



Resolución Rectoral N°: 968/2020

Fecha: 17/12/2020

Objeto: APROBAR LA CREACIÓN DE LA CARRERA “LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES” – MODALIDAD PRESENCIAL, dependiente de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica de Salta



RESOLUCIÓN RECTORAL N° 968/2020

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 diecisiete días del mes de diciembre del año dos mil veinte.

VISTO: El proyecto de carrera de “**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES**”, **MODALIDAD PRESENCIAL**, presentada por las autoridades de la Facultad de Economía y Administración; y

CONSIDERANDO:

Que las nuevas tecnologías están cambiando los modelos de negocios. La tecnología digital debe dejar de ser un simple instrumento de apoyo para mejorar la productividad y convertirse en un aspecto clave para el negocio vinculado con la innovación.

Que la utilización de Internet y otras redes sociales constituyen una comunicación efectiva y permanente con los consumidores para que conozcan lo que ofrece la empresa. Pero gran parte del valor que perciben los clientes y usuarios de las empresas deriva de la experiencia de uso de los productos y servicios. Por ello, a la hora de crear una empresa resulta básico conocer las fases, metodologías y herramientas que permitan conceptualizar, construir y desarrollar productos y servicios realmente útiles para los usuarios finales. En la actualidad existen distintas herramientas digitales obtener información sobre el segmento de mercado y estudiar su comportamiento en el sitio web.

Que esta nueva visión implica un cambio en el liderazgo: el pensamiento divergente y el fomento a la innovación para crear nuevos modelos de negocio que permitan generar nuevas fuentes de ingresos; incorporando activos digitales y un mayor uso de la tecnología para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia de los empleados, clientes, proveedores y socios de la organización.

Que de acuerdo a este nuevo contexto complejo se requiere de un profesional con sólidas competencias para gestionar los negocios y administrar las operaciones con la innovación digital de acuerdo a las demandas actuales.

Que la carrera de Licenciatura en Administración de Negocios Digitales, Modalidad Presencial, tiene una duración de cuatro (4) años y cuenta con una carga horaria total de 2.820 horas.

Que el tema fue expuesto en reunión de Consejo Académico de fecha 16 de diciembre del corriente año, habiendo recibido tratamiento favorable.

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 1°.- APROBAR LA CREACIÓN DE LA CARRERA “LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES” – MODALIDAD PRESENCIAL, dependiente de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica de Salta y solicitar ante la Dirección Nacional de Gestión Universitaria, la correspondiente validez nacional del título a otorgar de **LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES**, con una carga horaria total de 2.820 horas, cuyo Plan de Estudios y demás documentación se incorporan como Anexo a la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°.- Establecer como Alcances del Título **LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES** lo siguiente:

- Gestionar proyectos de negocios digitales desde una planificación política y estratégica de la organización.
- Planificar e implantar tecnologías innovadoras en sistemas, métodos y procedimientos en las áreas funcionales de la organización.
- Asesorar en la formulación de planes estratégicos que incorporen el uso de la tecnología como ventaja competitiva.
- Formular, ejecutar y evaluar proyectos de inversión socio-productivos a para responder a los nuevos requerimientos del mercado y de la sociedad creando ventajas competitivas sustentables.
- Asesorar a empresas para el desarrollo de emprendimientos basados en una cultura de la innovación tecnológica y en todo lo referente a la protección, confidencialidad y seguridad en la información de línea.
- Realizar estudios e investigaciones de nuevos conocimientos que aporten a mejorar la administración conforme a una tecnología dominante y transformadora.

ARTÍCULO 3°.- Remitir copia certificada de la presente Resolución a la Dirección Nacional de Gestión Universitaria a los efectos a que hubiere lugar.

ARTÍCULO 4°.- 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, Facultad de Economía y Administración, Unidades Administrativas correspondientes, a los efectos que hubiere lugar y publicar en la Página de Distribución Interna.

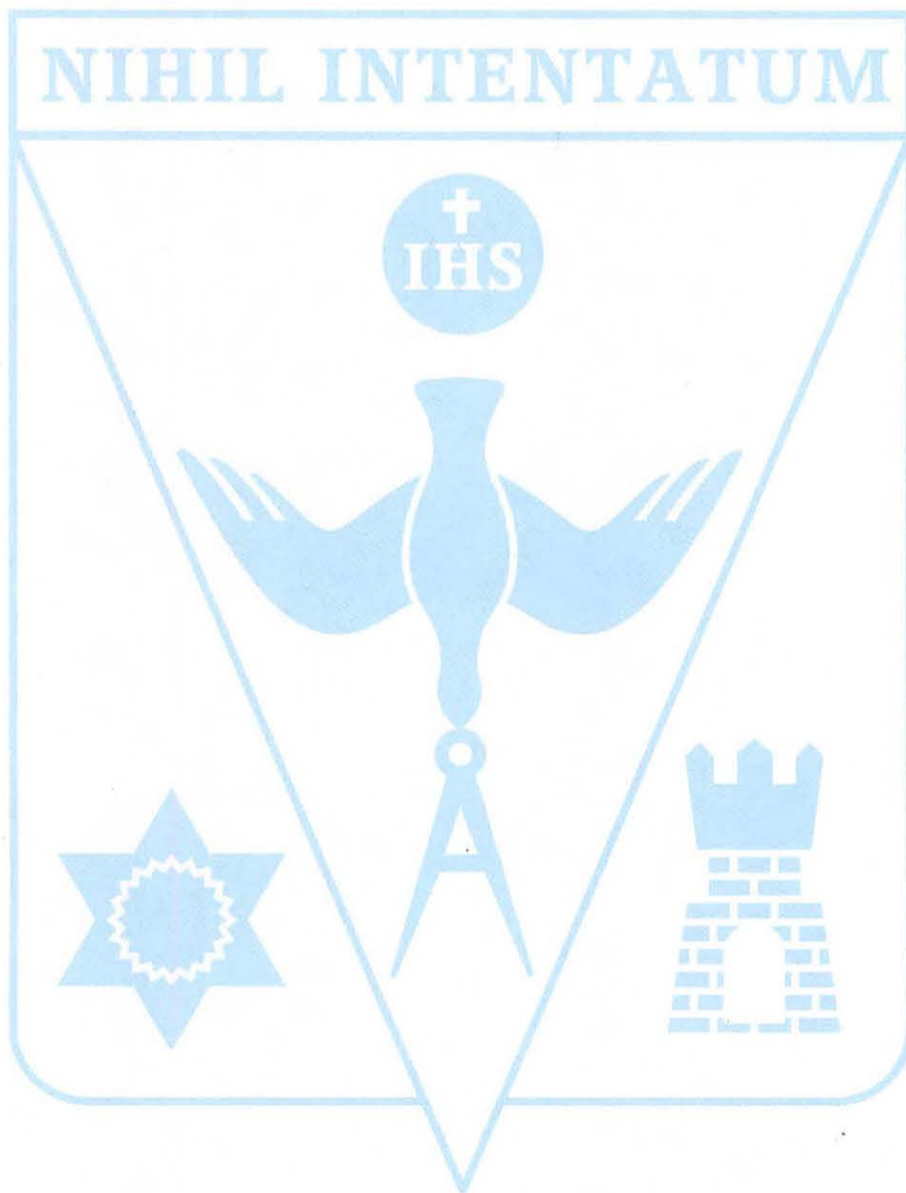
ARTÍCULO 5°.- Registrar, reservar el original y archivar

INTERVINE
CA
FA



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

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





FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

Presentación de Proyecto de Carrera

Carrera

Licenciatura en Administración de Negocios Digitales

Modalidad Presencial

AUTORIDADES

Canciller
Su Eminencia Reverendísima
Mons. Mario Antonio Cagnello
Arzobispo de Salta

Rector
Ing. Mg. Rodolfo Gallo Cornejo

Vicerrectora Académica
Prof. Mg. Constanza Diedrich

Vicerrector Administrativo
Dr. Darío Arias

Vicerrector Administrativo
Pbro. Dr. Cristian Gallardo

Vicerrector de Investigación
Dr. Federico Colombo

Secretaria General
Lic. Silvia Álvarez

Director General del Sistema de Educación a Distancia
Ing. Lic. Daniel Torres Jiménez

Decano de la Facultad de Economía y Administración
Dr. Juan Lucas Dapena Fernández

IDENTIFICACION DE LA CARRERA

Nombre	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES
Modalidad	Presencial
Institución	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA
Dependencia	FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
Título	Licenciado/a en Administración de Negocios Digitales
Duración	4 (cuatro) años

FUNDAMENTACIÓN

Las nuevas tecnologías están cambiando los modelos de negocios. La tecnología digital debe dejar de ser un simple instrumento de apoyo para mejorar la productividad y convertirse en un aspecto clave para el negocio vinculado con la innovación.

La utilización de Internet y otras redes sociales constituyen una comunicación efectiva y permanente con los consumidores para que conozcan lo que ofrece la empresa. Pero gran parte del valor que perciben los clientes y usuarios de las empresas deriva de la experiencia de uso de los productos y servicios. Por ello, a la hora de crear una empresa resulta básico conocer las fases, metodologías y herramientas que permitan conceptualizar, construir y desarrollar productos y servicios realmente útiles para los usuarios finales. En la actualidad existen distintas herramientas digitales obtener información sobre el segmento de mercado y estudiar su comportamiento en el sitio web.

Esta nueva visión implica un cambio en el liderazgo: el pensamiento divergente y el fomento a la innovación para crear nuevos modelos de negocio que permitan generar nuevas fuentes de ingresos; incorporando activos digitales y un mayor uso de la tecnología para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia de los empleados, clientes, proveedores y socios de la organización.

De acuerdo a este nuevo contexto complejo se requiere de un profesional con sólidas competencias para gestionar los negocios y administrar las operaciones con la innovación digital de acuerdo a las demandas actuales

OBJETIVOS DE LA CARRERA

- Formar profesionales con capacidades y herramientas para crear, gestionar y liderar negocios de la nueva economía.
- Preparar administradores con un pensamiento creativo y fomento a la innovación para generar nuevos modelos de negocio, y a la vez incorporar habilidades para la integración de la tecnología en todas las áreas de la empresa y modificando la gestión de procesos internos.
- Formar un nuevo profesional de la administración con un perfil que combine los conocimientos de gestión y dirección con el dominio de tecnologías y plataformas para que las organizaciones implementen estrategias de negocios y gestionar proyectos que logren su posicionamiento y supervivencia en escenarios cada vez más dinámicos y competitivos.

PERFIL DEL EGRESADO

El Licenciado en Administración de Negocios Digitales es un profesional educado con conocimientos y capacidades que configuran el siguiente perfil:

- Promueve la innovación tecnológica dentro y fuera de la organización incorporando a la cultura digital para lograr una mayor competitividad.
- Diseña y desarrolla negocios aplicando la tecnología y metodologías de trabajo innovadoras.

- Desarrolla estrategias para la integración de la tecnología en todas las áreas de la organización con la innovación en la gestión de sistemas y procesos administrativos internos.
- Lidera equipos interdisciplinarios para transformar organizaciones de la mano de la tecnología siendo un mediador entre las personas responsables de los negocios con los perfiles técnicos que se desempeñan en la organización.

ALCANCES DEL TÍTULO

- Gestionar proyectos de negocios digitales desde una planificación política y estratégica de la organización.
- Planificar e implantar tecnologías innovadoras en sistemas, métodos y procedimientos en las áreas funcionales de la organización.
- Asesorar en la formulación de planes estratégicos que incorporen el uso de la tecnología como ventaja competitiva.
- Formular, ejecutar y evaluar proyectos de inversión socio-productivos a para responder a los nuevos requerimientos del mercado y de la sociedad creando ventajas competitivas sustentables.
- Asesorar a empresas para el desarrollo de emprendimientos basados en una cultura de la innovación tecnológica y en todo lo referente a la protección, confidencialidad y seguridad en la información de línea.
- Realizar estudios e investigaciones de nuevos conocimientos que aporten a mejorar la administración conforme a una tecnología dominante y transformadora.

COMPETENCIAS

El Licenciado en Administración de Negocios Digital está capacitado para el ejercicio de las siguientes funciones y tareas:

- Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo.
- Elaborar, evaluar y administrar proyectos en negocios digitales.
- Evaluar e implementar sistemas de procesamiento de datos e información para el control y la toma de decisiones administrativas.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos
- Analizar y aplicar las tecnologías de información y comunicación en la gestión de negocios digitales
- Formular y optimizar sistemas de información para la gestión de negocios digitales.
- Formular planes integrados de marketing

CONDICIONES DE INGRESO

Para ingresar en la carrera de Licenciatura en Administración de Negocios Digitales de la Universidad Católica de Salta el aspirante deberá cumplir con los siguientes requisitos:

Estudios secundarios completos o polimodal si correspondiera. Podrán también ingresar a esta carrera los aspirantes que cumplan los requisitos y condiciones establecidos en el artículo 7° de la Ley de Educación Superior y aprueben satisfactoriamente los requisitos para este ingreso determinado por la Facultad.

Ingresantes Extranjeros

Además de lo exigido a los postulantes argentinos, los aspirantes extranjeros deberán acreditar sus estudios secundarios completos. Quienes tuvieran títulos expedidos en el extranjero, deberán observar las prescripciones legales y la documentación deberá estar autenticada por el Cónsul Argentino del lugar de expedición del certificado, por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y por el Ministerio de Educación de la Nación, presentando además cualquiera de los siguientes documentos:

Pasaporte visado por autoridad consular argentina que acredite su radicación en calidad de "Temporario-Estudiente", con sello habilitante de su ingreso estampado por funcionario de Migraciones que determinará su vigencia, o Pasaporte con constancia de prórroga vigente de permanencia en la categoría "Temporario-Estudiente", expedido por la Dirección Nacional de Migraciones o autoridad delegada, o Pasaporte con sello redondo con leyenda "Permanente", o Documento Nacional de Identidad (DNI.) con constancia de haberse acordado y hallarse en vigencia la categoría "Temporario- Estudiante" con esta expresión o " artículo 30 inc. "c", o Documento Nacional de Identidad (DNI.) con constancia de "Residencia Permanent

ESTRUCTURA CURRICULAR

PRIMER AÑO								
Código	Asignatura	Régimen	Horas Semanales por semestre		Total Horas Anuales	Correlativas		
			1º	2º		Para cursar		Aprobadas para Rendir
						Regulares	Aprobadas	
1	Filosofía	Sem.	3		45			
2	Matemática I	Sem.	4		60			
3	Economía I	Sem.	4		60			
4	Administración I	Sem.	4		60			
5	Herramientas Informáticas I	Sem.	6		90			
6	Contabilidad I	Sem.		6	90			
7	Matemática II	Sem.		4	60	2		2
8	Economía II	Sem.		4	60	3		3
9	Administración II	Sem.		4	60	4		4
10	Herramientas Informáticas II	Sem.		6	90	5		5
TOTAL DE HORAS					675			

SEGUNDO AÑO								
Código	Asignatura	Régimen	Horas Semanales por semestre		Total Horas Anuales	Correlativas		
			1º	2º		para cursar		Aprobadas para Rendir
						Regulares	Aprobadas	
11	Teología	Sem.	3		45			
12	Instituciones de Derecho Civil y Comercial	Sem.	4		60			
13	Matemática Financiera	Sem.	6		90	7		7
14	Contabilidad II	Sem.	6		90	6		6
15	Fundamentos de Marketing	Sem.	6		90			
16	Inglés Técnico	Sem.		4	60			
17	Administración III	Sem.		4	60	9		9
18	Derecho del Trabajo y la Seguridad Social	Sem.		3	45	12		12
19	Estadística I	Sem.		4	60	7		7
20	Comercio Electrónico	Sem.		4	60	15		15
TOTAL DE HORAS					660			

TERCER AÑO								
Código	Asignatura	Régimen	Horas Semanales por semestre		Total Horas Anuales	Correlativas		
			1º	2º		para Cursar		Aprobadas para Rendir
						Regulares	Aprobadas	
21	Doctrina Social de la Iglesia	Sem.	3		45	11		11
22	Costos	Sem.	6		90	14		14
23	Contabilidad Gerencial	Sem.	6		90	14		14
24	Derecho Societario	Sem.	3		45	12		12
25	Marketing Digital	Sem.	6		90	20		20
26	Gestión de las Personas	Sem.		4	60	18		18
27	Finanzas Operativas	Sem.		4	60	23		23
28	Dirección Estratégica	Sem.		4	60	9		9
29	Estadística II	Sem.		4	60	19		19
30	Desarrollo de Productos Digitales	Sem.		6	90	25		25
TOTAL DE HORAS					690			

CUARTO AÑO								
Código	Asignatura	Régimen	Horas Semanales por semestre		Total Horas Anuales	Correlativas		
			1º	2º		para Cursar		Aprobadas para Rendir
						Regulares	Aprobadas	
31	Ética Profesional	Sem.	3		45	1		1
32	Dirección de Operaciones	Sem.	6		90	22-29		22-29
33	Régimen Tributario	Sem.	4		60			
34	Big Data y Analítica Digital	Sem.	6		90	30		30
35	Finanzas Corporativas	Sem.	4		60	27		27
36	Métodos y Modelos Cuantitativos	Sem.	4		60	29		29
37	Inteligencia Aplicada a los Negocios	Sem.		6	90	34		34
38	Gestión de Proyectos y Emprendimientos	Sem.		6	90	27		27
39	Control de Gestión	Sem.		4	60	23		23
40	Negocios Digitales Avanzados	Sem.		4	60	30		30
41	Trabajo Final de Graduación	Sem.		6	90			1 a 40
TOTAL DE HORAS					795			

CARGA HORARIA TOTAL	<u>2.820 horas</u>
----------------------------	---------------------------

Título Final : LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES

CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ASIGNATURAS

1. Filosofía

Filosofía, Ciencia e Ideología. El porqué de la ciencia filosófica; Los orígenes de la Filosofía; ¿Qué es la ciencia? Tipos – Características de las Ciencias Fáticas
El método científico; Filosofía y ciencia: el filosofar científicamente y encarar la ciencia filosóficamente. La concepción antropológica en el pensamiento griego y pensamiento cristiano; El hombre en el pensamiento de la edad moderna. Factores de ruptura. Racionalismo. Materialismo e Idealismo. Evolucionismo; La nueva antropología filosófica: Max Scheler; La modernidad y la postmodernidad: características, influencias e implicancias.
El hombre en relación con el mundo; El mundo de la técnica y su impacto antropológico. El hombre como ser personal.

2. Matemática I

Álgebra aplicada a Ciencias Económicas: Introducción a la lógica matemática y a la teoría de conjuntos. Números reales. Logaritmos. Análisis Combinatorio. Vectores y Matrices. Sistemas de Ecuaciones Lineales. Trigonometría Básica.

3. Economía I

Delimitación del campo de la economía como ciencia. Sectores económicos. Conceptos Básicos de Microeconomía. Preferencia y conductas del consumidor. Las funciones de oferta y demanda. Teoría de la Producción. Teoría de los Costos. Análisis de los mercados. Mercados oligopólicos y de competencia.

4. Administración I

Las Organizaciones. Conceptos y características. Finalidad. Clasificación. Las empresas. Características. Clasificación. Áreas funcionales. La Administración. Objeto de estudio. La administración como ciencia y arte. Etapas del proceso administrativo. El contexto organizacional. Fuerzas del entorno. Cultura organizacional. La importancia del cambio en la sociedad, en las organizaciones y la administración. Evolución del pensamiento administrativo

5. Herramientas Informáticas I

Competencias digitales para el mundo laboral. Trabajo colaborativo. Gestión de la información en tiempo real. Gestión de documentos en línea. Gestión de archivos. Presentaciones eficaces. Recursos. Redes Sociales.

6. Contabilidad I

La Contabilidad. Antecedentes y evolución. Los Entes. Sus recursos y fuentes. Operaciones y hechos económicos. El patrimonio y la contabilidad. El ejercicio económico. Las variaciones patrimoniales. El sistema Contable. Activo. Pasivo. Patrimonio Neto y Resultados. Análisis general de los rubros. Tratamiento contable. Culminación del proceso contable. Los informes contables.

7. Matemática II

Funciones. Límites y Continuidad. Derivadas. Extremos. Aplicación a la Economía. Sucesiones y Series. Integrales Indefinidas. Integrales definidas. Ecuaciones Diferenciales.

8. Economía II

Conceptos Básicos de Macroeconomía. Los modelos macroeconómicos básicos. Cuentas nacionales. Medición de la actividad económica PBI. Sector real. Consumo, ahorro e inversión. Demanda global y demanda agregada. Inflación. El sector externo El mercado de bienes. Estructura mundial y argentina.

9. Administración II

Teoría General de los Sistemas. El enfoque sistémico de las organizaciones sociales. La decisión como proceso transversal en la función administrativa. Las funciones de Planeamiento, Organización, Dirección y Control.

10. Herramientas Informáticas II

Gestión de documentos, archivos e información en tiempo real. Planificación, organización y control eficiente de flujos de trabajo. Programas para la dirección y gestión de proyectos.

11. Teología

Necesidad de una justificación racional de la Fe. La decisión de creer como acto responsable y libre. El acto de la fe. El cristianismo como Religión revelada. Antropología teológica. La Santísima Trinidad. La creación. Jesucristo: su persona, su tiempo y su humanidad. Cristología bíblica y dogmática. La Iglesia de Jesucristo. Los sacramentos de la Iglesia

12. Instituciones de Derecho Civil y Comercial

Derecho Civil y Derecho Comercial. Fuentes. Sujetos del Derecho. Hechos y actos jurídicos. Obligaciones y contratos. Derechos reales. Derecho de Familia. Sucesiones. Títulos y valores: letra de cambio. Cheque y pagaré

13. Matemática Financiera

Teoría del Interés. Tasa de interés y de descuento. Nominales y efectivas. Operaciones financieras simples en condiciones de estabilidad monetaria y su valoración frente a variaciones en el poder adquisitivo de la moneda. Operaciones complejas. Equivalencia de capitales. Tasa interna de retorno. Rentas. Sistema de amortización de deudas: reembolso único, francés, alemán, americano y directo. Distintos tipos de empréstitos. Nociones de cálculo actuarial: seguros sobre la vida y la muerte, reserva matemática. Sistemas de ahorro y préstamos. Cálculo financiero en proyectos de inversión

14. Contabilidad II

Teoría contable: Principios. La unidad de medida. Criterios de valuación y exposición. Los modelos contables. Usuarios. Principios o cualidades de la información. Normas de valuación y exposición de activos y pasivos. Normas Contables. Distintas Fuentes. Normas Comparadas.

15. Fundamentos de Marketing

Concepto y evolución del Marketing. El mercado y el entorno. El plan de marketing. Segmentación del mercado. Comportamiento del consumidor. Decisiones de producto. Decisiones de precio. Decisiones sobre comunicación. Decisiones de distribución. Marketing de servicios. Marketing no empresarial.

16. Inglés Técnico

Identificación de sustantivos. Identificación de verbo. Manejo del diccionario. Organización conceptual del texto. Conectores. Referentes. Estudio Gramatical Estudio Morfológico: Modo del verbo. Voz pasiva. El adverbio. Expresiones idiomáticas. Oraciones condicionales. Comprensión de textos: técnicas de lectura comprensiva. Temas específicos de análisis y comprensión relacionados con la Economía y Negocios.

17. Administración III

Concepción mecanicista y organicista del diseño de las estructuras de las organizaciones. Principios básicos del diseño de la estructura autoridad, división del trabajo, unidad de mando, tramo de control, cadena de mando, unidad de objetivos. Departamentalización. Centralización y descentralización. Coordinación, manuales de funciones y de procedimientos. Organigramas y Cursogramas, técnicas de diagramación. Estructura y estrategia. Modelos clásicos y nuevos modelos organizacionales

18. Derecho Trabajo Social y de la Seguridad Social

Introducción al Derecho del Trabajo. Ámbitos. El Trabajo Humano. La Relación del Trabajo y La Empresa. Contrato de trabajo: elementos. Derechos y obligaciones de las partes. Modalidades. Remuneración. Régimen legal de descanso. Trabajo de mujeres y menores. Suspensión del contrato de trabajo. Extinción del contrato de trabajo. Derecho Colectivo del Trabajo. Relación con sindicatos. Convenios colectivos. Seguridad Social: Contingencias y prestaciones. Higiene y seguridad laboral.

19. Estadística I

Alcance y significado de la Estadística. El método estadístico. Organización y presentación de los datos. Análisis descriptivo a través de medidas de posición, de variabilidad, asimetría y curtosis. Teoría general de las probabilidades. Distribuciones de probabilidad. Distribución en el muestreo. Números índices.

20. Comercio Electrónico

La Economía Digital. Características del Comercio Electrónico. Modalidades. Proceso Comercial. Logística. Operaciones. Promoción del sitio. Aspectos legales. Infraestructura tecnológica para los negocios digitales

21. Doctrina Social de la Iglesia

Objeto y método de las DSI. La Persona Humana. Los derechos humanos. La familia. La sociedad y el estado. Las ideologías y los sistemas políticos y económicos. La Economía. El derecho de propiedad. El trabajo. La empresa y los sindicatos. El orden institucional.

22. Costos

Conceptos básicos de costos. Introducción a los sistemas de costeo. El Costeo de Absorción. Análisis de la conducta de los costos. El Costeo Variable. Costos en los negocios digitales

23. Contabilidad Gerencial

Contabilidad administrativa y financiera. La contabilidad como soporte para el planeamiento y control. El presupuesto en la gestión empresarial. Tipos de presupuestos. Estados proyectados. Interpretación de estados contables. Ratios. Mediciones. Indicadores financieros, patrimoniales y económicos.

24. Derecho Societario

Sociedades. Concepto. Clasificación. Constitución. Requisitos del contrato constitutivo. Estudio particular de cada tipo societario. Disolución y liquidación. Sociedades cooperativas. Asociaciones civiles. Conceptos básicos de Derecho Concursal

25. Marketing Digital

La dirección comercial en el entorno digital. El consumidor digital. Pautas en medios digitales y formatos de publicidad. Captación, segmentación y fidelización de leads on line. Contenidos digitales. Social media. El plan de marketing digital. KPI's del marketing digital.

26. Gestión de las Personas

El Sistema de Recursos Humanos. La provisión de personal. Reclutamiento y selección. Los sistemas de aplicación y mantenimiento del factor humano. Formación y desarrollo de las personas. Administración de remuneraciones y beneficios. Las relaciones laborales internas y externas. Sistemas de control de la gestión del personal.

27. Finanzas Operativas

Finanzas operativas. Capital de trabajo. Financiamiento de corto plazo. Planeación financiera.

28. Dirección Estratégica

Administración estratégica. Teoría fundamental de la estrategia. Análisis del entorno general y específico. Fuerzas del entorno. Análisis interno. Cadena de valor. Ventaja competitiva. Estrategias funcionales del negocio. Estrategias corporativas. Dirección. Procesos de dirección. Formulación, implantación y evaluación de la estrategia

29. Estadística II

Inferencia estadística. Estimación de parámetros. Test de hipótesis. Pruebas no paramétricas: distribución chi cuadrado. Análisis de regresión y correlación simple y múltiples. Series de Tiempo. Control estadístico de calidad.

30. Desarrollo de Productos Digitales

Características de los productos digitales. Diseño del producto. Herramientas de diseño. Visión. Formulación de estrategias. Lanzamiento de productos. Diseño de experiencia de usuario. Sistemas de gestión de contenidos.

31. Ética Profesional

La Ley. La Conciencia. La Moralidad de un Acto. Los Actos Humanos. Principales Doctrinas Éticas. La Ética Empresarial. Responsabilidad Social Empresaria.

32. Dirección de Operaciones

Sistemas de producción. Gestión y análisis de procesos. Localización y distribución de planta. Planificación de la producción, Logística. Costos de la administración de las operaciones. Sistemas de gestión. Gestión de la calidad. Gestión de la seguridad y salud laboral. Gestión ambiental.

33. Régimen Tributario

Conceptos básico de Finanzas Públicas y Derecho Tributario. Gasto público. Recursos tributarios. Derecho Constitucional Tributario. Derecho Tributario Sustancia. Derecho Administrativo. Tributario. Derecho Procesal Tributario. Impuesto a las Ganancias. Impuesto al Valor Agregado. Régimen del Monotributo. Tributos provinciales municipales.

34. Big Data y Analítica Digital

Introducción a Big Data. Motivación y Objetivos. Modelos de almacenamiento de la información. Conceptos fundamentales: in memory, online warehousing, data virtualization, data mining, análisis descriptivos, predictivos y prescriptivos. Visualización de la información. Introducción a la analítica

social. Bases de datos no relacionales. Casos de Uso. Herramientas y Librerías para analítica social. el proceso de análisis digital, los indicadores claves de rendimiento y optimización.

35. Finanzas Corporativas

Presupuesto de capital. Inversiones. Fuentes de financiamiento de mediano y largo plazo. Costo de Capital. Política de dividendos. Valuación de empresas.

36. Métodos y Modelos Cuantitativos

Métodos Cuantitativos para la gestión y toma de decisiones. Análisis de Decisiones. Programación Lineal. Gestión de Proyectos: PERT y CPM. Modelos de Inventario. Líneas de Espera. Simulaciones. Métodos avanzados

37. Inteligencia Aplicada a los Negocios

Introducción al proceso decisorio y las soluciones de Business Intelligence. Diseño y construcción del Data warehouse. Exploración de la Información.

38. Gestión de Proyectos y Emprendimientos

El proceso emprendedor. Cualidades. Etapas de un proyecto. Idea de negocio: investigación, maduración y definición. Análisis del sector y la competencia. Formulación del plan de negocios. Plan de Marketing. La inversión y financiación. Estudio de la viabilidad. Evaluación técnica. Evaluación económica, financiera y social del proyecto.

39. Control de Gestión

Bases del control de gestión. Herramientas. El plan de control. Control de gestión y control administrativo. Cuadro de mando. La auditoría como herramienta de gestión.

40. Negocios Digitales Avanzados

Nuevos modelos de negocios digitales. Estrategias. Herramientas para la toma de decisiones en entornos complejos y competitivos

41. Trabajo Final de Graduación

Objetivos del TFG. Modalidades. Metodología de cada modalidad. Diseño del TFG. Etapas. Informe final.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La metodología de enseñanza de esta carrera, que debe desarrollarse atendiendo a la formación de competencias, requiere tener en cuenta la realidad actual en donde hay cambios en las formas de pensar y actuar de los países, las personas y las organizaciones. En particular, prestar atención a los intereses y sentimientos de los estudiantes en un nuevo entorno socio cultural donde los avances de la ciencia y las innovaciones tecnológicas son cada vez más vertiginosos. A lo anterior debe agregarse los cambios en el mercado de trabajo cuyos requerimientos no solo exigen capacidades técnicas, sino competencias sociales y estratégicas. El desarrollo de diversas estrategias metodológicas para abordar la complejidad que supone esta carrera, deben ser trabajadas para posibilitar a los alumnos contextualizar, transferir, operar en situaciones problemáticas, promoviendo las construcciones significativas a través del análisis, la interpretación, la reflexión y la relación de los saberes con la realidad en la que actúan.

Se proponen las siguientes estrategias que pueden ser apropiadas para la enseñanza en función de los objetivos de la carrera, perfil del egresado y los alcances del título. No se trata de una formulación taxativa, sino de propuestas válidas de implementación. Cada cátedra tiene la libertad y el criterio de seleccionar y combinar otras estrategias que considere adecuadas e innovadoras.

Estrategia	Finalidad
Enseñanza Directa	Mediante la exposición demostrativa, esta estrategia receptiva es eficaz para la enseñanza de conceptos teóricos donde los alumnos puedan tener dificultades para descubrirlos por sí mismos.
Tratamiento de la información	Permite desarrollar capacidades para un adecuado manejo de la información aplicando las etapas de relevamiento, organización, procesamiento, elaboración, análisis e interpretación de datos primarios y secundarios. En esta metodología es fundamental el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. En este concepto se incluyen recursos informáticos, las redes virtuales, como así también el material audiovisual y multimedial, y los medios de comunicación interpersonales con soporte tecnológico. Además de las aplicaciones habituales, posibilitar el acceso a entornos virtuales para promover el trabajo colaborativo utilizando las tecnologías disponibles, para ampliar y sostener también el debate fuera del aula; los estudiantes podrían participar de
Estudio de caso	Los casos representan situaciones problemáticas de la vida real donde se pretende que los alumnos generen soluciones, desarrollando las habilidades creativas, la capacidad de innovación y conectan la teoría con la práctica. Este método posibilita la reflexión, el análisis y la discusión de las posibles soluciones donde se integran conocimientos y se promueve el trabajo colaborativo y la toma de decisiones en equipo.
Resolución de problemas	La finalidad es contextualizar los conocimientos adquiridos ante situaciones problemáticas de distintos niveles de complejidad y amplitud. Esta estrategia busca la adquisición de un proceso mental estructurado que incluye la identificación del problema, la toma de datos, análisis de alternativas y el uso de los instrumentos de resolución y verificación de resultados donde quede evidenciada la transferencia de conocimientos a situaciones nuevas
Simulación	A través de situaciones simuladas que reproducen situaciones reales, los alumnos ejercen una práctica contextualizadora donde integran y transfieren las capacidades adquiridas
Proyectos	Son propuestas integradoras de contenidos, que permitan experimentar una mirada global sobre problemáticas centrales de las disciplinas y promuevan la participación activa y el trabajo en equipo. Los estudiantes realizan tareas diversas y asumen diferentes funciones propiciando aprendizajes efectivos sobre la realidad.
Talleres	Es una metodología centrada en el hacer relacionando y articulando las teorías con las prácticas.
Investigación	Estrategia que facilita que los estudiantes aprendan los pasos del proceso investigativo de manera progresiva
Prácticas Profesionales	El término prácticas externas se refiere al "conjunto de actuaciones que un estudiante/titulado realiza en un contexto natural relacionado con el ejercicio de una profesión". Aunque el contacto con la profesión puede desarrollarse de diversas formas, las prácticas externas están diseñadas como una oportunidad de aprendizaje. En consecuencia, la misión de este tipo de prácticas es lograr aprendizajes profesionales en un contexto laboral sujeto a cierto control.
Seminarios	Método que permite investigar con profundidad y de forma colectiva ciertos contenidos curriculares desarrollando habilidades vinculadas al pensamiento crítico.
Uso de TICS	Es una estrategia transversal para desarrollar competencias digitales fundamentales para el ejercicio de la actividad profesional.

EVALUACIÓN

A diferencia de la evaluación tradicional que es limitada, final y sumativa y con un único procedimiento y estrategia, la evaluación basada en competencias es: auténtica, referida al criterio, continua y formativa, y aplicando distintos procedimientos y estrategias

- a) **Evaluación auténtica.** Evaluar el desarrollo de competencias implica valorar de una forma integrada todos sus componentes, algo que se opone a una visión analítica y aditiva donde cada uno de ellos sería evaluado por separado.
- b) **Evaluación referida al criterio.** Es decir, es preciso definir los criterios o niveles y serán estos referentes los que orienten la calificación o evaluación del alumno. Resulta por lo tanto un planteamiento mucho más exigente y ambicioso que requerirá un mayor esfuerzo en la planificación y diseño de la materia por parte del profesor
- c) **Evaluación continua y formativa.** El foco en el aprendizaje del alumno conlleva integrar dentro de este aprendizaje las actividades evaluativas prestando al alumno la necesaria y continua retroalimentación sobre sus logros y dificultades. Asimismo, la evaluación continua a lo largo del curso va orientando al alumno en sus decisiones estratégicas sobre lo que debe aprender y cómo

aprenderlo. Tiene también una función motivadora, reforzando un esfuerzo mantenido mediante el logro de sucesivas metas próximas.

Puesto que los componentes de las competencias a evaluar son de muy diferente naturaleza (conocimientos, habilidades y destrezas, actitudes y valores), el alineamiento de la evaluación con las competencias obliga al uso combinado y hasta integrado de diferentes estrategias y procedimientos.

i) Criterios de evaluación

Se proponen los siguientes criterios orientativos

- Identificación y resolución de situaciones problemáticas.
- Fundamentación del proceso de resolución.
- Promoción reflexión sobre alternativas para la resolución.
- Aplicación de metodologías adecuadas para la formulación y evaluación de planes de negocios y otros proyectos.
- Utilización del lenguaje específico.
- Capacidad para trabajar en equipo y de compromiso con las tareas.
- Capacidad para la superación de dificultades.
- Flexibilidad demostrada ante las distintas situaciones.
- Capacidad de transferir los conocimientos declarativos a situaciones funcionales.
- Aplicación de softwares específicos y simuladores.

ii) Instrumentos de evaluación

- Cuestionarios de diversos formatos (de respuestas extendidas, respuestas restringidas, selección múltiple, opción falso /verdadero, etc.)
- Trabajos prácticos de ejercicios y problemas
- Trabajos de aplicación profesional (planes de negocios, planes estratégicos, formulación y evaluación de proyectos, etc.)
- Análisis y resolución de casos.
- Resolución de situaciones problemáticas.
- Formulación y evaluación de proyectos.
- Trabajos de investigación
- Memorias de prácticas profesional y participación de actividades académicas (proyectos de investigación y extensión).
- Uso de herramientas tecnológicas como apropiación para el aprendizaje en el marco de la cultura digital y como aplicación y desarrollo en las actividades profesionales
