



"2019 - Año de la Exportación"

MINISTERIO DE EDUCACIÓN,
CULTURA, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR

CAMPUS UNIVERSITARIO, RUTA NACIONAL N° 12 KM. 7 ½
ESTAFETA MIGUEL LANÚS - 3304 - POSADAS - MISIONES

POSADAS, 02 MAY 2019

VISTO: El Expediente CUDAP: FCE_EXP-S01:0000061/2019, de la Facultad de Ciencias Económicas. Actualización Plan de Estudio de la Carrera de Posgrado: "Maestría en Administración Estratégica de Negocios" (Res. CD. N° 175/18), y

CONSIDERANDO:

QUE, la Resolución CD N° 175/18 del Consejo Directivo de la citada Facultad, aprueba la actualización del Plan de Estudio de la Carrera de Posgrado "Maestría en Administración Estratégica de Negocios".

QUE, a fs. 26 los miembros firmantes de la Comisión de Asesoramiento Técnico de Posgrado, en Despacho N° 001, sugieren: "LA APROBACIÓN DE LAS ACTUALIZACIONES DEL PLAN DE ESTUDIO DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS".

QUE, la Comisión de Posgrado se expidió sobre el tema mediante Despacho N° 005/19 obrante a fojas 29, sugiriendo: "la aprobación de la actualización propuesta".

QUE, el tema fue tratado por el Alto Cuerpo en su 2ª Sesión Ordinaria/19, efectuada el día 24 de Abril de 2019 y aprobado por unanimidad de los Consejeros presentes.

Por ello:

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
RESUELVE:**

ARTICULO 1º.- APROBAR, la actualización del Plan de Estudios de la Carrera de Posgrado "Maestría en Administración Estratégica de Negocios" de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Misiones que, como Anexo, forma parte de la presente Resolución.

ARTICULO 2º.- REGISTRAR, Comunicar, y Cumplido. ARCHIVAR.-

RESOLUCIÓN CS N° 035/19

haa


Dra. María Sandra LIBUTTI
Secretaria Consejo Superior
Universidad Nacional de Misiones


MSc. Ing. Alicia V. BOHREN
Presidente Consejo Superior
Universidad Nacional de Misiones



MINISTERIO DE EDUCACIÓN,
CULTURA, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR
CAMPUS UNIVERSITARIO, RUTA NACIONAL Nº 12 KM. 7 ½
ESTAFETA MIGUEL LANÚS - 3304 - POSADAS - MISIONES

"2019 - Año de la Exportación"

ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

PLAN DE ESTUDIOS

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS

FUNDAMENTACIÓN

La Universidad Nacional de Misiones, comenzó a funcionar en el año 1973, según Decreto. Ley Nº 20.286, al año siguiente se incorpora la Escuela de Administración de Empresas, la que en el año 1980 pasa a llamarse Facultad de Ciencias Económicas.

En la actualidad la Universidad Nacional de Misiones, cuenta con una población estudiantil de 24.000 alumnos y la Facultad de Ciencias Económicas, ha ido incorporando varias carreras de pregrado y de grado, contando en este momento, con aproximadamente 3.700 estudiantes.

Esta unidad académica tiene entre su oferta las carreras de pre-grado de Secretariado Ejecutivo Universitario, Técnico Universitario Administrativo-Contable y Técnico Universitario Administrativo en Emprendimientos Turísticos, entre las carreras de grado, se encuentran Contador Público y las licenciaturas en Administración de Empresas y Economía; a partir del año 1996 comienzan a incorporarse las carreras de posgrado, entre las Especializaciones se encuentran Sindicatura Concursal, Derecho de la Empresa, Contabilidad Superior y Auditoría, Gestión de Empresas Cooperativas y Tributación. También entre las carreras de Posgrado la Facultad cuenta actualmente con el Programa de Posgrado en Administración que incluye al Doctorado en Administración, la maestría en Gestión Pública y la presente maestría en Administración Estratégica de Negocios, la que fue aprobada en el año 1995 y desde el año siguiente se encuentra en funcionamiento en forma ininterrumpida, está en la actualidad transitando con su cohorte número once, y desde el comienzo hasta el año 2017, ingresaron aproximadamente 700 alumnos.

Esta maestría es de especial importancia no sólo en el ámbito institucional, sino también en la provincia y la región e intenta convertirse en un centro de excelencia académica administrativa y de eficiencia organizacional para las empresas de la región. Existe además reconocimiento del valor de la acción científica interdisciplinaria, ya que involucra a diferentes disciplinas, íntimamente relacionadas con las actividades tecnológicas y económicas de la región, por las diferentes alternativas de integración de equipos profesionales y docentes y las acciones referidas a la investigación.

Es de destacar que es elevado el número de estudiantes que residen en Brasil y se trasladan hasta la UNaM. a fin de cursar la presente maestría.



MINISTERIO DE EDUCACIÓN,
CULTURA, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR
CAMPUS UNIVERSITARIO, RUTA NACIONAL Nº 12 KM. 7 ½
ESTAFETA MIGUEL LANÚS - 3304 - POSADAS - MISIONES

"2019 - Año de la Exportación"

ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

Título que otorga:

Magíster en Administración Estratégica de Negocios

OBJETIVOS DE LA CARRERA

Esta Carrera tiene como objetivos formar interdisciplinariamente profesionales capacitados en la gestión empresarial, con aptitud de decisión y acción para el desempeño eficaz y eficiente de las organizaciones empresariales.

Propiciar el desarrollo de la investigación y la docencia en áreas de gestión empresarial.

Contribuir a la formación de líderes flexibles e innovadores, que sean capaces de anticipar, gerenciar y producir cambios, en los contextos políticos, económicos y sociales de inestabilidad y turbulencia en que se insertan las organizaciones empresariales en la actualidad.

En tal sentido, esta Carrera de Maestría tiene como propósito contribuir, a través de la formación de profesionales altamente capacitados, para la gestión, la investigación y la docencia, en las organizaciones y para la sociedad en general.

Fortalecer las actividades de gestión empresarial en el área del Mercosur como efecto de la carrera, considerando la ubicación estratégica tri-fronteriza en la que se encuentra ubicada.

PERFIL DEL EGRESADO

En el marco de los objetivos señalados, se espera desarrollar en los graduados, las siguientes competencias:

- Disposición y habilidad para incorporar y desarrollar a través de la investigación y aplicar nuevos conocimientos en el área de la gestión empresarial y académica.
- Idoneidad para anticipar, evaluar y administrar el impacto en los procesos de cambio organizacional.
- Disposición y habilidad para liderazgo responsable y participativo de las organizaciones empresariales.
- Idoneidad para la creación y organización en grupos de trabajo interdisciplinarios.
- Competencia para la utilización de instrumentos de análisis financieros de los sectores empresariales.
- Aptitud para el análisis crítico de la realidad socio-económica de la provincia, del país y de la región, en relación con las decisiones que se toman en el ámbito de las organizaciones.
- Habilidad para la utilización y desarrollo de nuevas tecnologías en la toma de decisiones.



MINISTERIO DE EDUCACIÓN,
CULTURA, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR
CAMPUS UNIVERSITARIO, RUTA NACIONAL N° 12 KM. 7 ½
ESTAFETA MIGUEL LANÚS - 3304 - POSADAS - MISIONES

"2019 - Año de la Exportación"

ANEXO RESOLUCIÓN CS N° 035/19

REQUISITOS DE ADMISIÓN DE LOS POSTULANTES

Título previo exigido:

- Título Profesional de carrera de grado, expedido por universidad pública o privada; se dará prioridad a los profesionales en ciencias económicas, pero el Comité Académico, puede admitir interesados de otras profesiones que a su juicio, muestren interés en la carrera y trayectoria adecuada en el ámbito empresarial, como así también a los postulantes con título de nivel superior no universitario dispuesto por la Res. CS N°29/04.

Otros requisitos:

- Solicitud de inscripción.
- Conocimientos del idioma inglés (nivel lecto-comprensión).
- Curriculum vitae y carpeta de antecedentes debidamente autenticada.
- Una (1) fotografía 4 x 4 y Una (1) fotografía digital
- Fotocopia de DNI
- Pago de matrícula de inscripción

Procedimiento de Selección:

El Comité Académico procederá a una evaluación de antecedentes e interés en realizar la carrera, en base a los siguientes tópicos:

- Experiencia profesional en el área de Administración de Negocios, docencia, investigación o manifestar interés de desempeñarse en organizaciones empresariales.
- Conocimientos del idioma inglés (nivel lecto-comprensión).
- Curso introductorio con evaluación para todos los postulantes en general.

Nivelación de conocimientos: se llevará a cabo a juicio del Comité Académico, para quienes lo necesiten por la formación profesional o disciplinar, Cursos de Finanzas, Administración y/o Economía de 15 horas de duración cada uno. De acuerdo a las pautas establecidas en la reglamentación de la carrera.

Cupo máximo y mínimo: de acuerdo a lo establecido en el reglamento de la carrera.



ANEXO RESOLUCIÓN CS N° 035/19

ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

La Carrera es altamente flexible, el Plan de Estudios se organiza por asignaturas, lo que permite actualizar los contenidos cada vez que sea necesario. Se desarrollan en ejes obligatorios y optativos, ya que se considera que de esta manera se pueden fortalecer actividades con base científica y vincular la teoría con la práctica; en el caso de las asignaturas optativas, permite a los cursantes que quieren desarrollar otra orientación a que accedan a estos cursos, dándole de esta manera la posibilidad de profundizaciones diferentes a través de esas temáticas.

Las actividades optativas son aquellas que los alumnos deberán realizar eligiendo entre las posibilidades que le ofrece la maestría. De la oferta de cursos optativos presentados, se deben elegir dos (2) en forma obligatoria. Las obligatorias son aquellas que componen el núcleo básico de la carrera y que todos los alumnos deberán realizar sin excepción, incluye trece (13) asignaturas.

El programa conjuga la especialización profesional con una orientación práctica. Por ello se contemplan dentro de las actividades curriculares los cursos teórico-prácticos. Incluye en los cursos teóricos, talleres, seminarios y conferencias, como también actividades de investigación.

La parte práctica tiene un fuerte sustento en los trabajos prácticos y estudios de caso sobre problemáticas reales, éstos son incluidos en los talleres, los que recobran suma importancia a través de los trabajos de campo y resolución de simulaciones, resultando de gran aporte para la carrera.

Distribución de las asignaturas por horas y créditos

N°	Asignaturas	Carácter	Hs. Teóricas	Hs. Prácticas	Créditos
01	Negociaciones Comerciales Internacionales	Obligatoria	20	20	4
02	Dirección Estratégica de Finanzas	Obligatoria	20	20	4
03	Metodología de la Investigación	Obligatoria	20	20	4
04	Desarrollo Empresario	Obligatoria	20	20	4
05	Instrumentos Macroeconómicos	Obligatoria	20	20	4
06	Ética de los Negocios	Obligatoria	20	20	4
07	Marketing Estratégico	Obligatoria	20	20	4
08	Innovación e Inteligencia Empresaria	Obligatoria	20	20	4
09	Operaciones y Logística	Obligatoria	20	20	4
10	Gestión Estratégica de Costos	Obligatoria	20	20	4
11	Planeamiento Estratégico de Nuevos Negocios	Obligatoria	20	20	4



ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

12	Empresas Sustentables	Obligatoria	20	20	4
13	Taller de Tesis	Obligatoria	100	60	16
	Total horas teóricas obligatorias		340		
	Total horas prácticas obligatorias			300	
14	Negocios en el Mercosur	Optativa	20	20	4
15	Características Jurídicas de los Contratos Empresariales	Optativa	20	20	4
16	Management y los Nuevos Paradigmas	Optativa	20	20	4
17	Simulación Informática de Decisiones Estratégicas de Negocios	Optativa	20	20	4
18	E-Business	Optativa	20	20	4
19	Estrategias de Supervivencia	Optativa	20	20	4
20	Calidad Total	Optativa	20	20	4
21	Emprendedurismo Regional	Optativa	20	20	4
	Total horas teóricas optativas (2 a elección)		40		
	Total horas prácticas optativas (2 a elección)			40	
	Total horas teóricas obligatorias y optativas		380		
	Total horas prácticas obligatorias y optativas			340	
	Tesis	Obligatoria			

1 crédito = 10 horas

Carga horaria total de asignaturas obligatorias: 640 hs.

Carga horaria total de 2 materias optativas exigidas: 80 hs.

Total general horas: 720 hs. (Teóricas 380 hs. + Prácticas 340 hs.)

Total horas de investigación: 200 hs.

Duración de la carrera: 24 meses y tesis*

*Establecido en el Reglamento de la Carrera

La modalidad de la carrera es presencial

Tipo de maestría: Profesional



MINISTERIO DE EDUCACIÓN,
CULTURA, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR
CAMPUS UNIVERSITARIO, RUTA NACIONAL Nº 12 KM. 7 ½
ESTAFETA MIGUEL LANÚS - 3304 - POSADAS - MISIONES

"2019 - Año de la Exportación"

ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

Asignatura Obligatoria

Introducción a los elementos esenciales de los negocios internacionales. Aspectos históricos de integración (cepal, alalc, aladi, mercosur). Escenario de los negocios internacionales. Investigación y selección de mercados internacionales. Análisis de los mercados del Mercosur. Procesos de marketing internacional. El proceso integrado de comercio exterior. Logística de la distribución física internacional. Características de la distribución en el Mercosur. Fuentes de financiamiento. Financiamiento de JointVentures, de inversiones en el exterior, de fusiones y adquisiciones de empresas. Medios internacionales de pago. Leasing, factoring y forfaiting. Otros medios internacionales de pago.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE FINANZAS

Asignatura Obligatoria

El contexto financiero internacional. El sistema financiero de posguerra. La gubernamentalidad financiera y el proceso de globalización. Crisis financieras internacionales: ganadores y perdedores. Los mercados financieros internacionales. Teoría de los mercados eficientes. Mercados de dinero. Operaciones. Tasas internacionales. Mercados de capitales. Mercados de bonos. Mercados de acciones. Commodities. Operaciones con divisas. Variaciones en los tipos de cambio. Derivados financieros. Opciones reales. Futuros. Forwards. Swaps. Los principios financieros fundamentales. Stock de capital y flujo de fondos. Las finanzas en la administración estratégica de negocios. Teorías del riesgo, retorno y costo de capital. Las decisiones financieras. Evaluación del riesgo y retorno en las decisiones de inversión. La gestión financiera. El monitoreo y la evaluación del contexto financiero.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Asignatura Obligatoria

Clasificación de las ciencias. Método y técnicas científicas. Datos e hipótesis. Fundamentos y contrastabilidad de las hipótesis. Teorías y modelos. Teorías tecnológicas: tipos y características. Reglas tecnológicas. Predictibilidad. La administración como tecnología. Corrientes contemporáneas. Empiristas: Popper, Kuhn, Lakatos. Alternativas: escuela de Frankfurt; hermenéutica; retoricismo. Problemas epistemológicos específicos. Métodos cualitativos: entrevistas, encuestas, investigación participativa. Alcance, validez. Diseños. Metodología, teoría y tipo de racionalidad: aplicación a la microeconomía y a la teoría de las organizaciones. Planeamiento y redacción de un trabajo de investigación. La formulación del tema de investigación y la fase exploratoria inicial. Justificación y antecedentes de la investigación. El planteamiento del problema. Hipótesis y objetivos de la investigación. Análisis de la coherencia interna del proceso. Distintos tipos de artículos científicos: monografías, Papers y tesis: sus partes y contenido.



ANEXO RESOLUCIÓN CS N° 035/19

DESARROLLO EMPRESARIO

Asignatura Obligatoria

Las funciones de la gerencia. La calidad de vida: una visión ecológica. Una gerencia orientada hacia el cambio, que incluye mecanismos internos de aprendizaje (procesa experiencia) y de autocorrección. Los criterios o bases lógicas de la gerencia. La eficiencia: relación insumo-producto. Gobernabilidad: el manejo de las variables. Economicidad: incidencia sobre el presupuesto. Cohesividad: articulación entre las partes. Distintas realidades en la relación empresa-contexto. Orden y desorden en la empresa. Invariancia y cambio en la empresa. La lucha competitiva. Lo positivo y lo irracional.

INSTRUMENTOS MACROECONÓMICOS

Asignatura Obligatoria

Desarrollo económico y sus determinantes de largo plazo. El entorno económico y la estrategia empresarial. Los tres niveles de análisis clásicos: macro-económico, meso-económico y micro-económico. Un cuarto nivel: el institucional. Concepto de competitividad sistemática. La oferta y demanda económica. Los aspectos del mercado. La conducta de la empresa y la organización industrial: los costos de producción. Las empresas de los mercados competitivos. La macroeconomía y sus principales relaciones. Aplicando todo a una estrategia sustentable de la empresa y la región. La competitividad sistemática y la responsabilidad social empresarial. Ética y capital social. Principales tendencias internacionales.

ÉTICA DE LOS NEGOCIOS

Asignatura Obligatoria

El hombre y los valores: las costumbres. Nivel jurídico. Nivel ético, lo justo. La conciencia moral. La crisis moral actual. Diferencia entre ética y moral: el desarrollo del mercado y las virtudes morales. La ética de las relaciones organizadas: distinción entre el bien común y el bien particular. El bien destinado al consumo al consumo común: el consumismo. El mercado y los códigos de los negocios. La ética y la empresa. La empresa y el poder. Relaciones con los grupos de presión e interés. La economía empresarial y los requerimientos éticos. La ética como un capital intangible para las empresas. Fundamentos y morales. El beneficio justo. El precio justo. La ética en la resolución de los dilemas empresariales. Los consumidores y el comportamiento responsable empresarial.

MARKETING ESTRATÉGICO

Asignatura Obligatoria

Visión y dirección estratégica de marketing. Los nuevos paradigmas organizacionales. Cambios de tendencias, nuevos usos de productos y servicios. Marketing social, estrategias globalizadas.



ANEXO RESOLUCIÓN CS N° 035/19

Enfoque estratégico de marketing. Marketing inteligente como fuente de ventajas competitivas. Redefinición del marketing mix a la luz de las nuevas tendencias. Reingeniería de valor, el marketing en la práctica. Estrategias de diferenciación: fuentes de diferenciación, diferenciación en los mercados actuales. Misiones como caso. Estrategias comerciales dentro de un contexto de internacionalización de mercados e integración de las economías regionales. Las pymes del Mercosur. Internacionalización de marcas. Comoditización y concentración de los canales de comercialización. Nuevos enfoques de marketing. Neuromarketing.

INNOVACIÓN E INTELIGENCIA EMPRESARIA

Asignatura Obligatoria

Introducción a la creatividad e innovación. Enfoques creativos aplicados. Técnica "mind-mapping". Analogías aplicadas. Perfiles para el pensamiento creativo. Proceso creativo, como manejarlo dentro de la dinámica de grupos. Resolución creativa de problemas. Pensamiento lateral. Combinatoria. Proceso creativo aplicado en acción. Aplicación actual de técnicas innovadoras y creativas en management y marketing. Bloqueos y resistencias a la creatividad en las organizaciones. Pensamiento creativo complejo. La innovación dentro de las organizaciones. Prospectiva y proyección innovadora hacia el futuro. Inteligencia, cerebro e intuición. Razón y emoción en el desarrollo de inteligencia. Hemisferios cerebrales e inteligencia. Neuroplasticidad cerebral. Cómo aprovecharla en el desarrollo de habilidades e inteligencia. Procesos cerebrales asociados al acto creativo y la innovación. Cómo decide el cerebro y cómo genera soluciones innovadoras y creativas. Cómo mejorar creatividad e innovación con las neurociencias. Desarrollo y potenciación de la percepción en creatividad. Cómo desarrollar y generar sinergia entre inteligencia, intuición y creatividad.

OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Asignatura Obligatoria

Las operaciones como arma competitiva. Características de las operaciones en el Mercosur. Operaciones y productividad. Estrategias de operaciones en un entorno global. Estrategias de localización y distribución de instalaciones. **Administración de cadenas de valor**. Planificación de recursos, materiales y cadena de suministros. Programación a corto plazo – jit y operaciones esbeltas. **Logística** como herramienta clave de la gestión. "Supplychainmanagement" – integración de la cadena de abastecimiento. Gestión del transporte – soluciones aplicadas. Transporte internacional de carga (marítimo y aéreo). Estrategia de inserción dentro del SupplyChain. Modos, características generales y específicas. Enfoques sobre el transporte terrestre. Transporte en el ámbito del Mercosur. Intermodalismo.

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COSTOS

Asignatura Obligatoria

Los costos y la competitividad empresarial. Concepto económico del costo y sus clasificaciones, Decisiones empresariales en base a análisis sectoriales y especiales. Impacto de las decisiones



ANEXO RESOLUCIÓN CS N° 035/19

estratégicas de costos en la creación de ventajas competitivas utilización de medios electrónicos para el análisis y evaluación. Gestión de costos ambientales. Los costos y la competitividad empresarial, información de costos para la toma de decisiones empresariales. Determinación y análisis de puntos de equilibrio en empresas mono y multiproductoras. Punto de equilibrio físico y monetario. Punto de equilibrio económico, financiero y sectoriales. Planeamiento, presupuesto y evaluación de la gestión.

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE NUEVOS NEGOCIOS

Asignatura Obligatoria

Plan del negocio: concepto y funciones que cumple. Secciones que contiene. Descripción del negocio. Definición de productos y mercados, ubicación del negocio. Escenarios del comportamiento organizacional. Conceptualización y análisis de momento empresarial. Análisis macro y micro ambiental. Planeamiento estratégico táctico y operacional. Proyectos y cambio organizacional. La acción emprendedora en una economía globalizada y competitiva. Escenarios, prospecciones y nuevos paradigmas. Cuestión de mudanzas. Enfermedades y síntomas empresariales. NDCGE vs. NDCGExN. Razones de los fracasos empresariales. Planeamiento de nuevos negocios: fundamentos, componentes, y metodologías.

EMPRESAS SUSTENTABLES

Asignatura Obligatoria

Cultura empresarial ética, responsable y sustentable. Sustentabilidad empresarial. Gestión y evaluación de empresas sustentables. Paradigmas y perspectivas de la sustentabilidad en América latina y el Mercosur. Co-responsabilidad ética y sustentable. Modelo de administración sustentable MAS. Indicadores, regulaciones e instrumentos de sustentabilidad. Tecnologías y sistemas de información sustentables. Modelo de evaluación de la sustentabilidad organizacional MESO. Proceso de evaluación. Definición de perfiles. Metodología de medición. Empresas agro-turísticas sustentables. Claves para la sustentabilidad empresarial. Formación de administradores sustentables.

TALLER DE TESIS

Asignatura Obligatoria

Introducción al taller de tesis. Discusión, ejercitación y elaboración del objetivo de la Tesis, tiempos de la Tesis, cronograma, manejo de los tiempos verbales, determinación del título del trabajo final. La identificación y selección de temas. El rol de los Directores de Tesis propuestos. Planteo del problema y la Hipótesis, metodología. Aspectos formales de presentación. Guías sobre marco teórico. Las propuestas y conclusiones. Limitaciones. El uso de la bibliografía y uso de gráficos, tablas y anexos. Ejemplos de presentación de la estructura final de la tesis.



ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

NEGOCIOS EN EL MERCOSUR

Asignatura Optativa

Principales procesos de integración. Estrategias y alianzas de las empresas. O Mercosur. Solución de controversias en los negocios en el Mercosur. Los paneles de la OMC. O ambiente internacional e regional para os negócios. Evolução histórica da integração latino-americana e integração européia. Conferência de Bretton Woods (FMI, BIRD, GATT/OMC). Tratado da Comunidade Econômica do Carvão e do Aço-TCECA. Tratado da Comunidade Econômica para a Energia Atômica-TCEE/EA/URATOM. Tratado da Comunidade Econômica Européia-TCE. Tratado do Ato Único Europeu-TAUE. Tratado de Maastricht-TUE. Tratado de Amsterdam. Tratado de Nice. Tratado para uma Constituição Européia. Tratado de Lisboa de 2007. A União Européia. O Tratado de Assunção. Protocolo de Las Leñas. O Protocolo de Brasília. O Protocolo de Ouro Preto. Alternativas bilaterais à aplicação extraterritorial unilateral do direito da concorrência e ao insucesso dos esforços de regulamentação multilateral.

CARACTERÍSTICAS JURÍDICAS DE LOS CONTRATOS EMPRESARIALES

Asignatura Optativa

Generalidades. Negocial. Contractual. Nuevo Código civil y comercial de la nación. Distracto, nulidad, impenibilidad, rescisión y resolución. Formas nuevas. Prueba. En especial nuevos elementos probatorios. Crédito: Circulación. Títulos de crédito en general. Titularización sin soporte material. Negocios sobre títulos. Suspensión: Crisis. Quiebra. Asociativo. Sociedades. Formas de Colaboración. Sociedades Financieras y la negociación de títulos de crédito. El derecho internacional privado y las negociaciones internacionales. Con especial dedicación a las regionales. Régimen especial en materia de compraventa internacional y otros negocios. Financiación. Alternativas de financiamiento empresario. Instrumento. Obligaciones negociables. Futuros. Opciones. Contratos bancarios. Reestructuración. Fusiones. Adquisiciones.

MANAGEMENT Y LOS NUEVOS PARADIGMAS

Asignatura Optativa

Gestión del capital humano: alineamiento entre estrategia y recursos humanos. Procesos de gestión de recursos humanos. Aptitudes del management. Management de tipo proactivos y competitivos. Del management tradicional al management actual. Los negocios eficientes y la calidad del management. Liderazgo y cambio en las organizaciones. Barreras culturales en la empresa. Nuevos modelos de negocios. Visión del liderazgo. Briefing del líder. Checklist do líder. La dinámica natural del cambio. Los riesgos de no dirigir. La funcionalidad del ceo. Cómo extender el ciclo de vida de las compañías. Administración del tiempo. El cambio como oportunidad. Benchmarking: búsqueda de oportunidades de mejora. Planificación del equipo de benchmarking. Monitoreo del mejoramiento continuo. Tablero de comando. Micromanager.



ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

SIMULACIÓN INFORMÁTICA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIOS *Asignatura Optativa*

Matrices y Sistemas de Ecuaciones Lineales. Resolución de S.E.L. mediante Gauss –Jordan. Matriz Inversa. Solución de matrices utilizando funciones de Excell.

Gráfica de ecuaciones lineales. Uso del GLP. Introducción a la Programación Lineal. Formulación de modelos lineales en Ciencias de la Administración. Modelos en la forma Primal y Dual. Aplicaciones y significados económicos. De Vendedores Sin Estrategias Dominadas. Alternativa a la situación problemática sin punto de silla. Juegos con Estrategias Mixtas. Procedimiento de Solución Gráfica. Solución mediante Programación Lineal. Uso del LINDO y de SOLVER. Clases de Modelos de Decisión. Valor Esperado de la Información Perfecta. Utilidades y Decisiones bajo Riesgo. Construcción de Curvas de Utilidades. Árbol de Decisiones. Análisis de Sensibilidad. Incorporación de Nueva Información al árbol de Decisiones. Simulación de distintas industrias: Industria de alimentación, Industria manufacturera, Industria de servicios, Empresas familiares, Pequeñas y medianas empresas.

E-BUSINESS

Asignatura Optativa

Breve reseña histórica de Internet, en Argentina y el mundo. El comercio electrónico en Argentina y el Mundo. Distinciones entre el comercio electrónico (e-Commerce) y los negocios electrónicos (e-Business). Necesidades de desarrollar el comercio electrónico en las organizaciones. La intangibilidad en el comercio electrónico. Características del mercado de e-commerce en Argentina. La globalización y el comercio electrónico. Cambios en los productos y en la logística a partir del e-commerce. El sistema EDI. El B2B en la PYME Argentina. e-Procurement. Marketplaces. Asociatividad en un mundo electrónico. Comunidad virtual. Gestión y diseño del sitio web. Asignación de precios en el comercio electrónico. Promoción y publicidad en internet. Dominios, link o, buscadores, banners, programas de fidelización.

ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA

Asignatura Optativa

Fundamento de la dirección estratégica. Teoría de la Estrategia: Introducción; Concepto de Estrategia; Actitud Estratégica; Pensamiento estratégico; La empresa como conjunto de recursos y capacidades. Diseño de previabilidad. Idea de Negocio y descripción de la Empresa. Estudio del entorno e investigación de mercados, Herramienta para la toma de decisiones en previabilidad. Diseño de la viabilidad. Planificación funcional. Plan de Marketing. Viabilidad económica y financiera. Plan operativo de la nueva empresa. Tipos de empresas y documentos básicos necesarios para la legalización de la nueva empresa (en clara referencia a Argentina).



ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

CALIDAD TOTAL

Asignatura Optativa

Panorama general introductorio. Los viejos paradigmas y los nuevos escenarios. El valor como término de la calidad. El nuevo concepto. Diseño para la calidad. Estrategia hacia la calidad extendida. La promoción interna de la calidad; el proceso como concepto central; el mejoramiento continuo-kaizen, la innovación. El control de gestión de calidad. Metodología para la solución de problemas en un programa de calidad extendida. Liderazgo. Dimensiones del cambio y de la calidad como parámetros de cambio. El cambio y la estructura. ¿reingeniería o rearquitectura de procesos? la resistencia al cambio. Tratamiento. Etapas del proceso de cambio.

EMPRENDEDURISMO REGIONAL

Asignatura Optativa

Fundamentos y generalidades del emprendedurismo. Su importancia en el desarrollo socioeconómico de la región y el país. Procedimientos para la innovación de nuevos negocios, basada en una cultura emprendedora. Generación y evaluación de ideas innovadoras a partir de oportunidades de negocios para mercados regionales y/o nacionales. Elaboración y desarrollo de proyectos emprendedores a partir de experiencias reales del ámbito regional articuladas con organismos gubernamentales y organizaciones vinculadas a la temática. Impacto del emprendedurismo en la economía. Tipos de emprendedores. El proceso de emprender. Recursos y capacidades del emprendedor: Cambios de paradigma. Conceptos de Agregado de Valor. Solución de problemas y satisfacción de necesidades. La creatividad como competencia permanente en el proceso emprendedor. Divergencia del proceso creativo y convergencia en la selección de ideas. Competencias emprendedoras. Modelo de Timmons. Diferencia entre ideas y oportunidades de negocio. La información como insumo del emprendimiento.

SISTEMAS DE PROMOCIÓN DE ALUMNOS

a) Condiciones de permanencia:

1- Asistencia; el alumno deberá cumplir como mínimo con un 75% de asistencia obligatoria por asignatura. Será obligatoria la asistencia a las actividades y realización de trabajos que se indiquen, en horarios, fechas y con las modalidades que en cada caso establezca la Dirección de la Carrera y los docentes de los diferentes cursos. Excepcionalmente, los docentes pueden estipular trabajos especiales para compensar inasistencias justificadas, con acuerdo de la Dirección de la Carrera.

2- Cursado; las actividades curriculares se llevarán a cabo por semana en forma bimestral y al final de la misma se realizará la evaluación.

El Comité Académico podrá excepcionalmente otorgar un plazo extraordinario cuando, a su juicio, existan causas que así lo ameriten.

3- Pago de cuotas; al vencimiento de la segunda cuota impaga y transcurrido quince días si no lo



ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

cancela, el alumno pierde la condición de alumno regular. El Comité Académico resolverá en cada caso particular sobre la base de antecedentes.

b) Actividades que debe cumplir el alumno para graduarse:

1- Aprobar todas las actividades curriculares que incluye el plan de la carrera (13 obligatorias y 2 optativas elegidas)

2- Presentar la Tesis ante el Tribunal Examinador y defenderla satisfactoriamente.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS ALUMNOS

Modalidades de evaluación

Al final del desarrollo presencial de cada actividad curricular está previsto realizar la evaluación a cada alumno. La evaluación consiste en actividades pedagógicas individuales o grupales, realizados en el aula o domiciliarias. Se puede incorporar un examen escrito, según lo establezca el docente de acuerdo con la Dirección de la Carrera; cuando por causas justificadas el alumno no cumplió con las exigencias de la evaluación, está prevista la inclusión de una fecha posterior (de recuperatorio o segundo llamado).

La calificación de aprobado es a partir de siete (7), en la escala conceptual de cero (0) a diez (10). Las notas son asentadas en las actas pertinentes y después volcadas al SIU Guaraní de la Facultad.

Seguimiento de los alumnos

Es responsabilidad del docente realizar la supervisión de las actividades desarrolladas en clase hasta la presentación y aprobación del trabajo exigido para la evaluación.

Actividades Prácticas que deben realizar los alumnos para graduarse

Los alumnos deben cumplir con un mínimo del 75% de asistencia a las clases presenciales (de las asignaturas obligatorias u optativas que ha decidido cursar) y aprobar la totalidad de las actividades prácticas estipuladas por los docentes de cada actividad curricular; las que consisten en actividades pedagógicas individuales o grupales, con trabajos prácticos realizados en el aula, estudios de caso, trabajos de campo sobre problemáticas reales, simulaciones y soluciones de problemas; con los lineamientos o criterios de acreditación para la evaluación establecidos previamente por cada docente. La última obligación académica a cursar es el Taller de Tesis, en dicho Taller se deben ir aprobando sistemáticamente las entregas parciales del desarrollo de la Tesis.

Para graduarse, el alumno debe tener aprobadas todas las asignaturas obligatorias y optativas elegidas y al final la presentación y defensa de la tesis.



ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

Mecanismos de orientación y supervisión de Alumnos

a) Tutorías: Los alumnos son supervisados y orientados desde su ingreso a la carrera a través de docentes tutores. Estos son integrantes del plantel docente de la Maestría.

b) Jornadas de reflexión: Está previsto organizar, a fin de cada trimestre, jornadas de alumnos y tutores acerca de las actividades realizadas y con los resultados obtenidos elaborar propuestas para el período siguiente. Las actividades de preparación de la Tesis se inician en el curso de "Metodología de la Investigación" donde la pauta de evaluación es la elaboración de un pre-proyecto de Tesis, este pre-proyecto excepcionalmente puede ser reemplazado. Continúa la orientación ya con el Director de Tesis en el "Taller de Tesis", el que deberá realizarse con cursados en forma extensiva (aproximadamente seis meses) y con carácter presencial al final de la carrera.

El cierre del proyecto y presentación definitiva lo debe realizar el tesista con el aval del Director de Tesis y por último la Dirección de la Carrera previamente debe pasar vista a los integrantes del Comité Asesor de Tesis, antes de la entrega a los integrantes del Tribunal Evaluador. Los integrantes del jurado de Tesis, son seleccionados en base a la temática de la Tesis y deben ser por lo menos tres y por lo menos uno de ellos externo a la UNaM.

TESIS

Mecanismos de orientación y supervisión de Tesis

La orientación y supervisión de la tesis se realizará en el Taller de Tesis y además a través de la tutela individual que estará a cargo de un Director de Tesis. Este podrá ser un docente del plantel de la Maestría o un investigador de reconocida trayectoria en el campo al que se refiera la tesis.

Además del director de tesis podrá existir la figura de un Co-director, cuando el Director no tiene residencia local o cuando la temática lo requiera.

Una vez finalizado el trabajo y con el aval del Director de Tesis, se presenta al Comité Asesor de Tesis, en caso que haya que realizar alguna sugerencia, antes de efectuar el envío a los integrantes del Tribunal Evaluador, quienes podrán ir haciendo todas las observaciones que consideren antes del acto de defensa oral.

Evaluación de Tesis

La propuesta de designación del Director de Tesis, el tema y el Plan de Tesis, serán elevados al Comité Académico quién podrá aceptar, rechazar o sugerir modificaciones. Si es aprobado, el aspirante podrá iniciar la tesis. Si se sugieren modificaciones, deberán realizarlas y elevar una nueva propuesta. El alumno podrá iniciar la elaboración del pre-proyecto en la materia de Metodología de la Investigación, continúa la tutoría con el docente del Taller; y también trabajará con el Director de Tesis, quien realiza la supervisión y orientación personalizada del tesista en el proyecto y desarrollo del trabajo de Tesis. El proyecto se presentará al Comité Académico con el



ANEXO RESOLUCIÓN CS Nº 035/19

aval del Director de Tesis propuesto por el estudiante para ser aprobado. Luego de su aprobación por el Comité Académico, el alumno que tenga todas las materias obligatorias aprobadas (a excepción del taller) y por lo menos dos optativas, se puede inscribir en el Taller de Tesis en el que se trabaja sobre los problemas que puedan enfrentar para el desarrollo de la Tesis. El Director de Tesis lo orienta hasta la finalización de la tesis, la que culmina con la defensa presencial, oral y pública.

CONDICIONES PARA EL OTORGAMIENTO DEL TÍTULO

Para poder graduarse, el alumno deberá aprobar las quince asignaturas (13 obligatorias y 2 optativas); distribuidas en 380 hs. teóricas y 340 hs. prácticas, debiendo además cumplir además con 200 horas de investigación.

Para aprobar las asignaturas se necesita un mínimo de 75% de asistencia a las clases presenciales.

La maestría culmina con la elaboración, presentación y defensa de la Tesis.

Cumplidas estas condiciones el alumno podrá acceder al título Magister en Administración Estratégica de Negocios.

Dra. María Sandra LIBUTTI
Secretaría Consejo Superior
Universidad Nacional de Misiones

MSc. Ing. Alicia V. BOHREN
Presidente Consejo Superior
Universidad Nacional de Misiones