

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

COMERCIO EXTERIOR

PLAN DE ESTUDIOS
+
CONTENIDOS MÍNIMOS

UNIVERSIDAD DE
Belgrano
BUENOS AIRES - ARGENTINA

Licenciatura en Comercio Exterior
Resolución N° 086/11
Tabla general de asignaturas del Plan de Estudios y Obligaciones Académicas
(Ajuste 2012)

Asignatura	Horas cátedra semanales	Carga horaria total en horas cátedra	Carga horaria total en horas reloj	Correlatividades
1er. Año				
Administración I	4	64	48	-
Administración II	4	64	48	Administración I
Contabilidad I	4	64	48	-
Contabilidad II	4	64	48	Contabilidad I
Análisis Matemático I	5	80	60	-
Análisis Matemático II	5	80	60	Análisis Matemático I
Instituciones del Derecho	6	96	72	-
Práctica Profesional I	6	96	72	-
Principios de Economía	6	96	72	-
Prueba de Nivel de Inglés		-	-	
Prueba de Nivel de Informática		-	-	
Taller de Profundización del Conocimiento		-	48	
Subtotal anual horas reloj			576	
2do. Año				
Costos I	4	64	48	Contabilidad II
Costos II	4	64	48	Costos I
Marketing I	5	80	60	Administración II
Marketing II	5	80	60	Marketing I
Microeconomía	6	96	72	Principios de Economía
Estadística	6	96	72	Análisis Matemático II
Derecho Comercial I	3	48	36	Instituciones del Derecho
Práctica Profesional II	6	96	72	Práctica Profesional I
Derecho Comercial II	3	48	36	Derecho Comercial I
Materia Optativa de Formación General (MOFG) 1	2	32	24	-
Particip. en Jornadas y Congresos	-		23	-
Subtotal anual horas reloj			551	
3er. Año				
Macroeconomía	6	96	72	Principios de Economía
Investigación de Mercados	6	96	72	Marketing II – Estadística
Régimen Tributario Aduanero	4	64	48	Derecho Comercial II
Regímenes Económicos Regionales	6	96	72	Macroeconomía
Logística Comercial	4	64	48	Marketing II
Logística Internacional	4	64	48	Logística Comercial
Habilitación Profesional I	6	96	72	Práctica Profesional II
Cálculo y Administración Financiera	5	80	60	Estadística
Derecho Internacional	4	64	48	Derecho Comercial II
MOFG 2	2	32	24	-
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	23	-
Subtotal anual horas reloj			587	

4to. Año				
Finanzas Internacionales	4	64	48	Macroeconomía
Marketing Internacional	4	64	48	-
Negocios Internacionales	4	64	48	Marketing Internacional
Técnicas de Negociación Internacional	4	64	48	Marketing Internacional
Marketing y Comercio Electrónico	4	64	48	-
MOFG 3	2	32	24	-
Habilitación Profesional II	6	96	72	Habilitación Profesional I
Taller de Trabajo Final de Carrera	2	32	24	-
MOFE 1	4	64	48	-
MOFE 2	4	64	48	-
MOFE 3	4	64	48	-
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	45	-
Trabajo Social Profesional	-	-	200	-
Desarrollo de Trabajo Final de Carrera	-	-	200	
Prueba de Lecto-comprensión de Inglés	-	-	-	
Defensa de Trabajo Final de Carrera	-	-	-	
Subtotal anual horas reloj			949	
TOTAL DE LA CARRERA EN HORAS RELOJ			2.663	
Título final: LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR				

Listado de MOFE:

Asignatura	Carga horaria semanal
Envases y Embalajes	4
Marketing de Servicios	4
Evaluación y Administración de Proyectos	4
Normas Internacionales de Calidad	4
Mercados de Capitales y Derivados Financieros	4
Administración de Recursos Humanos	4
Marketing Directo	4
Economía Internacional	4
Organismos Internacionales	4
Teoría de las Decisiones	4
Administración de Pymes	4
Planeamiento Estratégico	4
Publicidad, Promoción y Merchandising	4

Contenidos mínimos de las asignaturas

- **1er. Año**

- .- ADMINISTRACIÓN I

Fundamentos de la administración. Evolución de las ideas en Administración. Las organizaciones: concepto, enfoque y funcionamiento. Liderazgo y comunicación. Trabajo en equipo. Tablero de comando. El comportamiento organizacional. Epistemología de la Administración.

- .- ADMINISTRACIÓN II

El proceso de formación de objetivos. Procesos de decisión, planeamiento, influencia, ejecución, información y control. Estructura organizativa. La administración y las organizaciones en la Argentina.

- .- CONTABILIDAD I

Conceptos introductorios. Función y proceso contable. Las cuentas. Clasificación. Principios contables. Registración de operaciones. Cierre del ciclo contable. Balance de sumas y saldos. Normas contables: legales y profesionales. Introducción a su estudio.

- .- CONTABILIDAD II

Elaboración de estados contables. Efectos de la inflación. Criterios de valuación. Análisis e interpretación de estados contables. Uso de la información contable para la toma de decisiones. Contabilidad Gerencial.

- .- ANÁLISIS MATEMÁTICO I

Funciones de variable real. Conjunto de números reales. Concepto de función. Funciones algebraicas y trascendentes. Límites. Continuidad. Derivada. Diferencial. Fórmulas de Taylor y de Mc Laurin. Aplicación a la Administración y la Economía.

- .- ANÁLISIS MATEMÁTICO II

Integral indefinida. Teorema fundamental del cálculo integral. Métodos de integración. Integral definida. Matrices y determinantes. Sistemas, de ecuaciones lineales. Geometría analítica del espacio. Ecuaciones diferenciales y en diferencias finitas. Funciones de varias variables. Derivadas parciales. Extremos relativos Aplicación a la Administración y la Economía.

- .- INSTITUCIONES DEL DERECHO

Aspectos conceptuales básicos del Derecho. El Derecho Constitucional. La Constitución Argentina. La organización del Gobierno Nacional. Derecho Civil. Concepto. El Código Civil Argentino. Persona. Domicilio. Capacidad e incapacidad. Fin de la existencia de las personas físicas. Personas jurídicas. El patrimonio. El hecho como fuente del Derecho. Derechos reales. Concepto y evolución de la familia. Sucesiones. Derecho Administrativo. Hechos y actos administrativos. Legislación y reforma del Estado.

- .- PRACTICA PROFESIONAL I

La empresa: concepto y tipos. Creación. Inscripciones en organismos de control y tributación. Funciones que se desarrollan en la empresa. Documentación empleada. El contexto de la empresa: social, político, económico, cultural, tecnológico, ecológico. Mercados. Bolsas de valores. Organismos tributarios y de control. Contexto internacional. La asignatura está orientada a la práctica, valiéndose presentaciones teóricas breves y desarrollándose a través de casos y trabajos de campo.

- .- PRINCIPIOS DE ECONOMÍA

La ciencia económica. El hecho económico. Concepto de valor. Unidades económicas. Plan económico de la unidad de consumo. Necesidades. Utilidad. Curvas de indiferencia. Recta del gasto. Equilibrio del consumidor. Demanda individual y de mercado. Elasticidades. Plan económico de la unidad de producción. Factores, productividad. Isocuantas. Costos. Equilibrio. Mercados. Equilibrio del empresario y de la industria. Los agregados económicos. Producto; consumo; ahorro; inversiones; importaciones;

exportaciones. Sus determinantes y relaciones. Moneda. Precios. Interés. Equilibrio general. Distribución del ingreso. Crecimiento y desarrollo.

- **2do. Año**

- .- COSTOS I

Costos: concepto y metodología básica. El costo en el subsistema de la contabilidad patrimonial y en el de la contabilidad gerencial. Contabilidad de Costos. Los elementos del costo de producción. Los costos de comercialización y administración. Introducción a los métodos y sistemas de costos.

- .- COSTOS II

Métodos y sistemas de costos. La relación costo-volumen-utilidades. Costos para la toma de decisiones. Costos para la fijación de precios. Informes de costos.

- .- MARKETING I

Definición. Planeamiento estratégico y proceso de marketing. Investigación y sistemas de información de marketing. Comportamiento de los consumidores. Segmentación de mercados y posicionamiento.

- .- MARKETING II

Desarrollo de la "mezcla de marketing". Ciclo de vida y desarrollo de nuevos productos. Fijación de precios de productos. Canales de distribución y administración de la logística. Ventas personales, venta minorista y mayorista, administración de ventas. Estrategias de comunicación. Publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. Marketing directo. Marketing y comercio electrónico.

- .- MICROECONOMÍA

Teoría de la conducta del consumidor. Curvas de indiferencia. Restricciones presupuestarias. Obtención de curvas de demanda. Efectos de la variación de. Precios y del ingreso en la conducta del consumidor. Efectos precio, sustitución y renta. Demanda individual y de mercado. Cambios en la cantidad demandada y en la demanda. Elasticidades. Producción. Factores. Isocostos. Equilibrio de la empresa. Senda de expansión. Corto y largo plazo. Costos. Mercados. Equilibrio del empresario y de la industria. Teoría de la distribución. Determinación del precio de los factores de la producción. El equilibrio general

- .- ESTADÍSTICA

Estadística descriptiva. Probabilidades. Variables aleatorias. Principales distribuciones. Inferencia estadística. Pruebas de hipótesis. Estimación de parámetros. Muestreo. Regresión y correlación. Series cronológicas. Pronósticos. Números índices.

- .- DERECHO COMERCIAL I

Teoría general de los actos de comercio. Obligaciones. Contratos: concepto, características y tipos. Títulos y papeles de comercio. El crédito y la transmisión de bienes y derechos. Garantía económica, esencial, natural, adicional y eventual. Letra de cambio, pagaré, cheque, y otros documentos comerciales. Sociedad comercial: concepto, análisis de los distintos tipos de sociedades.

- .- DERECHO COMERCIAL II

Temas jurídicos comerciales especiales: protección legal del software; régimen de las inversiones extranjeras; régimen legal de la inscripción y retribución de patentes, marcas y otros activos intangibles. Legislación regulatoria del comercio exterior; promoción industrial: uniones transitorias de empresas (UTE) y agrupaciones de colaboración empresarias.

- PRÁCTICA PROFESIONAL II

Introducción al comercio exterior y al marketing internacional. Régimen legal del comercio internacional: Incoterms. Aspectos básicos de la operatoria del comercio exterior: fletes, seguros, trámites aduaneros y bancarios. La empresa y el comercio exterior: adecuación de su estructura a la planificación, organización y métodos de exportación. Integración, coordinación y control de áreas dentro de la empresa exportadora: Comercialización, Producción, Administración, Finanzas, Legal. Análisis operativo de la Gerencia de Exportaciones. La asignatura está orientada a la práctica, valiéndose presentaciones teóricas breves y desarrollándose a través de casos y trabajos de campo. Se prevén visitas a empresas vinculadas con la materia y organismos públicos.

• 3er. Año

- MACROECONOMÍA Los agregados económicos. Producto, ingreso, consumo, inversión, ahorro. Macroeconomía clásica. Macroeconomía keynesiana. Oferta y demanda monetaria. Gobierno. Economía abierta. Crecimiento. Ciclos económicos. Política monetaria y fiscal.

- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El sistema de investigación de mercados. Propuesta de estudio. Proyecto de investigación. Tipos de investigación. Etapas preliminares. Fuentes de datos. Información secundaria. Muestreo. Medición y causalidad; proceso de medición; medición de actitudes; diseños causales. Obtención de información de los encuestados. Procesamiento de los datos. Análisis univariado, bivariado y multivariado de información. Informes. Medición y pronóstico de la demanda. Investigación de productos y prueba de mercado. Amplitud y alcance de la investigación de mercado internacional. Investigación multicultural. Investigación en Internet.

- RÉGIMEN TRIBUTARIO ADUANERO

Legislación vigente. Régimen impositivo. Régimen financiero. Régimen arancelario de importaciones. Formación de costos. Mecanismos no convencionales. Régimen bancario. Incoterms. Documentos comerciales. Seguros y fletes. Organismos nacionales intervinientes: SICE, Aduana; BCRA, entidades financieras autorizadas, Secretaría de Hacienda, compañías de seguros, cámaras empresarias, organizaciones comerciales (tradings, consorcios, representaciones) Servicio Económico Exterior de la Nación.

- REGÍMENES ECONÓMICOS REGIONALES

Concepto de cooperación e integración económica internacional. Cooperación internacional: el FMI, Banco Mundial y GATT/OMC. Teoría de la integración económica. Régimen económico de la Unión Europea (UE): Estructura institucional e instrumental, su evolución. La Política Agrícola Común de la UE, impacto en el comercio exterior argentino y mundial. Regímenes comerciales en América: ALCA, NAFTA, ALADI Y MERCOSUR. Estructuras instrumentales e institucionales. Evolución de las preferencias comerciales a nivel regional y su aplicación al comercio exterior argentino. Cooperación e integración en el área del Pacífico.

- LOGÍSTICA COMERCIAL

La logística en el marco de la estrategia de comercialización. Elementos del sistema logístico. Variables relevantes. Integración Comercialización-Producción. Planeamiento comercial. Administración de la fuerza de ventas; zonificación y ruteo. Canales de distribución: Concepto y enfoque tradicional comparado con el moderno, modalidades. Política de distribución, su optimización, eficacia y costo. Nivel de actuación y de control sobre el canal. Nivel de cobertura de la distribución: cobertura, aprovisionamiento, stock y fidelización. Resultado de gestión de distribución. Información por producto, por canal, por marca y de nuevos competidores. Interacción de la distribución con publicidad, ventas y otros factores competitivos clave.

- LOGÍSTICA INTERNACIONAL

El transporte internacional: modos, infraestructura y documentación. Definición e impacto de la logística internacional. Canales internacionales de distribución. La cadena de abastecimiento e internet. Instalaciones y elementos de almacenamiento internacional: las zonas aduaneras privilegiadas. Elementos del empaque internacional. Logística contractual. Administración logística integrada, administración centralizada y descentralizada.

.- HABILITACIÓN PROFESIONAL I

Administración del comercio y el marketing global. Planeamiento estratégico global. Expansión del mercado global: administración de productos y marcas. Planteo de estrategias según los entornos cultural, económico, financiero, político y jurídico. Etapas de la internacionalización de la empresa: empresa nacional, internacional, transnacional y multinacional. Estructura organizacional y toma de decisiones: factores que la afectan. Articulación de la estrategia de marketing internacional con las posibilidades que otorga el marco regulatorio nacional e internacional. La asignatura está orientada a la práctica, valiéndose presentaciones teóricas breves y desarrollándose a través de casos y trabajos de campo.

.- CÁLCULO y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Conceptos básicos del cálculo financiero. Métodos cuantitativos aplicables a la valuación de activos. Operaciones financieras. Capitalización y descuentos. Métodos de evaluación de proyectos de inversión. Imposiciones, amortizaciones y rentas. Sistema de ahorro y préstamo. Pensiones. Administración financiera. Mercados de dinero y de capitales. Presupuesto de capital; riesgo y rentabilidad; equilibrio de activos financieros. Inversiones. Endeudamiento. Adquisiciones. Fusiones de empresas. Planificación financiera. Decisiones financieras a corto plazo. Gestión financiera internacional. El control en la empresa. Control de gestión; principios y métodos. Sistemas de información gerencial.

.- DERECHO INTERNACIONAL

Derecho Internacional Público: concepto. La comunidad internacional. Obligatoriedad. Fuentes. El Estado como sujeto. El territorio del estado. Relaciones entre Estados. La Comunidad Internacional Organizada. Los foros internacionales. El individuo frente al Derecho Internacional. La responsabilidad internacional. Derecho Internacional Privado: Ciencia y autonomía. Ordenamiento iusprivatista internacional y norma iusprivatista internacional en general. Normas iusprivatistas internacionales especiales.

• 4to. Año

.- FINANZAS INTERNACIONALES

El sistema monetario internacional: Antecedentes y evolución. Contabilidad nacional y balanza de pagos: el problema de la deuda internacional, en Argentina y América Latina. Mercados cambiarios y financieros internacionales. Financiamiento del comercio internacional. Evaluación de rentabilidad y riesgos de las transacciones internacionales: utilización de derivados financieros. Aspectos macroeconómicos en economías abiertas. Tipos de cambio y mercados de divisas: análisis de políticas monetarias y fiscales.

.- MARKETING INTERNACIONAL

Alcance del marketing internacional. Perspectivas geográficas y culturales del marketing internacional. Investigación de mercados y logística internacional (revisión de temas). El producto: adaptación o estandarización. Estrategias para la fijación del precio de exportación. Estrategias de comunicación global. Marketing y desarrollo económico: los mercados emergentes. Marketing de los productos industriales y de servicios. Expansión del mercado global.

.- NEGOCIOS INTERNACIONALES

Negocios internacionales desde la pequeña y mediana empresa nacional hasta la empresa multinacional. Formulación de negocios como profesional independiente y dentro de la empresa: la intermediación en negocios de comercio exterior. Leasing, franquicias y otras

alternativas a la compra-venta internacional. Variables a considerar en el desarrollo de negocios con países industrializados o economías emergentes: la influencia de la imagen de marca-país.

.- TÉCNICAS DE NEGOCIACION INTERNACIONAL

Análisis del proceso de la negociación. Evolución y límites. Teoría de la comunicación aplicada al proceso de negociación. Teoría del significado. Tipos de negociación. Negociación en redes y en forma colectiva. El director y gerente como negociadores permanentes. Negociación en ventas. Técnicas de negociación en situaciones de conflicto: mediación y arbitraje. La negociación internacional. Diferencias culturales y su influencia en los acuerdos. Técnicas específicas.

.- MARKETING Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Conceptos Básicos del marketing por Internet. Bases y objetivos del marketing interactivo: Prospecting, adquisición, retención y fidelización. Consideraciones generales del Permission marketing, el Spam y la ética en Internet. Estrategia de armado de bases de datos online, gestión y mantenimiento. Testing y encuestas. De la publicidad tradicional a la publicidad online: armado de pautas publicitarias y nuevas funcionalidades. Herramientas del e-marketing: E-mail marketing, e-newsletters, e-commerce. El valor de Internet en el comercio exterior. La 4 "c" del comercio exterior digital: comunidad, confianza, comunicación, contenido. E-logística en el comercio exterior. La reintermediación digital. Los infremediaros e infomediarios, los Marketplaces como herramientas para encontrar clientes en el exterior.

.- HABILITACIÓN PROFESIONAL II

Desarrollo de los aspectos avanzados de la operatoria del comercio exterior. Manejo de la documentación y tramitación del comercio exterior: aspectos bancarios, aduaneros y del transporte internacional: soluciones de casos complejos tomados de la realidad. La asignatura está orientada a la práctica, valiéndose de presentaciones teóricas breves y desarrollándose a través de casos y trabajos de campo. Se prevén visitas a empresas vinculadas con la materia y organismos públicos.

.-TALLER DE TRABAJO FINAL DE CARRERA

Desarrollo de técnicas para la confección y defensa del Trabajo Final integrador de la carrera.

- **MATERIAS OPTATIVAS DE FORMACIÓN ESPECÍFICA**

.- ENVASES Y EMBALAJES

Concepto de envase y concepto de packaging. Diseño y producción de envases: aspectos técnicos y regulaciones. Concepto de presentación. Rotulado enfocado desde el marketing y según la normativa regulatoria. El empaque para el comercio exterior: aspectos técnicos y normativos.

.- MARKETING DE SERVICIOS

Evolución y representatividad del servicio. Características de los servicios. Clasificación de las empresas según el servicio que brindan. El servicio como factor clave de diferenciación. Selección del mercado objetivo. Elección del segmento/nicho de mercado. Posicionamiento del servicio. Estrategias. Elaboración del Plan de Marketing de Servicios. Como monitorear el plan y prever e influenciar cambios futuros. Marketing Internacional de Servicios.

.- EVALUACIÓN y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

Concepto y tipos de proyectos. Metodología para el estudio de proyectos; diferencias entre el sector público y las empresas privadas. Estudios comercial, industrial, organizacional y económico-financiero. Flujo de fondos proyectado. Evaluación del proyecto. Análisis de sensibilidad. Presentación y conclusiones. Concreción de la inversión: etapas; programación. Control: cronológico, económico-financiero y de gestión.

.- NORMAS INTERNACIONALES DE CALIDAD

Normas ISO 9.000 y 10.000. Organismos de normalización y de acreditación. Las Normas 750 y el Comité TC176; como funcionan y cuando se actualizan las Normas. Normas 750 sobre 10.000. Alcances de las 750 9001/2/3/4. Beneficios que otorga y cuales no otorga. Ventajas que otorga la certificación y la aplicación de las Normas de Calidad Internacionales. Aspectos desfavorables de las Normas. Certificación no siempre es igual a la acreditación. Requisitos críticos que generan desaprobación de los sistemas de calidad. Vinculación de los requisitos entre las ISO 9001/2/3/4. Normas actuales de calidad internacional vigentes.

.- MERCADO DE CAPITALES Y DERIVADOS FINANCIEROS

Morfología de los mercados de valores. Naturaleza de los flujos monetarios y financieros nacionales e internacionales. Análisis empírico del funcionamiento de los mercados. Swaps. Opciones. Futuros y nuevas formas de productos y derivados financieros. Ingeniería financiera.

.- ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Planeamiento Organizacional y de los recursos humanos. Selección de Personal; análisis de la posición a cubrir, contactos, medios de selección, entrevista, pruebas técnicas, evaluación psicológica, examen médico prelaboral, referencias. Inducción. El servicio de empleo. Control de presencia; ausentismo. Disciplina. Capacitación. Desarrollo de los recursos humanos. Acumulación de potencial. Política de remuneraciones. Descripción y evaluación de tareas. En cuenta de remuneraciones. Estructura y nivel de remuneraciones. Evaluación de desempeño. Beneficios.

.- MARKETING DIRECTO

Definición y herramientas del Marketing Directo. Formas de comunicación de marketing directo: venta cara a cara, marketing por correo directo, marketing por catálogo, telemarketing, marketing por televisión de respuesta directa, marketing en quioscos. Desarrollo del Marketing relacional. Marketing directo y comercio electrónico. Marketing directo integrado. Política pública y aspectos éticos del marketing directo. Perspectivas del marketing directo para los próximos años.

.- ECONOMÍA INTERNACIONAL

Teorías clásica y neoclásica del comercio internacional. Teoría de Herskher-Ohlin. Beneficio del libre comercio. Tarifas y represalias. El deterioro de los términos del intercambio. Teoría de la protección. Análisis del Mercado Cambiario al contado ya término. Proceso de ajuste clásico, keynesiano y monetarista. Regímenes cambiarios y estabilidad macroeconómica.

.- ORGANISMOS INTERNACIONALES

Organismos Internacionales políticos y económicos. El sistema de la Organización de las Naciones Unidas. Organizaciones de cooperación política. Organizaciones de cooperación comercial: las organizaciones de productos. El proceso de integración económica y política de la Unión Europea.

.- TEORÍA DE LAS DECISIONES

Metodología para la toma de decisiones. Elementos de una situación de decisión. Análisis del proceso decisorio. Situaciones especiales: conflicto de objetivos, decisiones competitivas, riesgo e incertidumbre, certeza, decisiones secuenciales. Variables independientes y dependientes, controlables y no controlables. Análisis de sensibilidad. Decisiones estratégicas y tácticas. Métodos para solucionar problemas decisorios. Optimización. Análisis marginal. Programación lineal y no lineal. Teoría de los juegos. Decisión bayesiana. Simulación. PERT. Programación dinámica. Problemas de inventarios. Decisiones de reemplazo de equipos. Teoría de las colas.

.- ADMINISTRACIÓN DE PYMES

La empresa PYME en la Argentina y en el mundo. Empresas familiares. Estructuras administrativas propias. Crisis en los procesos de crecimiento. Transformación de empresas familiares pequeñas en medianas y su posterior conversión en empresas grandes.

Reconversión de los sistemas administrativos y contables. El marketing y el comercio internacional de la empresa PYME.

.- PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Planificación y decisión de políticas y estrategias empresarias. Diseño de la cartera de negocios: análisis de la cartera actual, creación de estrategias de crecimiento, planeamiento de estrategias funcionales. Análisis técnico de los pasos: de la formulación de metas a la ejecución de presupuesto y plan de acción. El planeamiento estratégico de la pequeña empresa.

.- PUBLICIDAD, PROMOCIÓN y MERCHANDISING

Enfoque estratégico y táctico de la comunicación. Vehículos de comunicación de la empresa: productos, servicios, envases, catálogos, folletos de funcionamiento, distribuidores, vendedores, promotores de venta, directivos, gerentes, atención telefónica, servicio al cliente. Publicidad por distintos medios, personal, imagen visual de las oficinas y la fábrica, etc. Comunicación con los clientes, accionistas, proveedores e inversionistas. Plan anual de la estrategia táctica y publicitaria. Diagnóstico, diseño e implementación estratégica y táctica incluyendo a todo, y cada uno de los vehículos de la comunicación. Modelo para realizar análisis y seguimiento de las estrategias y la táctica publicitaria de la empresa.

• MATERIAS OPTATIVAS DE FORMACIÓN GENERAL

Se dictarán las materias de formación general que forman parte de la oferta general de la Universidad, a elección de los alumnos. A continuación se presentan algunas de las opciones posibles:

.- FILOSOFÍA

La problemática filosófica. El hombre y la Filosofía. Alma y Cosmos en el mundo antiguo. El problema del principio y del movimiento. El hombre y las potencias cósmicas. Sujeto y mundo en la Edad Moderna. Razón y experiencia. Los objetos y el hombre en el mundo actual. Neoempirismo. Neopositivismo. Análisis del lenguaje. Los hechos y el lenguaje. Wittgenstein. Heidegger. La estructura ontológica de la existencia humana. Ser y tiempo. Modernidad y Postmodernidad. Reconstrucción del sujeto. La simulación de la cultura.

.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN y OPINIÓN PÚBLICA

Los sistemas sociales y la comunicación: Teorías sobre la comunicación masiva. Estructura de los medios de comunicación masiva. Legislación y control. Naturaleza de la opinión pública. Elementos que inciden en la diversidad de opiniones. Teorías sobre opinión pública.

.- ÉTICA

El hombre y sus valores éticos. Necesidad de la reflexión sobre la cuestión moral: modernidad, postmodernidad. Presupuestos éticos. Moral pública y moral privada. Problemas morales en la actualidad: el valor de la vida, el aborto, la corrupción, los derechos humanos, etc. El hombre frente a las adicciones, a la tecnificación y al economicismo, como formas de vida. El problema de la diferencia: la discriminación. La vigencia de los valores éticos en el ámbito de las estructuras sociales, políticas, técnicas, educativas, etc. Ética, cultura y productividad.

.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Concepto de ciencia. Ciencias fácticas y formales. Métodos deductivos y probabilísticos. Fases de una investigación: delimitación del marco teórico, elaboración de hipótesis de trabajo; diseño de la investigación: elección del. Tipo de prueba, recolección de datos, análisis de los resultados. Elementos básicos para la redacción de un informe de investigación.

.- MOVIMIENTOS SOCIALES y POLÍTICOS DEL SIGLO XX

La situación política y social del siglo XX. Movimientos políticos y sociales según su aparición histórica y/o posible simultaneidad. Fenómenos políticos más destacados: comunismo,

fascismo, nazismo, movimientos del Tercer Mundo de los años 50 y 60 y su multiplicidad de actores. Comunismo Maoísta, movimientos de liberación de India, Egipto, Yugoslavia y los populismos de América Latina en sus expresiones más salientes. La caída del comunismo y la Revolución conservadora de los '80 y '90.

.- PSICOLOGÍA POLÍTICA

Comportamiento y análisis de la sociedad política. Los condicionantes psicológicos de la acción política; las masas y el comportamiento psicológico frente a las decisiones políticas.

.- DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Enfoque de la legislación vigente en la argentina en defensa del consumidor. Implicancias de la ley en el comportamiento del consumidor.

.- ANÁLISIS POLÍTICO-SOCIAL MUNDIAL

Conocimientos sobre la situación política y social a escala mundial. Como se organizan y agrupan naciones. La organización e instituciones internacionales. El problema del trabajo.