negocios digitales.**

Modelos de negocio en Internet: Micropagos – contenido fraccionado. Pago por Consumo – Streaming/Pay per View. Suscripción. Membresía. Freemium-Premium. Por publicidad insertada. Acceso abierto (Open Access). P2P – MOOC's 38. Nuevos modelos. Bundle 48. Crowdfunding. Gamificación. Venta directa. Autoedición. Préstamo de contenidos digitales en bibliotecas. e-commerce y la evolución de los modelos de pago. De la tienda (retail) al móvil. Big Data. La clave de los modelos de negocio digitales. Del "todo gratis" a la diversificación: hacia un modelo de convergencia. El consumidor activo: prosumidor y UGC (Contenido generado por los usuarios). Selección del modelo de negocios digital.

**Management del trabajo en equipo.**



La dirección en el mundo moderno y la comunicación en la conducción de equipos de trabajo. El cambio generacional y las generaciones X, Y. El directivo. Organizaciones basadas en equipos. La comunicación en los equipos de trabajo. Inteligencia emocional en la conducción de equipos de trabajo. Timming, empatía, asertividad, organización y virtualización. Liderazgo y conducción de equipos de trabajo. Equipo versus grupo. Gestión de equipos de trabajo efectivos. Trabajo en equipo y coaching de equipos de trabajo. Proceso de toma de decisión en equipo. Plan de trabajo en equipo.

### **Management ambiental**

La empresa, el medio ambiente y el ser humano. Contaminación y tipos de contaminación. Sistema empresa y entorno medioambiental. Políticas y sistemas de gestión ambiental. Responsabilidad ambiental. Gestión de empresas y gestión ambiental. Instrumentos de la gestión ambiental. Desarrollo sostenible e indicadores. Impacto ambiental. Energías renovables. Instrumentos preventivos de la gestión ambiental. Instrumentos correctivos. Plan de adecuación ambiental.

### **Simulación y juego de negocios**

Simulación y juego de negocios. Simuladores empresariales competitivos y no competitivos. Decisiones en simuladores. Creación, trabajo y toma de decisiones en equipos. Simulación para el plan estratégico de negocios del postulante. Informe del resultado de la simulación, adecuación de decisiones.

### **Management financiero – Mercado de capitales, bonos, acciones y cartera de inversiones**

#### **a) Management financiero**

Dimensión económica financiera de la empresa. Información contable. Estados financieros y su interpretación: Balance. Pérdidas y ganancias. Flujo de efectivo. Planificación financiera. Flujos de caja y las decisiones financieras. Cálculos financieros: Interés. Valor temporal. VAN. Interés simple y compuesto. Tipos de interés. Actualización financiera. Rentas financieras. Diagnóstico en el marco de la estrategia. Ratios. Diagnóstico de liquidez y solvencia. Estructura de financiación. Riesgo. Tesorería y gestión de tesorería. Financiación de corto plazo. Otros instrumentos financieros. Evaluación financiera de inversiones. Costo de capital. Gestión del riesgo. Plan y evaluación financiera del negocio.



**b) Mercado de capitales, bonos, acciones y cartera.**

Sistema financiero en la República Argentina. Introducción al análisis monetario, concepto de oferta y base monetaria. Interpretación del balance del Banco Central de la República Argentina. Ley de entidades financieras. Componentes del mercado de capitales. Operaciones bursátiles y extra bursátiles. Comisión nacional de valores. La bolsa de comercio de Buenos Aires. Servicios y funciones. Mercado primario y secundario. Bolsas de valores internacionales, globalización e índices. Índices, mercados y acciones. Acciones en EEUU. NASDAQ. Caja de valores. Mercado abierto electrónico. Operatoria internacional. Bolsa de cereales argentina.

Bonos: El financiamiento con bonos. Tipos de bonos. Cálculo de su precio. TIR de un bono. Duration. Convexidad. La estructura temporal de tasas. Estrategias de cobertura con bonos. Derivados financieros: Opciones, futuros, forwards y swaps. Tipos de opciones. Cálculo de su precio. Combinaciones entre dos y más opciones. Estrategias activas y pasivas con derivados. Swaps de monedas y tasas. Estrategia de financiamiento en mercado de capitales

**Ética y responsabilidad social en los negocios – Negocios, valores y humanismo****a) Ética y responsabilidad social en los negocios.**

Ética y moral, propósito y su relación en los negocios. Responsabilidad social corporativa, ámbito de aplicación y relación con las organizaciones. Códigos éticos y de conducta. Sistemas de gestión social y medio ambiental. Acción social versus responsabilidad social. La responsabilidad social en el ámbito internacional. La economía alternativa. El hombre como individuo y como ser social. La libertad. Teoría de la Decisión humana. El Dinero y la moral. El beneficio corporativo. La sociedad moderna y su funcionamiento en base al consumo. La Organizaciones. Código de ética y marco de responsabilidad social del negocio.

**b) Negocios, valores y humanismo.**

Las necesidades de la humanidad y el afán de satisfacerlas. El negocio, enriquecimiento versus satisfacción de las necesidades humanas. Los valores que distinguen a un empresario responsable socialmente. El desarrollo humano, las necesidades humanas y los negocios. Resultados del negocio y su dependencia del desempeño empresarial. Marco de valores para el desarrollo del negocio.

**Taller de Graduación**

El Taller se desarrolla en cinco momentos, durante seis (6) meses:

Taller de Metodología:

A desarrollarse al finalizar el primer módulo, dentro del primer cuatrimestre. Tiene por finalidad

- Asistir al cursante para ayudarlo a definir el objeto para el que se desarrollará el Plan Estratégico de Negocios, como trabajo final de maestría.
- Determinar la estructura del Plan de Negocios, pertinente al negocio propuesto por el cursante.
- Exponer la metodología para elaborar el Plan de Negocios.
- Mostrar cómo aporta el trabajo de cada módulo en la elaboración
- Informar las actividades a realizar en cada uno de los siguientes cuatro (4) seminarios y las actividades previas que cada cursante debe realizar.
- Asignar a solicitud de los cursantes los profesionales que dirigirán los trabajos finales de maestría.
- Fijar las pautas para recibir la guía de los directores de trabajos finales, presentar los avances y elaborar los informes de avances.

- Seminario I:

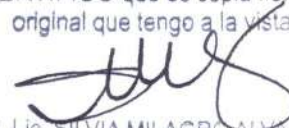
Integración de los siguientes trabajos de aplicación de cada módulo ya cursado y aprobado al finalizar el segundo cuatrimestre

- Idea de negocio innovadora.
- Estructura del plan estratégico de negocios.
- Código de ética y marco de responsabilidad social.
- Estructura del plan de marketing.
- Marco para decisiones gerenciales.
- Estrategia comunicacional del negocio.
- Plan de calidad.
- Análisis del mercado internacional.
- Informe de investigación de mercado.
- Prospectiva del contexto económico del negocio.
- Estrategia de financiamiento en mercado de valores.

- Seminario II:

Integración de los siguientes trabajos de aplicación de cada módulo ya cursado y aprobado, mismo que se desarrolla al finalizar el tercer cuatrimestre.

- Estrategia de cambio.



- Modelo de negocio digital.
- Plan de liderazgo del Talento Humano.
- Plan de tecnología y operaciones.
- Plan de suministros.
- Estrategia de adecuación al entorno legal.
- Seminario III:

Integración de los siguientes trabajos de aplicación de cada módulo ya cursado y aprobado, a efectuarse al finalizar el cuarto cuatrimestre.

- Plan de adecuación ambiental.
- Plan de trabajo en equipo.
- Marco de valores para el desarrollo del negocio.
- Informe del resultado de simulación del negocio.
- Plan de evaluación financiera del negocio.
- Seminario IV:

Consiste en la revisión final y culmina con la exposición oral y defensa formal del Trabajo Final de Maestría conducente a la Graduación. Se realiza dentro de los siguientes dos meses de finalizado el cuarto cuatrimestre y el cursado de la maestría.

- Revisión del plan estratégico de negocios.
- Adecuación del documento a las observaciones finales.
- Presentación formal, exposición oral y defensa de grado.

### **Estimación cuantitativa de los tiempos para la realización de las actividades presenciales y no presenciales.**

Las actividades académicas específicas de postulantes a obtener el postgrado y de nuestros docentes del sistema de educación a distancia en relación a las prácticas de enseñar y aprender, giran alrededor de las siguientes, siendo algunas más intensivas que otras, en relación a las características de cada uno de los módulos.

ACTIVIDADES DE LOS ALUMNOS	
1	Lectura del módulo

ACTIVIDADES DEL DOCENTE	
1	Planificación de la Propuesta Didáctica



2	Lectura de bibliografía
3	Elaboración de actividades (como desarrollo de contenidos, autoevaluación, entre otras)
4	Participación en consultas tutoriales o clases satelitales.
5	Participación en diferentes foros
6	Realización de actividades grupales
7	Asistencia a instancias de evaluación
8	Trabajos con material audiovisual
9	Elaboración del trabajo de módulo (aplicación de los contenidos al negocio propuesto)
10	Elaboración del trabajo final de maestría

2	Elaboración de materiales de estudio
3	Organización del e-learning
4	Coordinación de foros académicos
5	Evaluación de actividades de integración
6	Evaluación de exámenes
7	Evaluación de la propia práctica
8	Reuniones con autoridades académicas
9	Capacitación en servicio
10	Tareas administrativas
11	Evaluación de los trabajos de aplicación del módulo, como examen final
12	Dirección o co dirección de los trabajos finales de maestría

