(1994–2024) 30 años de la Consagración Constitucional de la Autonomía y Autarquía Universitaria en Argentina.

Digitally signed by LASSAGA Maria Agustina
Date: 2024.12.06 07:29:38 ART

Digitally signed by DILLON Liliana Graciela
Date: 2024.12.06 10:34:04 ART

Expte. FCE-1225307-24

SANTA FE, 05 de diciembre de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales la Secretaria Académica y de Bienestar Estudiantil, Dra. Andrea María PACÍFICO, eleva propuesta de programa de la asignatura SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL PLAN DE NEGOCIOS de la carrera de Licenciatura en Administración, y

CONSIDERANDO:

QUE los objetivos y contenidos del programa responden a lo previsto en el Plan de Estudios de la citada carrera,

QUE la bibliografía propuesta está actualizada y es adecuada al nivel de la carrera,

POR ELLO, y teniendo en cuenta el despacho de la Comisión de Enseñanza,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el programa de la asignatura SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL PLAN DE NEGOCIOS de la carrera de Licenciatura en Administración, cuyos objetivos, contenidos, bibliografía y régimen de evaluación y promoción se adjuntan a las presentes actuaciones.

ARTÍCULO 2º.- Disponer la vigencia del mencionado programa para el dictado de la asignatura a partir del Primer Cuatrimestre del año 2025 y su aplicación en los exámenes finales a partir del Segundo Turno de 2025.

ARTÍCULO 3º.- Inscríbase, comuníquese, tómese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. Nº 752/24

ANEXO RES. C.D. Nº 752/24

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL
PLAN DE NEGOCIOS

1. Denominación de la asignatura:
   Seminario de Práctica Profesional – Plan de Negocios

2. Régimen de cursado: **Anual**

3. Modalidad de cursado: **Presencial**

4. **Propuesta de enseñanza**

La propuesta de enseñanza de la asignatura se encuentra estructurada bajo la organización metodológica de un seminario concebido como uno de los recursos más ricos en posibilidades para concretar el estudio universitario.

Según la concepción de Prieto Castillo (2001) el seminario es siempre creatividad, participación, búsqueda y producción intelectual, por parte de todos y cada uno de sus integrantes.

En este sentido, el Seminario de Práctica Profesional busca la integración de conocimientos, atendiendo a que los alumnos realizan el trabajo final de la carrera, con la consiguiente acreditación de la figura académica del Licenciado en Administración.

Para lograr cierta flexibilidad en su estructura y funcionamiento, la modalidad elegida es grupal, lo que requiere mayor tiempo de duración de la clase para asegurar que las presentaciones tengan mejores resultados. La dinámica de los encuentros favorece entonces la participación de los alumnos así como también el trabajo en equipo.

Otra característica del seminario es su carácter público dado que sus participantes se reúnen para interactuar y dan a conocer sus materiales con la consiguiente necesidad de comunicación.

Las actividades de enseñanza son de índole grupal y cooperativa; la horizontalización de las actividades, reflexiones y debates son prioritarias. Se entiende que en este nivel de la enseñanza la “palabra del cursante” es tan importante como la “palabra del docente” como la “palabra de los autores de los textos a consultar”.

En el caso del Seminario de Práctica Profesional, participan docentes y alumnos inmersos en el entorno socio productivo regional, lo cual implica la contemplación de diferentes experiencias y conocimientos. Y, en consecuencia, la necesidad de una dirección y una orientación a los más jóvenes. Pero siempre desde el respeto al trabajo y al conocimiento transferido, valorando el esfuerzo y el apoyo en la mediación para la construcción profesional y personal.

La propuesta pedagógica básica con la que se trabaja encuentra sus fundamentos en la resignificación de saberes previos, en la revisión, construcción y producción de saberes nuevos; tanto por parte de los estudiantes, como por parte de los docentes que los acompañan en la elaboración de los planes de negocio de empresas innovadoras.

En este sentido, los docentes de la cátedra asumen el rol de orientadores de los alumnos y los estudiantes actúan como generadores y actores del nuevo conocimiento que irán construyendo bajo esta modalidad, todo ello bajo la coordinación general de su titular.

5. **Carga horaria** total según Plan de Estudios (105 horas). En función de la modalidad de cursado propuesta, la carga horaria presencial según modalidad de cursado es de 105 horas.

6. **Objetivos de la asignatura**

Generales:

• Elaborar un plan de negocios para una organización innovadora, mediante la integración, con sentido crítico, de los conocimientos adquiridos durante la carrera, aplicando los instrumentos técnicos adecuados a la naturaleza de los proyectos seleccionados, dando marco al trabajo final de la Licenciatura en Administración.

• Concebir al plan de negocios como herramienta de planificación y gestión estratégica, detectando elementos críticos y posibles limitaciones del modelo de negocio de cara a su implantación y puesta en marcha.

Específicos:

• Brindar las herramientas que permitan a los alumnos elaborar el proyecto y ejecutar el trabajo final de grado, bajo una perspectiva innovadora;

• Identificar y desarrollar aptitudes y actitudes emprendedoras e innovadoras;

• Estudiar el proceso de creación de nuevas empresas, con énfasis en la identificación de oportunidades y el análisis de viabilidad del negocio;

• Desarrollar competencias en los alumnos para la creación, implementación, administración y gestión de emprendimientos:

• Discutir y diseñar modelos de negocio innovadores.

• Identificar actores del ecosistema emprendedor local que favorezcan la creación, supervivencia, desarrollo y/o consolidación de las iniciativas empresariales.

7. **Programa analítico**

Eje Temático I: La iniciativa emprendedora

1. El desarrollo emprendedor a nivel local e internacional. Fomento de la cultura empresarial.
2. Educación para el desarrollo de la empresarialidad. Relevancia de los emprendedores de base universitaria y de la transferencia de resultados de la investigación para la creación de empresas de base científico-tecnológica.
3. Innovación y comportamiento emprendedor.
4. El emprendedor: origen, enfoques y tendencias actuales. Valores, habilidades y motivación. Mitos sobre emprendedores.

Eje Temático II: La oportunidad empresarial

1. El proceso de creación de empresas. Análisis de los factores de éxito y fracaso de iniciativas empresariales.
2. La generación de ideas de negocio. Fuentes de ideas de negocios. Identificación de oportunidades y criterios para su selección.
3. El proceso de evaluación de las ideas de negocio. Filtrado inicial de ideas y proceso sistemático para su validación.
4. Metodologías para el diseño del modelo de negocio.

Eje Temático III: El Plan de Negocios

1. Relevancia y bases conceptuales. Su vinculación con el modelo de negocios.

2. El proceso de elaboración del plan de negocios.
3. Recorrido por sus principales componentes: análisis del mercado, aspectos técnicos, marketing, recursos humanos, cuestiones legales, ambientales y sociales y análisis económico-financiero.
4. Fuentes de financiación. Redes y organismos de apoyo para nuevos emprendimientos a nivel local, regional y nacional. Etapas para su implementación.
5. Estrategias para la presentación del Plan de Negocios ante diferentes públicos.

Eje Temático IV. Aplicación del Plan de Negocios a diferentes tipos de organizaciones.

8. **Cronograma**

Primer Cuatrimestre: 65 hs. distribuidas en dos encuentros semanales de 2,5 hs. de duración

Meses	Actividades	Cantidad de clases
Febrero	Charla informativa sobre la metodología del Seminario de Práctica Profesional	
Marzo	Eje I - La Iniciativa Emprendedora	4
Abril	Eje II - La Oportunidad Empresarial	8
Mayo	Eje III - Plan de Negocios. Presentación del Proyecto de Trabajo Final	7
Junio	Eje IV – Análisis de Casos Defensa de la idea de negocios Presentación del Cronograma del Proyecto y la Planificación del trabajo de campo Asignación de tutor	7
Julio	Trabajo de campo	

Segundo Cuatrimestre: 40 hs. distribuidas en tutorías y clases con profesores consultos.

Meses	Actividades	Cantidad de clases
Agosto	Consultas con la Cátedra Clases con Profesores Consultos	4
Setiembre	Consultas con la Cátedra Clases con Profesores Consultos	4
Octubre	Consultas con la Cátedra Entrega preliminar del proyecto Devolución del proyecto	4
Noviembre	Consultas con la Cátedra Presentación escrita de los planes para su aprobación y evaluación de la Cátedra Devolución de la Cátedra Preparación de la exposición de los planes	4
Diciembre	Defensa pública de los trabajos finales	
Marzo	Defensa pública de los trabajos finales	

(*) Merece destacarse que la distribución de la carga horaria permite que los alumnos puedan realizar el trabajo fuera del aula. Las tutorías se establecen con carácter semanal, en el horario a convenir con los Docentes Tutores.

9. **Bibliografía básica y ampliatoria**

Básica:

Alcaraz, R. (2020). El emprendedor de éxito. Mc Graw Hill.

Dolabela, F. (2014). *El secreto de Luisa: una idea, una pasion y un plan de negocios: como nace un emprendedor y se crea una empresa*. Homo Sapiens, Rosario.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Planeta, Barcelona.

Varela Villegas, R. (2014). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson Education, Bogotá.

Ampliatoria:

Alemany, L. (2011). Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España.

Amaru Maximiano, A. C. (2008). Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios.

Angelelli, P., Moori Koenig, V., & Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional* (No. 658.114 D441d). Washington, US: BID.

Losilla, J. C. A. (Ed.). (2003). *Creación de empresa: Los mejores textos*. Editorial Ariel.

Bhide, A., Sahlman, W., Stancill, J., Rock, A., Macmillan, I., Nevens, M. & Uttal, B. (2004). *Harvard Business Review: la iniciativa emprendedora*. Deusto.

Brunet Icart, I., & Baltar, F. (2010). *Creación de empresas. Innovación e instituciones* (No. 1427). Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Documentación.

Camio, M. I., Rébori, A., del Carmen Romero, M., & Álvarez, M. B. (2017). Innovación y software. Diagnóstico y medición en empresas argentinas. *Gestión y Gerencia*, *11*(2), 139-146.

Canós, F. C. (2013). *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Ediciones Díaz de Santos.

Capelleras, J. L., & Kantis, H. (2009). El fenómeno del crecimiento de las nuevas empresas. *Nuevas empresas en América Latina: factores que favorecen su rápido crecimiento*, 11-18.

Clegg, B., Birch, P., & Solórzano, R. E. (2001). *Creatividad al instante*. Gránica.

Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación estratégica* (pp. 001-344). México: McGraw-Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (2004). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. editora manole.

Chiavenato, I. (2008). *Cartas a um jovem administrador: o futuro está na administração*. Elsevier Brasil.

Clark, L. (2006). *Manual para el Mapeo de Redes como Herramienta de Diagnóstico*. CIAT.

Coelho, A. M. M. (2015). *Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil*. Digitaliza Conteudo.

Da Cruz, B. C., & da Silva, R. V. O. (2015). Plano de negócios e planejamento: sua importância para o empreendimento. *Encontro Ciêntífico e Simpósio de Educação Unisalesiano, São Paulo*, *5*, 1-12.

Damodaran, A. (2012). *Corporate Finance: Theory and Practice*. TPB.

Damodaran, A. (2021). *Damodaran on Valuation: Security Analysis for Investment and Corporate Finance*. John Wiley & Sons.

D'annunzio, C. (2009). Creatividad e innovación. *EG Herrscher, A. Rebori, & C. D'annunzio, Administración Aprender y Actuar: Management sistémico para PyMES*, 237-249.

Dolabela, F., & Moreira, I. (2021). *Fracasso é apenas o que vem antes do sucesso: histórias inspiradoras de empreendedores que deram a volta por cima*. Literare Books.

Dolabela, F. (2015). *Por dentro do universo empreendedor: Lições essenciais para transformar sua ideia em um negócio*. Saraiva Educação SA.

Dolabela, F., Barros Dantas, A. D., & Freire dos Santos, P. D. C. (2009). A influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora em empresários iberoamericanos.

Dolabela, F., & Bodian, S. (2018). *Empreendedorismo na Base da Pirâmide: A História de Um Intraempreendedor Desafios e Aprendizados*. Alta Books Editora.

Dolabela, F. (2005). *Taller del emprendedor: Una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones*. Homo sapiens.

Dornelas, J. (2021). *Empreendedorismo transformando ideias em negócios-8a. edição*. Empreende Editora.

Dornelas, J. C. A. (2002). Planejando incubadoras de empresas. *Rio de janeiro: Campus*.

Dornelas, J. C. A. (2009). *Empreendedorismo corporativo*. Elsevier Brasil.

Dornelas, J., Bim, A., Freitas, G., & Ushikubo, R. (2015). *Plano de negócios com o modelo Canvas*. Grupo Gen-LTC.

Duggan, W. (2008). *Intuición estratégica: La chispa creativa en la realización humana*. Grupo Editorial Norma.

Emprendedores, A. (2004). Emprendimientos sociales sostenibles. *Como elaborar planes de negocios para organizaciones sociales. Periópolis: McKinsey & Company*.

Fernández Sánchez, E. (2005). Estrategia de innovación. *Editorial Thomson Madrid, España*.

Filion, L. J., & Dolabela, F. (2000). *Boa ideia! e agora?: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa*. Cultura Editores Associados, 2000.

Freire, A. (2005). *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. Editorial Norma.

García, S. I., Federico, J., Ortíz, M., & Kantis, H. (2018). ¿El ecosistema o los ecosistemas? Primeras evidencias de un ejercicio de tipologías sobre ciudades de la Provincia de Santa Fe (Argentina). *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, *7*(3), 215-237.

Ginestar, A. (2004). *Pautas para identificar, formular y evaluar proyectos*. Macchi.

I Segura, J. L. C., & Kantis, H. (Eds.). (2009). *Nuevas empresas en América Latina: factores que favorecen su rápido crecimiento*. UAB, Universitat Autónoma de Barcelona.

Judice, V. (2012). *Empreendedorismo de base tecnológica*. Elsevier Brasil.

Kantis, H., & Drucaroff, S. (2011). *Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas: Experiencias innovadoras de emprendedores dinámicos latinoamericanos*. Ediciones Granica SA.

Kantis, H., & Angelelli, P. (2020). Emprendimientos de base científico-tecnológica en América Latina: Importancia, desafíos y recomendaciones para el futuro. *Inter-American Development Bank*.

Kantis, H., Federico, J., & Girandola, M. S. (2021). Tensiones y desafíos en la evaluación del impacto de las políticas de emprendimiento. *Tec Empresarial*, *15*(1), 3655.

Kantis, H., Fernández, C., & Menéndez, C. (2021). ¿Cómo serán los futuros ecosistemas de emprendimiento en la pospandemia?

Kastika, E. (2008). Tres modos de entender a la creatividad en el contexto de las organizaciones. *FACES*, *14*(30-31), 131-146.

Kastika, E. (2011). *Creatividad para emprendedores. Anécdota e ideas prácticas para personas que quieren emprender negocios*.

Kastika, E. (2009). Anímese a emprender. *Recomendaciones e ideas para hacer negocios con creatividad. Editorial Innovar*.

Lawson, J. (2016). *Hoy decidí emprender*. El Emporio Ediciones

Levy, A. (2017). StartUps: El caso 123. *Fondo Editorial Edicon, 1ra edición, Buenos Aires*, 257.

Matthews, C. H., & Liguori, E. W. (Eds.). (2021). *Annals of entrepreneurship education and pedagogy–2021*. Edward Elgar Publishing.

Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: toward a unified perspective. *Journal of business research*, *58*(6), 726-735.

Nueno, P. (2009). Emprendiendo hacia el 2020. *Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas. Barcelona: Deusto SA Ediciones*.

Nueno, P. (2014). *Emails a un joven emprendedor: claves para tiempo de cambio*. Grupo Planeta (GBS).

Oppenheimer, A. (2014). Crear o morir, la esperanza de Latinoamérica y las cinco claves de la innovación. Debate.

Oppenheimer, A. (2018). *¡Sálvese quien pueda!: El futuro del trabajo en la era de la automatización*. Debate.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. L. (2005). Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. *Communications of the association for Information Systems*, *16*(1), 1.

Pereira, C. E. P., & de Lavor Lopes, P. (2020). PLANO DE NEGÓCIOS. *Episteme Transversalis*, *11*(1).

Prieto Castillo, D. (2001). El aprendizaje en la Universidad. EDIUNC, Mendoza, Argentina

Rébori, A., Dabós, G. E., & D'Annunzio, C. (2011). Conocimiento, Innovación y Entrepreneurship. *Buenos Aires: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires*.

Rodrigues, S. B., de Pádua Carrieri, A., & da Luz, T. R. (2003). *Tempos de desconstrução: evolução e transformação nas empresas*. UFMG/CEPEAD.

Ross, S. A. (2018). Fundamentos de finanzas corporativas.

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.

Sánchez, J. M. S., Martínez, J. G., Sánchez, A. A., & Santamaría, U. D. (2012). *Empresa e iniciativa emprendedora*. McGraw Hill.

Senor, D., & Singer, S. (2018). *Start up Nation-La historia del milagro económico de Israel*. Nagrela Editores, SL.

Varela, R. (2011). *Desarrollo, innovación y cultura empresarial*. Universidad Icesi, Centro de Desarrollo del espíritu empresarial.

Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas: Un enfoque gerencial*. Caixa, Servicio de Estudios.

Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). New York: McGraw-Hill/Irwin.

10. **Sistema de evaluación, modalidad, condiciones de regularidad y régimen de promoción**

a. ***Modalidad de Cursado:***

El trabajo del Seminario requiere que, buena parte de la carga horaria, se destine al trabajo de los alumnos fuera del aula. No obstante, considerando los ejes temáticos que deben desarrollarse, durante el primer cuatrimestre la mayor dedicación de los alumnos se concentrará en las actividades académicas propuestas por la cátedra. Es por ello que, antes del inicio del período de inscripción, la cátedra brinda una charla informativa destinada a los alumnos de quinto año en condiciones de cursar el Seminario de Práctica Final a fin de explicarles sus aspectos metodológicos. Durante el primer cuatrimestre, los alumnos deberán realizar diversas actividades destinadas a transitar los trayectos propuestos, tales como:

- La Caja de herramientas del Administrador;
- Diagnóstico de conocimientos en Administración del equipo de trabajo;
- Análisis del perfil emprendedor;
- Búsqueda y análisis de ejemplos de emprendedores de base universitaria;
- Análisis de películas que aborden la problemática emprendedora;
- Lectura crítica de un libro sugerido por la cátedra;
- Entrevista a un emprendedor;
- Autodiagnóstico sobre creatividad;
- Búsqueda y selección de ideas para el proyecto;
- Asistencia a paneles de emprendedores de base universitaria;
- Conversatorios con graduados de la carrera;
- Visita al Parque Tecnológico Litoral Centro y Aceleradora Litoral;
- Análisis de casos de aplicación.

Este recorrido culmina – en la primera parte del año - con la preparación de la idea de negocio y su defensa oral. La presentación en la fecha establecida, sin la calidad académica y contenidos y criterios profesionales exigidos por la cátedra en función de las incumbencias de la carrera, supone la no superación de la asignatura. Una vez aprobado el proyecto, cada equipo propondrá a la cátedra el perfil del tutor externo en función de la complejidad que requiere el plan de negocios a desarrollar. Evaluada la propuesta, la cátedra recomendará la designación del especialista propuesto así como también asignará un integrante de la cátedra como tutor interno para acompañar a cada grupo. Ambos tutores serán designados por resolución de las autoridades de la Facultad.

A partir de la aprobación del proyecto, los equipos organizarán el cronograma del trabajo del año y se abocarán a la planificación de la investigación de mercado. Una vez que la Cátedra apruebe la planificación y supervise los instrumentos de recolección de la información, los alumnos estarán en condiciones de realizar el trabajo de campo.

Durante el segundo cuatrimestre, los alumnos se abocarán a la elaboración del Plan de Negocios, realizando las entregas parciales que la Cátedra indique.

Asimismo, deben asistir a las consultas semanales que dispondrá la cátedra y a las charlas a cargo de Profesores Consultos, quienes responderán a las cuestiones planteadas por los alumnos desde la especificidad de su campo disciplinar.

De igual manera, pautarán consultas periódicas con los Docentes Tutores asignados por la cátedra, quienes podrán disponer encuentros presenciales y consultas virtuales.

En todo momento, la Cátedra seguirá el estado de avance de los alumnos y responderá a sus consultas. Asimismo, mantendrá contacto regular con los Docentes Tutores para evaluar el progreso de los mismos.

Desde sus comienzos, la Cátedra emplea el aula virtual configurada en la plataforma de la Universidad Nacional del Litoral. Este espacio se utiliza de manera intensiva para respaldar el dictado de la asignatura y como medio de comunicación permanente con los alumnos.

b. ***Sistema de Promoción del Seminario:***

Atendiendo a la importancia que la evaluación tiene dentro de los ámbitos de la educación sistemática, la metodología elegida contempla evaluaciones de proceso durante el desarrollo del Seminario de Práctica Profesional - así como también evaluaciones de producto, es decir, del trabajo final.

En otras palabras, la Evaluación de Proceso implica el seguimiento, correcciones y apoyo durante el proceso de la realización del trabajo final y la Evaluación de Producto, mediante la aprobación del plan de negocios.

Durante el primer cuatrimestre, la Cátedra en su conjunto controlará el cumplimiento por parte de los alumnos de las actividades propuestas como así también de la asistencia mínima requerida **(80%).**

Al finalizar el primer cuatrimestre, los alumnos deben entregar un informe escrito con el Proyecto de Trabajo Final, el que será evaluado por la Cátedra y defendido en forma pública de acuerdo con las pautas establecidas al efecto. La no aprobación de esta etapa implicará la pérdida de la condición de alumno regular.

Durante el segundo cuatrimestre, los alumnos se abocarán a la elaboración del Plan de Negocios, siguiendo el cronograma de trabajo aprobado por la Cátedra. El trabajo se realizará en forma grupal, con un **número máximo de tres integrantes.**

En el segundo cuatrimestre deben realizar dos presentaciones preliminares, en el mes de agosto y octubre, respectivamente, las que serán corregidas y devueltas a los alumnos para la realización de los ajustes que la cátedra considere necesarios. La versión definitiva del Plan de Negocios – avalada por el Tutor Externo - deberá ser entregada a comienzos del mes de noviembre, para su evaluación por la Cátedra.

Si al momento de la evaluación, la Cátedra considera necesario que los alumnos realicen nuevos ajustes al trabajo, los mismos tendrán un plazo máximo de diez días corridos para efectuarlos, siendo supervisados en esta tarea por el Docente Tutor. Los Planes de Negocios habilitados por la Cátedra para su defensa pública, serán expuestos ante un Jurado constituido al efecto, con características similares al de la tesina.

La escala de calificación aplicada es la de la Universidad Nacional del Litoral, considerando que el Aprobado (seis) corresponde al 70% del puntaje total.

c. Acreditación:

La promoción y/o acreditación consistirá en la aprobación de lo señalado en el ítem anterior, como Evaluación de Producto.

d. Trabajo Final:

El trabajo final debe encuadrarse en las normas técnicas para la elaboración de monografías y tendrá, como mínimo, los contenidos propuestos por la Cátedra. Pondrá a la vez en relevancia y como eje profesional, la Resolución Técnica 49 “Plan de Negocios – Marco Conceptual e Informe de Plan de Negocios”, de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas o aquélla que la reemplace en el futuro, que requiere que el informe sobre un Plan de Negocios sea rubricado por un Licenciado en Administración matriculado.