

ANEXO 1

DIPLOMAS

de **Bachiller Universitario en Ciencias Económicas**

Exptes. N°

FCE-1199240-24 | CAMPOS, Alexander Exequiel

de **Tecnicatura en Administración y Gestión Pública**

Expte. N°

FCE-1190831-24 | VOGEL, Mauro

de **Contador/a Público/a y Contador/a Público/a Nacional**

Exptes. N°

FCE-1193172-24 | AMHERDT, Claudia Alejandra

FCE-1196140-24 | BERTONE, Constanza

FCE-1198776-24 | DUARTE, Verónica Alejandra

FCE-1195847-24 | LENCINA ROZZI, Paula Lía

FCE-1197898-24 | NASICH, Fiorela Rocío

FCE-1191603-24 | PIVIDORI, Carlos Elian

de **Licenciatura en Gestión Universitaria**

Exptes. N°

FCE-1200230-24 | ZSIKAI, María Cristina

FCE-1200231-24 | MEDINA, Natalia Jesica

de **Especialización en Costos y Gestión Empresarial**

Expte. N°

FCE-1200234-24 | MALFANTE, Maria Celeste

de **Maestría en Administración de Empresas**

Exptes. N°

FCE-1193173-24 | BOIERO, Cristian German (Rectificación)



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019
y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

ANEXO 2

EQUIVALENCIAS

a) POR CAMBIO DE PLAN

Expte. N°	ALUMNA	ORIGEN	PARA
FCE-1198819-24	<i>Amira FARALL</i>	L.E. (Plan Res. C.S. N° 128/06)	L.E. (Plan Res. C.S. N° 632/19)

b) RECONOCIMIENTO DE PAI COMO OPTATIVA

Expte. N°	ALUMNA	ASIGNATURA	PARA
FCE-1199357-24	<i>Eugenia OGGIER</i>	MATEMÁTICA COMO LENGUAJE	C.P.

c) RECONOCIMIENTO DE BECA DE TUTORÍA COMO OPTATIVA

Expte. N°	ALUMNA	PARA
FCE-1199823-24	<i>Milagros FAULIN</i>	L.A.

d) DE OTRAS UNIDADES ACADÉMICAS

Expte. N°	ALUMNO/A	ORIGEN	PARA
FCE-1198679-24	<i>Mariela Soledad BERTHET</i>	Abogacía de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales – U.N.L.	T.A.G.P.
FCE-1195890-24	<i>Nahir Ailén HERNÁNDEZ</i>	Contador Público a Distancia – Facultad de Ciencias Económicas – Universidad FASTA	B.U.C.E.
FCE-1193754-24	<i>Celina MANESSI</i>	Análisis Informático e Ingeniería Informática – Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas – U.N.L.	L.G.U.
FCE-1194852-24	<i>Natalia Lucía ORSI</i>	Profesorado de Música – Instituto Superior de Música – U.N.L.	L.A.



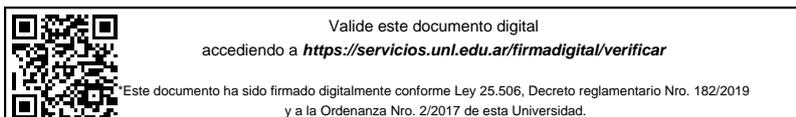
Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

FCE-1196476-24	<i>Maximiliano Franco PARENTE</i>	Abogacía de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales – U.N.L.	B.U.C.E.
FCE-1199126-24	<i>Nicolas Maximiliano SPIZZO</i>	Licenciatura en Ciencia Política de la Facultad de Humanidades y Ciencias – U.N.L.	B.U.C.E.

e) **NO HACE LUGAR**

Expte. N°	ALUMNO/A	ORIGEN	PARA
FCE-1196860-24	<i>Agustina Edith ERNI LANDOLT</i>	Tecnicatura en Administración y Gestión Pública	B.U.C.E.



ANEXO 3

Expte. FCE-1200369-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO la solicitud de licencia por maternidad presentada por la Prof. María Lujan ALVAREZ, y

CONSIDERANDO:

El informe, DP – INFORME N° 055/24, producido por el Departamento Personal de la F.C.E., de fecha 11 de abril de 2024, obrante en D.O. 1,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Acordar a la **Prof. María Lujan ALVAREZ** (D.N.I. N° 38.897.041) licencia por maternidad en sus cargos de: Jefe de Trabajos Prácticos, Dedicación Simple, como contratada, con cumplimiento de funciones en la cátedra de Matemática como Lenguaje del Área Matemática y Jefe de Trabajos Prácticos, Dedicación Simple, como contratada, con cumplimiento de funciones en la cátedra de Matemática como Lenguaje del Área Matemática.; **desde el 13/05/2024 y hasta el 12/08/2024**, de conformidad con lo previsto en el artículo 48º, inciso a) del Nuevo Convenio Colectivo de trabajo para los Docentes de Instituciones Universitarias Nacionales aprobado por el Decreto Nacional N° 1.246/15.

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 208/24

fc



ANEXO 4

Expte. FCE-1193540-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO la propuesta remitida por la Secretaría Académica y de Bienestar Estudiantil de asignaturas optativas para los alumnos de la carrera Licenciatura en Gestión Universitaria a dictarse durante el Primer Cuatrimestre de 2024, y,

ATENTO a lo sugerido por Secretaría Académica y de Bienestar Estudiantil
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.- Ratificar la Resolución de la Decana N° 078/24, dictada *Ad Referéndum* del Consejo Directivo, y que, como anexo único, forma parte de la presente.

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 184/24

fc



ANEXO RES. C.D. N° 184/24

Expte. FCE-1193540-24

SANTA FE, 29 de febrero de 2024

VISTO la propuesta remitida por la Secretaría Académica y de Bienestar Estudiantil de asignaturas optativas para los alumnos de la carrera Licenciatura en Gestión Universitaria a dictarse durante el Primer Cuatrimestre de 2024, y

ATENTO a lo sugerido por Secretaría Académica y de Bienestar Estudiantil,
POR ELLO,

LA DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Ad Referéndum DEL CONSEJO DIRECTIVO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Aprobar, para el Primer Cuatrimestre del ciclo lectivo 2024, la nómina de asignaturas que se detallan en el anexo de la presente, para que sean reconocidas como Asignaturas Optativas para los alumnos de la carrera de Licenciatura en Gestión Universitaria.

ARTÍCULO 2°.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN N° 078/24

fc



ANEXO RES. DECANA N° 078/24

Asignaturas Optativas 1° Cuatrimestre 2024 – Licenciatura en Gestión Universitaria

	SEMINARIO	CÁTEDRA	CONTENIDOS MÍNIMOS	DIRIGIDO A	CONDICIÓN	RESPONSABLE	CARGA HORARIA
1	ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA	UNL	El sistema capitalista y una crisis civilizatoria. Una nueva economía: social, solidaria y participativa. Construyendo la nueva economía, social, solidaria y participativa. Emprendimientos de la economía social y solidaria. Mercados sociales, consumo solidario, redes locales. Finanzas Solidarias y programas de apoyo.	LGU	Reed.	Prof. Julio Tealdo Prof. Ma Rut Azerrad	90 hs.
2	Iniciación al idioma Chino	UNL - Centro de Idiomas	Aproximación a la lengua Putonghua, la lengua general de uso común en China. Los contenidos lingüísticos serán abordados desde una visión comunicativa a partir de temas de conversación de la vida cotidiana. Nivel en relación con el HSK (Hanyu Shuiping Kaoshi, examen estandarizado de nivel nacional, programado para determinar el nivel de Chino como lengua no materna). Examen de Nivelación del Idioma Chino: Nivel Básico (HSKb).	LGU	Reed.	Prof. Inn Iee Liao	75 hs.



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

	SEMINARIO	CÁTEDRA	CONTENIDOS MÍNIMOS	DIRIGIDO A	CONDICIÓN	RESPONSABLE	CARGA HORARIA
3	Seminario Interdisciplinario sobre Mutualismo y Cooperativas de Trabajo	CAID ¿Economía Social y Solidaria o economías alternativas? Interrelaciones, potencialidades y desafíos hacia una nueva direccionalidad de transformación socio-productiva	Unidad I: Cooperativas y Mutuales. Cooperativas de Trabajo. Construcción del concepto. Criterios para su sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo. Características de las Mutuales. Aspectos comunes y diferenciales de las Mutuales y Cooperativas de Trabajo. Unidad II: Características Doctrinarias y Económicas de las Cooperativas de Trabajo y Mutuales. La Economía Social Solidaria y sus principios básicos. Unidad III: Aspectos Legales en Argentina y el Mercosur para la Creación, Funcionamiento y Administración. Unidad IV: Aspectos Laborales en las Cooperativas de Trabajo. El Fraude Laboral. Unidad V: Aspectos Organizacionales. La Dinámica Relacional y de Contexto. Los Grupos. Unidad VI: Herramientas de Gestión Empresarial aplicable a las Cooperativas de Trabajo y Mutuales. Unidad VII: Contabilidad para Cooperativas. Aspectos Impositivos. Unidad VIII: Empresas en Crisis y Cooperativas de Trabajo con Empresas Recuperadas.	LGU	Reed.	Prof. María Rut Azerrad, Prof. Eduardo Martínez	90 hs.



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

ANEXO 5

Expte. FCE-1197179-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales la Secretaria Académica y de Bienestar Estudiantil, Dra. Andrea PACÍFICO, eleva la propuesta de modificación del programa de la asignatura COMERCIALIZACIÓN de la carrera de Licenciatura en Administración, y

CONSIDERANDO:

QUE mediante Resolución del Consejo Directivo N° 740/23, de fecha 28 de septiembre de 2023, se aprobaron las “*Normas y Procedimientos de Enseñanza*” para las carreras de grado que se dictan en la Facultad,

QUE, en relación a ello y de acuerdo a lo indicado por la profesora titular de la asignatura COMERCIALIZACIÓN, resulta necesario modificar el programa de dicha asignatura, aprobado oportunamente mediante Res. C.D. N° 926/21,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Modificar el programa de la asignatura COMERCIALIZACIÓN correspondiente a la carrera de Licenciatura en Administración, según se detalla en el anexo único de la presente.

ARTÍCULO 2°.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 180/24

fc



ANEXO RES. C.D. N° 180/24

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

COMERCIALIZACIÓN

CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

RÉGIMEN DE CURSADO: Cuatrimestral

MODALIDAD DE CURSADO: Presencial

CARGA HORARIA: 75 horas

OBJETIVOS

Que el alumno logre las competencias necesarias para:

- Conocer los fundamentos básicos de la orientación de marketing en la gestión de las organizaciones y las estrategias y herramientas para implementarlo y los esquemas normativos que los regulan.
- Comprender la situación de los mercados y proponer estrategias de marketing adecuadas a los mismos.
- Diseñar e implementar planes y programas comerciales, así como elaborar los instrumentos de control para asegurar la eficacia de su implementación.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Las clases son teórico- prácticas. El trabajo en grupo es el eje del cursado de la materia. En cada comisión se conformarán equipos de 4 o 5 alumnos, para realizar las actividades durante todo el cuatrimestre.

La cátedra utiliza un conjunto de técnicas con el objetivo de transmitir conocimientos y de desarrollar habilidades tales como análisis, fundamentación, búsqueda de información, expresión oral y escrita, etc. Como actividad práctica principal los alumnos diseñan y elaboran un Plan de Marketing sobre una empresa u organización real, con presentación escrita y defensa oral de los resultados, en una clase abierta.

PROGRAMA DE ESTUDIO Y BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Unidad Temática I - Fundamentos de Marketing

Tema 1. Marketing. Conceptos básicos. Evolución del concepto de marketing. Aplicación, naturaleza y alcance del marketing. Definición de Marketing. El marketing



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019
y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

como sistema de intercambios. La creación de valor. El cambiante panorama del Marketing: la era digital, cambios en el consumo, globalización, sustentabilidad. Impactos y desafíos.

Tema 2. Marketing estratégico y operativo. La orientación al mercado como fuente de ventaja competitiva. La responsabilidad social en el Marketing.

Unidad Temática II- La Dirección Comercial

Tema 1. La función comercial en la empresa. El sistema comercial. Instrumentos del Marketing. Análisis del micro y macroentorno. Competencia. Normativa e instituciones comerciales.

Tema 2. La Dirección Comercial y el proceso de toma de decisiones. Actividades de la dirección comercial. La planificación comercial en el marco de la Estrategia Empresarial

Tema 3. El Sistema de Información Comercial. Conformación del sistema de información. Utilidad y funcionamiento para la función comercial.

Unidad Temática III - Mercado

Tema 1. Mercado: concepto y límites. Clasificación de los mercados. Análisis de la estructura del Consumo/Demanda. El Mercado de Consumo Argentino.

Tema 2. Mercado de referencia y mercado objetivo. Importancia de su definición.

Tema 3. Segmentación de Mercado. Utilidad de la herramienta. Macro y microsegmentación. Criterios de segmentación.

Unidad Temática IV- Demanda

Tema 1. El análisis de la demanda y la toma de decisiones comerciales. Análisis cuantitativo de la demanda. Previsión de la demanda. Técnicas de previsión: analíticas y estadísticas.

Tema 2. Análisis cualitativo de la demanda. El consumidor final: proceso de decisión de compra. Factores internos y externos que influyen en el proceso. La compra organizacional: proceso de decisión de compra, modalidades.

Unidad Temática V- El Plan Estratégico de Marketing

Tema 1. El plan estratégico de marketing dentro del proceso de planificación global.

Tema 2. El plan estratégico de marketing: naturaleza, contenido y requisitos, utilidad.

Tema 3. Etapas para la formulación del plan estratégico de marketing:

1. Análisis externo de la organización. Macroentorno. Microentorno: Mercado, Competencia, Clientes, Intermediarios
2. Análisis interno de la organización: Misión, visión, cultura y valores. Estrategias. Mix comercial. Diagnóstico Estratégico.



3. Definición de los objetivos de marketing. Su vinculación con los objetivos de la organización.
4. Las estrategias de marketing: Segmentación. Posicionamiento. Estrategias de crecimiento y Competitivas.
5. Diseño del programa comercial. Decisiones del mix comercial. Programa de acción y presupuestos
6. Implementación y control del plan estratégico de marketing.

Unidad Temática VI- Decisiones estratégicas de MKT

Tema 1. Estrategia de Segmentación. Tipos de estrategias. Utilización de los instrumentos comerciales. Aplicación de la segmentación en el diseño de la estrategia comercial.

Tema 2. Posicionamiento estratégico. Tipos de posicionamiento. Posicionamiento de los competidores, dimensiones competitivas y posición de los consumidores.

Tema 3. Estrategias de crecimiento: penetración, desarrollo de productos, desarrollo de mercados, diversificación.

Tema 4. Estrategias Competitivas: líder, seguidor, retador y especialista.

Unidad Temática VII - Decisiones del mix comercial: Producto

Tema 1. Conceptos de producto. Clasificación. Caracterización de bienes y servicios. Cartera de Productos. Diferenciación.

Tema 2. Identificación del producto: Marca, envase y etiquetado. Estrategias de marca. El valor de la marca. Propiedad comercial e industrial. Derecho marcario.

Tema 3. Imagen, identidad y posicionamiento de productos y marcas

Tema 4. Nuevos productos. Planificación. Proceso de difusión y adopción. Ciclo de vida del producto. Fases y estrategias.

Unidad Temática VIII- Decisiones del mix comercial: Precio

Tema 1. Concepto de precio. Importancia para la estrategia comercial.

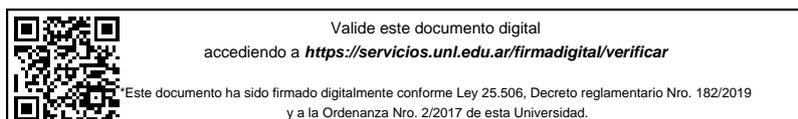
Tema 2. Condicionantes internos y externos en la fijación de los precios.

Tema 3. Métodos de fijación de precios basados en los costos, en la competencia y en el mercado.

Tema 4. Diseño de las estrategias de precios. Fijación de precios para nuevos productos. Fijación de precios en la cartera de productos. Ajustes y fijación de precios dinámica. Precios en períodos inflacionarios.

Unidad Temática IX- Decisiones del mix comercial: Distribución

Tema 1. La Distribución como instrumento del Marketing. Funciones.



Tema 2. Canales de distribución. Funciones de los intermediarios. Diseño y selección de Canales. Relaciones entre los miembros del canal. Sistemas integrados de marketing.

Tema 3. Localización y dimensión de los puntos de venta. Selección del mercado.

Tema 4. Distribución física y logística. Funciones y objetivos.

Tema 5. Formas contractuales ligadas a la presencia en el mercado: Distribución, franquicia, concesión, agencia, y otros.

Tema 6. La distribución comercial. Comercio mayorista y minorista. Internet como canal de distribución. E Commerce, Tendencias

Unidad Temática X: Decisiones del Mix Comercial: Comunicación

Tema 1. La comunicación como variable de marketing y la Comunicación Integrada de Marketing (CIM). Marco regulatorio de las comunicaciones de marketing.

Tema 2. Las herramientas de comunicación: Venta personal, Publicidad, Promoción de ventas y Relaciones públicas.

Tema 3. La estrategia de comunicación. Fines y objetivos. Selección del mix integrado de comunicación. Medios de comunicación. Determinación del presupuesto. Diseño y planificación de la comunicación. Medición de la eficacia.

Tema 4. Marketing Directo y Online. Formas de comunicación, Medios digitales. Marketing de Base de Datos. Redes Sociales. Impactos y desafíos de las nuevas tecnologías.

Unidad Temática XI- Implantación y control de la estrategia comercial

Tema 1. Implantación de la estrategia comercial. Criterios para su evaluación.

Tema 2. La estructura organizativa. Tipos de organización. Factores a tener en cuenta al implementar el plan estratégico de marketing.

Tema 3. Control de la estrategia comercial. Etapas y tipos de control. Auditoría de marketing. Criterios e indicadores para medir el rendimiento.

CRONOGRAMA

	UNIDAD	N° de clases
I	Fundamentos de Marketing	2
II	La Dirección Comercial	2
III	Mercado	2
IV	Demanda	2



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019
y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

V	El Plan Estratégico de MKT	2
VI	Decisiones Estratégicas de MKT	2
VII	Decisiones del mix comercial: Producto	3
VIII	Decisiones del mix comercial: Precio	2
IX	Decisiones del mix comercial: Distribución	2
X	Decisiones del mix comercial: Comunicación	2
XI	Implantación y control de la estrategia comercial	1
Controles		3
Defensa de Trabajo Final		1
TOTAL DE CLASES		26

BIBLIOGRAFIA

Básica

1. Ferrell, O. C., Hartline, M. D., Treviño Rosales, M. E., Carril Villareal, M. d. P., & Meza Canales, F. J. (2012). *Estrategia de marketing* (5a. ed.). México: Cengage Learning.
2. Kotler y Armstrong, (2017) *Fundamentos de Marketing*, 11º Edición, Pearson, México.
3. Lambin, J., Gallucci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing: Gestión estratégica y operativa del mercado* (2a. ed.). México: Mc Graw-Hill.
4. Sainz de Vicuña Ancín, J.M. (2011) "El plan de marketing en la práctica". ESIC. 12ª Edición. España.
5. Sainz de Vicuña Ancín, J.M. (2021) "El plan de marketing digital en la práctica" ESIC, 4ta. Edición, España.
6. Santesmases Mestre, M, Sanchez de Dusso, F y Kosiak de Gesualdo, G. (2004). "Marketing. Conceptos y Estrategias". Pirámide. Madrid.

Ampliatoria

1. Alcaide J. (2010). "Fidelización de clientes". ESIC. España.
2. Alonso Rivas, j. y Grande Esteban, I. (2013) "Comportamiento del Consumidor". 7ª edición ESIC. España
3. Ambrosio, V (2000). "Plan de Marketing. Paso a Paso". Ed. Prentice Hall. Colombia.
4. Bianchi, C. (2007) "Retail Marketing. Principios y aplicaciones". Ediciones EUDEDOR. Argentina.
5. Bianchi, C. (2012). "Casos de Retail Marketing". Ediciones EUDEDOR. Argentina



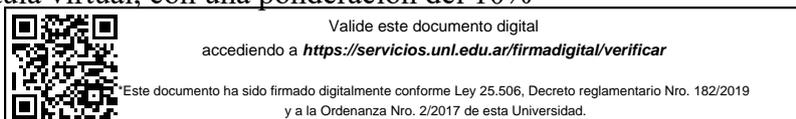
6. Casares, J y Rebollo, A. (2013) “Distribución Comercial” 2ª edición, Ed. Civitas. España. 4ª edición
7. Crespo A. (2016). Marketing Digital. Ed. Marcombo. Colombia.
8. Debeljuh, P. (2010). “Etica empresarial en el mundo de la estrategia corporativa”. Cengage Learning. Argentina.
9. Esteban Talaya A. y Mondejar Giménez J. (2013). “Fundamentos de Marketing”. ESIC. España.
10. Fernández Nogales, Angel (2004). “Investigación y técnicas de mercado”. Civitas. España. Ferrell y Hartline. (2012).
11. “Estrategia de marketing”. Cengage Learning. México.
12. Kotler, Kartajaya y Setiawan. (2012) “Marketing 3.0”. Editorial LID
13. Laudon K. (2010). E-commerce. Negocios, tecnología y sociedad. Ed. Pearson. México.
14. Munuera Alemán, J y Rodríguez Escudero, A. (2012). “Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección”. ESIC. España.
15. Porter, M. (1984). “Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”. CECOSA. México.
16. Ries, A.; Trout, J. (1990). “Posicionamiento: el concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia”. Ed. rev. y act. McGraw-Hill. México.
17. Rodríguez Varona, Llorente Barroso y García Guardia (2012) “Fundamentos de la eficacia publicitaria y el retorno de la inversión” Delta Publicaciones. España.
18. Scheehan B (2012) “Marketing on line”. Ed. Blume Marketing.
19. Schiffman, L.; Kanuk, L. (2010) “Comportamiento del consumidor”. PrenticeHall Hispanoamericana. 10ª. Edición. México.
20. Soret Los Santos I. y Giménez Díaz E. (2013). “Previsión de ventas y fijación de objetivos”. ESIC. España.
21. Torres Urdan A. y Torres Urdan F. (2010) “Marketing Estratégico no Brasil” Editora Atlas SA. Brasil.

PROMOCIÓN Y EVALUACIÓN

La asignatura ofrece la modalidad de cursado con promoción sin examen final (Art 5 inc c) de Normas de Procedimiento y Enseñanza)

Esta modalidad requiere para promocionar la asignatura que el estudiante cumpla con los siguientes requisitos:

- Asistencia mínima del 80% a las clases presenciales.
- Aprobación de dos (2) parciales de carácter teórico- práctico, en forma escrita, que integren los contenidos del programa a lo largo del cuatrimestre, siendo por lo menos una de ellos individual, y pudiendo recuperar solamente uno (1). El promedio de ambas evaluaciones tiene una ponderación en la calificación final del 50 %.
- Realización de exposiciones orales, resolución de casos, role-playing y participación en Foros en el aula virtual, con una ponderación del 10%



- Elaboración de un plan de marketing en forma grupal, basado en organizaciones de la región. Ponderación 40 %

Para promocionar la asignatura el alumno debe obtener como mínimo 70 puntos, como resultado del promedio ponderado de los puntajes obtenidos en las actividades indicadas previamente. La calificación correspondiente a 70 puntos será 6 - Aprobado.

Quienes no promocionen acceden a la condición de Estudiante Regular en las modalidades previstas en las Normas y Procedimientos de Enseñanza.

Los estudiantes en condición de Regulares o Libres deberán rendir un único examen final escrito, que tiene una parte teórica y una parte práctica. La nota final surge del promedio del puntaje obtenido en cada una de ellas. Para la aprobación se requiere que ninguna de las partes en forma individual, tenga un puntaje inferior a 70 puntos.



ANEXO 6

Expte. FCE-1183570-23

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO que por Resolución C.D. N° 919/23 se aprobó el programa de la asignatura optativa “*Programa de Simulación de Negocios: Estrategias de Negocios Internacionales*”, y advirtiéndose que se incurrió en algunos errores materiales menores en la redacción de dicho acto administrativo, y

QUE consecuentemente resulta razonable dejar sin efecto dicha resolución y dictar una nueva con la información correcta,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Ratificar la Resolución de la Decana N° 066/24, dictada *Ad Referéndum* del Consejo Directivo, y que, como anexo único, forma parte de la presente.

ARTÍCULO 2°.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 181/24

fc



ANEXO RES. C.D. N° 181/24

FCE-1183570-23

SANTA FE, 15 de febrero de 2024

VISTO que por Resolución C.D. N° 919/23 se aprobó el programa de la asignatura optativa “**Programa de Simulación de Negocios: Estrategias de Negocios Internacionales**”, y advirtiendo que se incurrió en algunos errores materiales menores en la redacción de dicho acto administrativo, y

QUE consecuentemente resulta razonable dejar sin efecto dicha resolución y dictar una nueva con la información correcta,

POR ELLO,

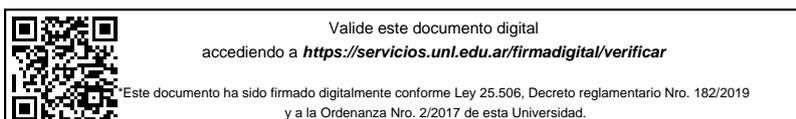
LA DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Ad Referéndum del CONSEJO DIRECTIVO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Dejar sin efecto la Resolución C.D. N° 919/23, de fecha 14 de diciembre de 2023.

ARTÍCULO 2°.- Aprobar el programa de la asignatura optativa “**Programa de Simulación de Negocios: Estrategias de Negocios Internacionales**”, cuyos objetivos, metodología, propuesta de enseñanza, programa, contenidos mínimos y sistema de evaluación se detallan en el Anexo Único de la presente.

ARTICULO 3°.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN N° 066/24



ANEXO DE LA RESOLUCIÓN N° 066/24

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

ASIGNATURA OPTATIVA

Programa de Simulación de Negocios: Estrategias de Negocios Internacionales

1. Autores de la Propuesta / Docentes Coordinadores

Mg Luciana Giacosa (FCE- UNL)

Mg Leticia Arcusin (FIQ- UNL)

Docentes Colaboradores Invitados

Prof. Dr. Christian Braun (Universidad de Ciencias Aplicadas de Karlsruhe. HKA, Alemania)

CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Según Normas y Procedimientos de Enseñanzas FCE Res. CD 740/23

2. DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Programa de Simulación de Negocios: Estrategias de Negocios Internacionales

Destinatarios

Estudiantes de Contador Público, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía de FCE y de Ingeniería Industrial e Ingeniería Química de FIQ.

Correlatividades para estudiantes de Ingeniería Industrial: tener aprobado el requisito del idioma Inglés y regularizada la asignatura “Economía Industrial” y para los estudiantes de

Ingeniería Química: tener aprobado el requisito del idioma Inglés y regularizada la asignatura “Ingeniería Económica”.

Correlatividades para estudiantes de carreras de FCE: tener aprobado el requisito del idioma Inglés.

3. RÉGIMEN Y MODALIDAD DE CURSADO. CARGA HORARIA

Asignatura de dictado cuatrimestral (primer cuatrimestre). Duración total 60 horas. Distribuidas en clases intensivas, desarrollo del trabajo de simulación online y presentación de informe y resultados finales y defensa del trabajo,

Cantidad de Alumnos: Se estima una participación equitativa entre la UNL y HKA (20 alumnos aproximadamente).

Cuatrimestre: primer cuatrimestre.



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

4. PROPUESTA DE ENSEÑANZA

Se propone incrementar en los participantes la sensibilidad sobre la complejidad de operar una empresa internacional desde una perspectiva de gestión general y estratégica y desarrollar capacidades para identificar y analizar variables clave del entorno y organizacionales que puedan influir en el desempeño de una organización en distintos mercados nacionales, y cómo estas variables pueden influir en la organización.

Asimismo, se propone brindar a los participantes experiencias prácticas de trabajo en equipo y solución de problemas y estimular el espíritu competitivo en un mercado que evoluciona de manera dinámica.

Para el logro de tales competencias, la propuesta de enseñanza de la asignatura se compone del dictado de clases teóricas, desarrollo del trabajo a través del programa de simulación y rondas de decisiones por parte de los equipos.

El desarrollo del trabajo en equipo se realiza a través de un juego de simulación de negocios en línea que desarrolla la comprensión del estudiante en la complejidad de las operaciones de negocios globales en un entorno dinámico y competitivo.

Integra un rango de conceptos de varias disciplinas relacionadas a la gestión, incluyendo toma de decisiones económicas, políticas, y financieras, así como también aspectos contables, adquisiciones, producción, logística, investigación e innovación, y marketing.

La tarea para los equipos de estudiantes es la de gestionar una empresa global de telecomunicaciones a través de la evolución de la tecnología en un rápido entorno operativo del siglo 21. Los participantes desarrollan y ejecutan estrategias para su empresa simulada que opera en EEUU, Asia, y Europa. La simulación se desarrolla completamente en línea y se puede acceder a la simulación desde cualquier computador con conexión a internet.

5. PROPÓSITOS Y OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

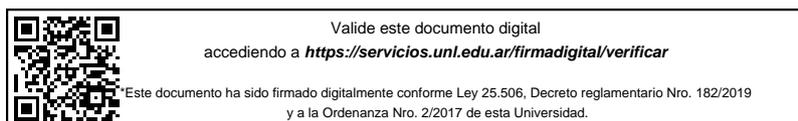
La propuesta tiene como objetivo y propósitos centrales:

Objetivos generales:

- Fomentar el desarrollo de competencias que posibiliten comprender y adaptarse a la cultura social y empresarial de diversos países, es pos de facilitar la inserción profesional en organizaciones con proyección internacional
- Integrar conocimientos adquiridos en diferentes asignaturas, abordando una problemática empresarial similar a la realidad en empresas multinacionales.
- Mejorar la toma de decisiones basada en hechos y dimensionar las implicaciones financieras de las decisiones de negocios al conectar las decisiones al desempeño de los flujos de efectivo y rentabilidad.

Objetivos específicos:

- Desarrollar una comprensión general sobre cómo administrar una empresa en un entorno empresarial global competitivo
- Desarrollar estrategias de negocios para el caso propuesto



- Gestionar la evolución del desempeño de la organización y adecuar las decisiones estratégicas
- Comunicarse y actuar como miembro de un equipo internacional
- Desarrollar habilidades para enfrentarse a un alto nivel de complejidad de la información y para comprender contextos altamente complejos dentro de una empresa y en un mercado competitivo
- Fomentar el trabajo colaborativo y en equipo
- Fomentar la interdisciplinariedad, la interculturalidad y la internacionalización del trabajo en equipo

6. PROGRAMA ANALÍTICO

Durante el cursado del Programa, que se realiza completamente en inglés, se aborda el temario que se detalla a continuación.

Tema 1: Trabajo en equipos internacionales. Relaciones interculturales. Comunicación real y virtual. Procesos de toma de decisiones

Tema 2: Operaciones comerciales internacionales. Desarrollo de habilidades comerciales

Tema 3: Misión, Visión, Enfoques estratégicos (Las tres estrategias genéricas de Porter).

Planeamiento y control estratégico y operativo. Implementación y medición

Tema 4: Largo Plazo vs Corto Plazo: indicadores clave

Tema 5: Decisiones ESG (medio ambiente, sociales y gobernanza)

Tema 6: Gestión del efectivo – Flujo de caja

Tema 7: Cuadro de Mando Integral. Indicadores

Asimismo, se desarrollan actividades vinculadas al conocimiento del Software utilizado y al proceso de toma de decisiones a partir de la información generada por el sistema.

7. CRONOGRAMA DE CLASES

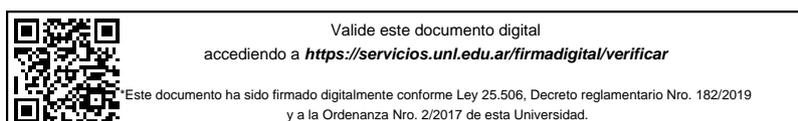
Durante la asignatura se trabajará con un software de estrategia de negocios internacionales (IBS por su sigla en inglés - International Business Strategy) que brindará los datos necesarios para que los estudiantes puedan establecer una estrategia de negocios. Asimismo, la información contenida en dicho sistema se actualizará semanalmente para que cada equipo de trabajo tome las decisiones de negocios que considere más conveniente en función de su estrategia y de los datos del contexto.

De esta manera, el enfoque principal de la asignatura estará puesto en tópicos como:

- Planeamiento y control estratégico y operativo
- Procesos de toma de decisiones
- Desarrollo de habilidades comerciales
- Relaciones interculturales
- Comunicación real y virtual

Cronograma de actividades:

El desarrollo de las actividades se distribuye en tres instancias:



1) Clases intensivas

Se propone el desarrollo de clases intensivas y sincrónicas, presenciales en cada una de las Universidades participantes y conectadas virtualmente entre ellas.

El dictado de las clases y las actividades asociadas, suponen una carga horaria de 30 horas, en las cuales se presentan el marco teórico y herramientas necesarias para el desarrollo posterior del trabajo de simulación del negocio internacional. Para ello, se conformarán equipos internacionales de trabajo, integrados por estudiantes de la UNL (Argentina) y HKA

(Alemania) y se iniciará la simulación, haciendo uso del software *Cesim Business Simulation*.

2) Simulación de negocios - Desarrollo de trabajo en equipo

Se realizan 8 rondas de tomas de decisiones y evaluaciones. En estas instancias, los equipos analizan el mercado, la posición de la empresa, variables clave del negocio y toman decisiones inherentes a diferentes aspectos del negocio. Dichas decisiones deben ser cargadas en el sistema antes de la fecha límite establecida.

3) Presentación de reportes finales y exposición oral

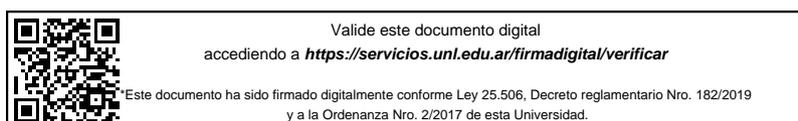
Cada grupo deberá entregar un informe final que incluya el desempeño de la empresa durante el juego, la discusión y análisis de las decisiones tomadas y la revisión de los indicadores.

Finalmente, cada grupo realizará una exposición oral del trabajo realizado.

A continuación, se presenta un esquema tentativo del cronograma de desarrollo de actividades:

Semana	Actividad	Temas	Sitio/lugar	Horas asignadas	Docentes
1	Teórico-Práctica	Temas 1 a 7 Presentación estrategia Ronda 1 (año fiscal 1) Ronda 2 (año fiscal 2)	Híbrido/ sincrónico	30	Giacosa, L. Arcusin, L. Braun. C.
2 a 7	Práctica	Simulación online: Rondas 3 a 8 (años fiscales 3 a 8)	Asincrónico	18	Trabajo en equipos internacionales
8	Evaluación	Presentaciones finales orales	Híbrido/ sincrónico	12	Giacosa, L. Arcusin, L. Braun. C.

8. BIBLIOGRAFÍA



- Cesim Global Challenge. Case Description. Disponible en:
- <https://www.cesim.com/es/simulaciones/cesim-global-challenge>
- Cesim Global Challenge. Decision-Making Guide. Disponible en <https://sim.cesim.com/manual/gc/GlobalChallengeManualPage>
- Porter, Michael. Competitive Strategy: techniques for analyzing industries and competitors. Simon & Schuster Ltd., 2004.
- Harvard Business Review Magazine. Disponible en: <https://hbr.org/>
- Balanced Scorecard <https://balancedscorecard.org/>
- Kaplan, Robert S. y Norton, David P. El cuadro de mando integral. The Balanced Scorecard. Harvard Business Press, 1996.
- Videos:
 - <https://hbr.org/video/3633937148001/the-explainer-the-balanced-scorecard>
 - Kaplan explaining his balanced scorecard balances scorecard: <https://www.youtube.com/watch?v=4xXwFwQmRIM>
 - https://www.youtube.com/watch?v=M_IIOlywryw

9. RÉGIMEN DE EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN

10.

Requisitos para obtener la regularidad: para obtener la regularidad, cada estudiante deberá haber asistido, como mínimo, al 80% del total de las clases teórico/prácticas (semana intensiva) y haber participado en la elaboración y entrega del 100% de las actividades prácticas programadas (definición de estrategia y rondas del juego).

Régimen de promoción de la asignatura:

a) mediante examen final integrador

Para Alumnos en condición de regulares: El examen final integrador consta de una evaluación escrita individual de los contenidos de la asignatura la cual deberá ser aprobada en una primera instancia, para realizar posteriormente una defensa oral del Trabajo Grupal internacional de simulación de negocios realizado durante el cursado.

Para Alumnos en condición de libres: Para acceder al examen final integrador, los estudiantes libres deberán elaborar y aprobar un Trabajo Grupal internacional de simulación de negocios según las consignas brindadas por la cátedra previamente. Con posterioridad a la aprobación del examen, deberán realizar una defensa oral del trabajo presentado.

b) mediante evaluación continua: los estudiantes que cumplan con el régimen de regularidad podrán promocionar la asignatura, a través del desarrollo de un trabajo grupal de simulación de negocios internacional. La nota final estará compuesta por un 40% de la defensa final oral grupal del Trabajo de simulación de negocios, 30% del reporte final escrito y un 30% de la exposición oral de la estrategia definida por cada equipo de trabajo.

Los estudiantes de UNL serán calificados según la escala vigente en la institución (“H.C.S.” N° 233/2006).



ANEXO 7

Expte. FCE-1197148-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las presentes actuaciones por las que la Secretaria Académica y de Bienestar Estudiantil, Dra. Andrea PACÍFICO, eleva propuesta de asignatura optativa denominada “*Simulación de Negocios*”, y

CONSIDERANDO:

QUE la propuesta busca: “*Que el estudiante adquiera competencias para:*

- *Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones.*

- *Adquirir habilidades cognitivas para la toma de decisiones empresariales en las diferentes áreas de una organización: comerciales, de producción, financieras, de recursos humanos.*

- *Interpretar la información interna y externa de la organización para el análisis de escenarios.*

- *Identificar y administrar los riesgos de negocios, relacionando las teorías de negocios tradicionales que han estudiado en la carrera a un caso de aplicación concreto.*

- *Desarrollar habilidades analíticas, debiendo identificar qué información necesitan para la toma de decisiones, así como las fuentes en donde deben buscarla.*

- *Trabajar en equipo, analizando, evaluando y decidiendo en forma consensuada para lograr las metas propuestas”*,

QUE se considera adecuada la propuesta curricular y su régimen de evaluación,

QUE la bibliografía resulta adecuada al programa presentado,

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

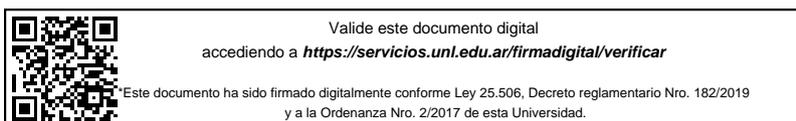
EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el programa de la asignatura optativa “*Simulación de Negocios*”, cuyos objetivos, metodología, propuesta de enseñanza, programa, contenidos mínimos y sistema de evaluación se detallan en el Anexo Único de la presente.

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 185/24



ANEXO RES. C.D. N° 185/24

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Económicas

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA OPTATIVA: SIMULACIÓN DE NEGOCIOS.

CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN – LICENCIATURA EN ECONOMÍA – CONTADOR PÚBLICO

RÉGIMEN DE CURSADO: CUATRIMESTRAL

MODALIDAD DE CURSADO: PRESENCIAL

Esta materia optativa se desarrolla en el marco del programa de Internacionalización del Currículum, desarrollado por la Universidad Nacional del Litoral.

En este sentido, el impacto para los participantes de la actividad (tanto estudiantes como profesores) es directo en cuanto a la vinculación con estudiantes y profesores de todo el mundo.

PROPUESTA DE ENSEÑANZA:

Utilizando un software especializado, los estudiantes podrán experimentar de manera virtual el gerenciamiento de una empresa.

La simulación presenta un modelo realista de negocios en el que se debe decidir sobre:

- Definición de los objetivos de la empresa.
- Política de ventas (mezcla de Marketing, Análisis de competencia y de clientes, etc.)
- Política de compras (inventarios, depósitos, etc.)
- Producción (inversiones, tercerizaciones, etc.) e Investigación y Desarrollo (desarrollo de nuevos productos)
- Política Financiera y de Administración (planeamiento financiero, contabilidad de costos, etc.)
- Política de Recursos Humanos (motivación, productividad, etc.)

A su vez, el ambiente de negocios se ve influenciado por variables como inflación, tipos de cambio, nivel de actividad económica, etc.



Los temas se desarrollan inicialmente mediante presentaciones teóricas, donde se utilizan diversos recursos tecnológicos y se introducen los conceptos básicos de cada tema. Es importante destacar que, desde un punto de vista del aprendizaje, en esta etapa inicial del abordaje teórico se priorizan los fundamentos principales subyacentes.

Los estudiantes deberán ir resolviendo las consignas parciales que se le vayan dando, en pos de alcanzar el objetivo final de este espacio curricular, que es el gerenciamiento de un negocio. La experiencia simulada es un componente clave de este espacio. El estudiante debe sentir que está asistiendo a un proceso de toma de decisiones similar al que podrá vivir en el mundo real.

CARGA HORARIA TOTAL SEGÚN PLAN DE ESTUDIOS: 45 hs

OBJETIVOS:

Que el estudiante adquiera competencias para:

- Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones.
- Adquirir habilidades cognitivas para la toma de decisiones empresariales en las diferentes áreas de una organización: comerciales, de producción, financieras, de recursos humanos.
- Interpretar la información interna y externa de la organización para el análisis de escenarios.
- Identificar y administrar los riesgos de negocios, relacionando las teorías de negocios tradicionales que han estudiado en la carrera a un caso de aplicación concreto.
- Desarrollar habilidades analíticas, debiendo identificar qué información necesitan para la toma de decisiones, así como las fuentes en donde deben buscarla.
- Trabajar en equipo, analizando, evaluando y decidiendo en forma consensuada para lograr las metas propuestas.

PROGRAMA ANALÍTICO:

Unidad 1 Módulo introductorio sobre la competencia

- 1.1. Presentación, objetivos, dinámica de trabajo
- 1.2. Las características de la simulación el negocio.
- 1.3. La empresa y el entorno donde compete.



Unidad 2 Revisión de conceptos generales de gestión

- 2.1 La gestión de la empresa
- 2.2 La Toma de decisiones en las empresas
- 2.3 Gestión de finanzas
- 2.4 Gestión comercial
- 2.5 Gestión de Recursos Humanos

Unidad 3 Proceso de gestión en la simulación de la empresa de software

- 3.1 Desarrollo de la idea de negocios
- 3.2 Gestión de la empresa en el entorno de la simulación
- 3.3 Planificación y ejecución de acciones en la dinámica de simulación

Unidad 4 Presentación y defensa de los casos desarrollados

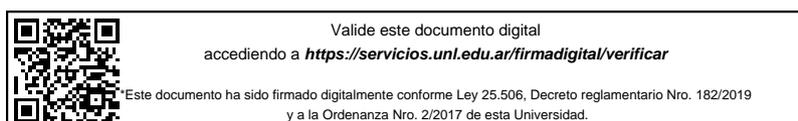
- 4.1 Construcción del caso para la presentación a la cátedra
- 4.2 Análisis de fortalezas y debilidades del trabajo del equipo en la gestión del negocio.
- 4.3 Presentación y defensa de los aspectos principales del trabajo logrado y de la experiencia

DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LAS CLASES

CLASE	HORAS	FECHAS	TEMA
1	4,30 HORAS	24 de Abril	Presentación de la materia y la dinámica de trabajo
2	4,30 HORAS	25 de Abril	Simulación
3	8,30 HORAS	26 de Abril	Simulación

BIBLIOGRAFÍA

- Bower Joseph, “Oficio y arte de la gerencia” Capítulo 5: El Propósito Estratégico de Hamel y Prahalad . Granica Buenos Aires, 1998.
- Chiavenato Idalberto, Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones. México: Novena edición. McGraw-Hill/ Interamericana, 2011.
- Kotler y Keller (2016). Dirección de Marketing. Pearson. México.
- Lambin, Galluci y Sicurello (2009) “Dirección de Marketing”. Mc Graw Hill, España



- Ross, S., Westerfield, R. and Jaffe J. (2009), Finanzas Corporativas, 8va. Edición, EEUU, McGraw-Hill.
- Milgom, Paul. “Economía, organización y gestión de empresas” (1993), Standford Univesity. Capítulo “El Problema de la Organización Económica”
- Rampello, S. (2019). “Los sesgos en la toma de decisiones”. Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas, Vol. 9, N° 1 (enero-junio). Santa Rosa: FCEyJ (UNLPam); EdUNLPam; ISSN 2250-4087, e-ISSN2445-8566. DOI <http://dx.doi.org/10.19137/perspectivas-2019v9n1a06>
- Suárez Suárez, Andrés S. (1998), Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa, Madrid, Pirámide.

REGÍMENES DE CURSADO, PROMOCIÓN Y EVALUACIÓN

Dada la naturaleza de la materia, se prevé un régimen de promoción directa. Para su aprobación, los estudiantes deberán participar de todas las instancias previstas en la simulación de negocios, y la presentación y defensa de los mismos. Durante el proceso, se tomará en consideración el compromiso de cada estudiante con su equipo y con la actividad, la participación en la propuesta, y el desempeño general del grupo.



ANEXO 8

Expte. FCE-1193700-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las presentes actuaciones por las que la Secretaria Académica y de Bienestar Estudiantil, Dra. Andrea PACÍFICO, eleva propuesta de asignatura optativa denominada “*Inglés para las Ciencias Económicas IP*”, y

CONSIDERANDO:

QUE la propuesta tiene como objetivo el desarrollo de macro-habilidades de comprensión oral y escrita específicamente en el campo de las Ciencias Económicas, así como también de producción oral y escrita específicamente en el campo de las Ciencias Económicas,

QUE se considera adecuada la propuesta curricular y su régimen de evaluación,

QUE la bibliografía resulta adecuada al programa presentado,

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 optativa “*Inglés para las Ciencias Económicas IP*”, cuyos objetivos, metodología, propuesta de enseñanza, programa, contenidos mínimos y sistema de evaluación se detallan en el Anexo Único de la presente.

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 182/24

fc



ANEXO RES. C.D. N° 182/24

PROPUESTA DE MATERIA OPTATIVA

Denominación de la Materia Optativa: Inglés para las Ciencias Económicas II

CONTENIDO DE LA PROPUESTA

A. Fundamentos y objetivos de la propuesta didáctica

En el marco de las líneas de acción definidas para el período 2022-2026 y específicamente con respecto a la internacionalización de la FCE, UNL, se propone la implementación de una asignatura optativa que se centre en el desarrollo de las competencias comunicativas, lingüísticas, discursivas en inglés como lengua extranjera en un nivel superior a la asignatura “Inglés para las Ciencias Económicas”, materia de los planes de estudio de las tres carreras de la FCE, Contador Público, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía.

El nivel de logro que se propone, B2 según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER), permitiría a los estudiantes que se desempeñen con fluidez en la lengua inglesa en las cuatro macro-habilidades, comprensión oral y escrita y producción oral y escrita. Este nivel de logro es esencial para los intercambios con universidades extranjeras, estudios en el extranjero de carreras de doble titulación y futuros estudios de posgrado que los estudiantes de la FCE tienen como oferta educativa. Además, este estudio permite a los participantes lograr el desarrollo de la conciencia y competencia intercultural que les permite desenvolverse en contextos internacionales.

Objetivos:

- Desarrollo de macro-habilidades de comprensión oral y escrita específicamente en el campo de las Ciencias Económicas.
- Desarrollo de macro-habilidades de producción oral y escrita específicamente en el campo de las Ciencias Económicas.

B. Destinatarios

Estudiantes de las carreras de Contador Público, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía. Será requisito que el estudiante tenga aprobada la asignatura Inglés para las Ciencias Económicas.

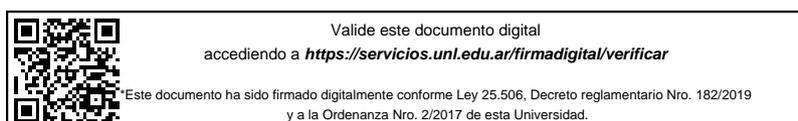
C. Régimen, modalidad de cursado y carga horaria

Asignatura de dictado cuatrimestral. Duración total estimada de 60 horas, distribuidas en 2 clases semanales de 120 minutos cada una. Cursado presencial.

Cantidad de Alumnos: 30 alumnos como máximo.

Cuatrimestre: Segundo cuatrimestre.

D. Propuesta didáctica



El enfoque teórico-metodológico adoptado para este seminario funciona como sustento básico para el diseño del mismo. La Lingüística Cognitiva-funcional ofrece una visión del lenguaje basada en la experiencia del mundo y en el modo en que percibimos y conceptualizamos esa experiencia. Se caracteriza por el lugar privilegiado que tiene la construcción de significado en todas las vertientes teóricas que se enmarcan en esta escuela de pensamiento y que considera que los recursos lingüísticos que proporciona una lengua dada sirven fundamentalmente para la construcción de significado en situaciones comunicativas significativas para los participantes. Investiga, además, cómo los diferentes aspectos del conocimiento lingüístico surgen de un conjunto de habilidades cognitivas comunes de las que se nutren y a las que contribuyen en término de su desarrollo. Así, el enfoque que se adopta aquí está orientado a la acción, en tanto los usuarios de una lengua son fundamentalmente agentes sociales que deben realizar tareas que, en su mayoría, demandan el uso del lenguaje para el logro eficiente de las mismas en contextos y situaciones específicas. Estas tareas sociales, que sirven como modelo para el diseño de las prácticas simbolizadas, requieren la aplicación estratégica de competencias dirigidas a su logro exitoso. Teniendo estos conceptos como sustento teórico, se adhiere a la visión del lenguaje en uso que necesita el desarrollo de un rango de competencias esenciales, tanto generales como en particular las competencias lingüísticocomunicativas, a fin de procesar y producir información sobre variados temas y en dominios específicos.

Esta visión de la lengua, el aprendizaje y la enseñanza demanda una integración completa de la teoría y la práctica, pues los nuevos conocimientos sobre una lengua solo se pueden considerar aprendidos cuando se ponen en práctica para la concreción de tareas, resolución de problemas, y toda aquella actividad social para la que se necesite la lengua. El nivel de logro propuesto tiene como objetivo desarrollar las siguientes competencias en inglés:

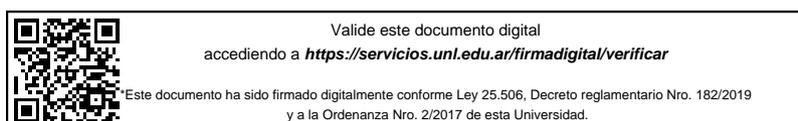
Usuario independiente	B2	<ul style="list-style-type: none"> • Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización. • Puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores. • Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.
-----------------------	----	--

D. Programa analítico

Contenidos mínimos

Áreas temáticas

1. Cultura organizacional. Estrategias culturales e individuales en los negocios. Organizaciones innovadoras. El trabajo en equipo internacional.



2. Marketing. Marcas. e-marketing. El futuro de los negocios y la IA. Diferentes enfoques sobre el mercado internacional. Inserción en el mercado internacional. Estrategias de mercado. Comercio digital.
3. La gerencia y el liderazgo. El manejo del conflicto. Implementación de cambios en una organización. El desarrollo e implementación de un proyecto.
4. Contabilidad y finanzas. Costo y precio. El concepto de microfinanciación. Responsabilidad social corporativa.
5. El trabajo. La búsqueda de empleo. La entrevista laboral. Trabajar en el extranjero. Culturas laborales globales.

Léxico-gramática

1. Tiempos verbales: Presente del indicativo. Perífrasis: *be+v-ing*, Pretérito perfecto simple y compuesto. Pretérito imperfecto. Formas del futuro: futuro simple, perífrasis *going to + v-inf.*, presente indicativo con uso futuro. Pretérito Pluscuamperfecto. Imperativo
2. Grupo nominal: sustantivos contables y no contables. Sustantivos abstractos. Grupo nominal complejo.
3. Comparación y superlativización (Grupo Adj y Grupo Adv.)
4. Circunstanciales temporales, espaciales, de modo, causalidad y consecuencia.
5. Modalización: Obligación. Posibilidad. Probabilidad. Habilidad
6. Cláusulas condicionales.
7. Construcciones impersonales. La voz pasiva.
8. Subordinación.
9. Textualidad: coherencia, cohesión, perspectiva, organización de la información.

Géneros y subgéneros:

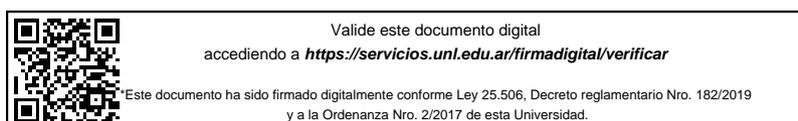
1. Descriptivos: La descripción de productos, procesos, puestos de trabajo y funciones.
2. Narrativos: historia de una compañía, desarrollo profesional.
3. Expositivos: persuasión y argumentación: la presentación académico-profesional, presentación de un producto o servicio, propaganda.
4. Informativos: el informe profesional y científico.
5. Subgéneros híbridos: e-mail, el memo, comunicación en la intranet corporativa, la página web, blogs, etc.

Funciones

- Hacer preguntas, realizar pedidos formales, dar instrucciones y hacer recomendaciones, realizar presentaciones de empresas o productos, expresar causas, razones y relaciones, describir gráficos, comparar y contrastar cifras y tendencias, presentar y explicar temas, argumentar, hablar de probabilidad, realizar hipótesis, lamentarse, criticar propuestas, describir y explicar procesos.

E. Cronograma

Unidades temáticas	Horas
--------------------	-------



1.Cultura organizacional: descripción de roles y relaciones en el ámbito laboral. Revisión tiempos verbales. El estilo indirecto. Expresar razones, resultados y contrastes. Verbos modales	6
2.La comunicación en la compañía y entre empresas. Nuevos emprendimientos. Modalización: posibilidad; probabilidad	6
3.Organizaciones innovadoras. El trabajo en equipo internacional. Formas de futuro. Las relaciones en las reuniones laborales. Hacer y responder preguntas. Redactar invitaciones, escribir sobre planes futuros	6
4.Marketing, el futuro de los negocios y IA. El mercado internacional. El comercio digital Oraciones condicionales. Lenguaje persuasivo. Formas del futuro: futuro simple, perífrasis going to + v-inf., presente indicativo con uso futuro. Vocabulario específico del tema	6
5.Campañas publicitarias. Las marcas reconocidas. Dar y pedir consejos y opiniones. Escribir un informe	6
6.La gerencia y el liderazgo. Implementación de cambios, proyectos en una organización Presente del indicativo. Perífrasis: be+v-ing. Modalización: habilidad; pedidos y ofrecimientos.	6
7.Contabilidad y finanzas. Costo y precio. El concepto de microfinanciación. Responsabilidad social. Oraciones complejas, pronombres relativos, tiempos verbales narrativos, verbos preposicionales, el lenguaje de la persuasión.	6
8.El trabajo. La búsqueda de empleo. Pretérito perfecto simple y compuesto. Pretérito imperfecto. Preguntas indirectas. Verbos modales. La carta de presentación y el CV	6
9.Recursos humanos, producción y planeamiento. La salud en los puestos de trabajo. Pretérito Pluscuamperfecto. Voz pasiva	6
10.Presentación oral de empresas: organización de la información. Análisis de los géneros narrativo y expositivo.	6

E. Bibliografía

Dubicka, I., Rosenberg, M, Dignen, B., Hogan, M., and Wright, L. Business Partner B2, 2019.

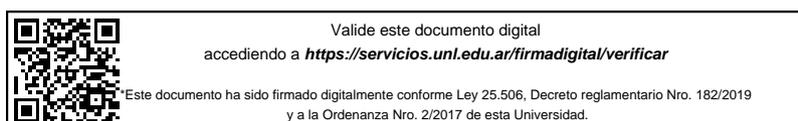
Coursebook & eBook with MyEnglishLab & Digital Resources. Pearson Education.

O'Keeffe, et ál. 2023. Business Partner B2+ Coursebook & eBook with MyEnglishLab & Digital Resources. Pearson Education.

Handford, M. 2012. Business Advantage B2. Upper-Intermediate. Student's Book + DVD.

Cambridge University Press.

Firth, M. 2014. *Unlock. Reading and Writing Skills*. Cambridge University Press.



Oxford Learner's Dictionaries. Oxford University Press
Cambridge Learner's Dictionary. Cambridge University Press
Longman Dictionary of Contemporary English. Pearson

F. Régimen de evaluación y promoción

La asignatura Inglés para las Ciencias Económicas II se promocionará cumpliendo con el 80% de asistencia a las clases presenciales, la aprobación del 80% de las actividades escritas de evaluación continua y la aprobación de una presentación oral sobre un tema relevante para los estudiantes según sus áreas de estudio. En la asignatura se evalúan los niveles de competencia en las cuatro macro-habilidades, comprensión oral y escrita, y producción oral y escrita según los niveles de logro esperados que se explicaron en el punto D de esta propuesta.

Esta asignatura tiene una instancia de evaluación final para aquellos estudiantes que no lograron cumplir con los requisitos de promoción, la que se realizará solo dentro de los dos turnos de exámenes siguientes a la fecha de finalización del dictado. La fecha de dichas instancias coincidirá con el día en el que se realice el examen de la cátedra responsable de la asignatura optativa, dentro de cada turno de examen.



ANEXO 9

Expte. FCE-1199946-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales la Secretaria de Posgrado, Mg. Marcela Andrea MARTÍN, eleva propuesta de programa del módulo ACERCAMIENTO A LAS FAMILIAS EMPRESARIAS/EMPRESAS FAMILIARES correspondiente a la Diplomatura Universitaria Superior en Fortalecimiento y Desarrollo de las Empresas Familiares, y

CONSIDERANDO:

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

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 del módulo ACERCAMIENTO A LAS FAMILIAS EMPRESARIAS/EMPRESAS FAMILIARES correspondiente a la Diplomatura Universitaria Superior en Fortalecimiento y Desarrollo de las Empresas Familiares, cuyos objetivos, contenidos, bibliografía y régimen de evaluación y promoción se adjuntan a las presentes actuaciones.

ARTÍCULO 2º.- Inscribise, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 183/24

fc



ANEXO RES. C.D. N° 183/24

DIPLOMATURA UNIVERSITARIA SUPERIOR EN FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES

PROGRAMA ACERCAMIENTO A LAS FAMILIAS EMPRESARIAS/EMPRESAS FAMILIARES
--

Objetivos

Transmitir los encuadres teóricos y conceptuales para encuadrar de manera general la problemática de las empresas familiares en su complejidad y límites, los múltiples campos disciplinares en juego, su interrelación y las influencias recíprocas a lo largo de las distintas etapas del desarrollo evolutivo.

Contenidos temáticos mínimos

1. Acercamiento a las familias empresarias/empresas familiares
 - a. Conceptualización.
 - b. Distinción de los ámbitos familiares, empresariales, legales.
 - c. Identificación de roles.
 - d. Lógicas operantes y complejidad.

Contenidos analíticos

1. Acercamiento a las familias empresarias/empresas familiares
 - a. Conceptualización.
 - i. Rasgos característicos.
 - ii. Distintos tipos de empresas familiares.
 - iii. Las características evidentes: propiedad y administración.
 - iv. Las características relevantes: convivencia intergeneracional e influencia recíproca entre los sistemas.
 - v. Situaciones claves: transición generacional, sucesión, valores, influencia recíproca entre los sistemas.
 - b. Distinción de los ámbitos familiares, empresariales, legales.
 - i. El negocio, la empresa y la sociedad.
 - ii. El sistema familiar. Sus definiciones y sus límites. Las miradas posibles de cada familia.
 - iii. El sistema empresarial. Los alcances y su dinámica. iv. El sistema legal. La sociedad y sus alcances. Vacíos y superposiciones.



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

- c. Identificación de roles.
 - i. Enumeración de los roles posibles a ocupar en las familias empresarias.
 - ii. Caracterización de los roles.
 - iii. Derechos y obligaciones de los ocupantes de cada rol.
 - iv. Los cambios de roles. Sus causas y sus consecuencias.
- d. Lógicas operantes y complejidad.
 - i. La identificación de las lógicas operantes.
 - ii. Tensiones, divergencias y antagonismos.
 - iii. La teoría del punto de equilibrio y la realidad del centro de masa.
 - iv. Los procesos evolutivos de las familias, las empresas y las sociedades.
 - v. Sus ciclos, las superposiciones y las asincronicidades.

Bibliografía

DAVIS – TAGIURI. Atributos ambivalentes de la empresa familiar. Family Business Review. Clásicos 1982.

GALLO. Modelo de poder en la empresa familiar. Family Firm Institute. Practitioner Review. 2018.

GERSIK – LANSBERG. Etapas y transiciones en la empresa familiar. Family Business Review. Clásicos.

1999.

GLIKIN. Modelos de traspaso generacional. Family Firm Institute. Practitioner Review. 2020.

MOLINA PARRA, BOTERO, MONTOYA. Empresa de familia: conceptos y modelos para su análisis.

Pensamiento y Gestión N° 41. Colombia. 2016.

Metodología de evaluación y promoción

Elección de un caso real de una empresa de familia conocida por uno o varios miembros del equipo y descripción de los distintos aspectos utilizando los encuadres teóricos y conceptuales presentados en el módulo.



ANEXO 10

FCE-1199951-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales la Directora de la Maestría en Administración de Empresas, Dra. María Rosa SÁNCHEZ ROSSI, eleva propuesta de asignaturas optativas para el Módulo Básico y el Módulo de Intensificación en todas las menciones de dicha Maestría, para el año 2024, y

CONSIDERANDO:

QUE el Plan de la carrera prevé que las asignaturas optativas sean elegidas por los alumnos en base a la propuesta académica presentada cada año por las autoridades de la carrera,

QUE las asignaturas propuestas estarán a cargo de reconocidos profesores y especialistas en las temáticas abordadas,

QUE los contenidos mínimos de las asignaturas respetan las condiciones formales de las materias optativas,

QUE esta propuesta cuenta con la aprobación del Comité Académico de la mencionada Maestría,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

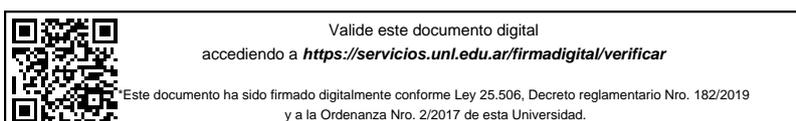
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar las siguientes asignaturas como optativas para el Módulo Básico y el Módulo de Intensificación en todas las menciones de la Maestría en Administración de Empresas para el año 2024:

- *Simulación de Negocios*
- *Gestión de Costos*
- *Tecnologías Innovadoras para Negocios del Agro*
- *Programa de Competitividad Global*
- *Aceleración de Negocios*
- *Gestión Logística Integral*

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 171/24



ANEXO 11

FCE-1199950-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO la Resolución de la Decana N° 189/24, dictada *Ad Referéndum* del Consejo Directivo, por la cual se designan docentes para la asignatura DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS de la carrera de Maestría en Administración de Empresas, y

CONSIDERANDO:

QUE las profesoras propuestas cuentan con antecedentes docentes y profesionales acordes a los requerimientos de una carrera de posgrado,

QUE esta propuesta cuenta con el despacho favorable del Comité Académico de la mencionada maestría,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Ratificar la Resolución de la Decana N° 189/24, dictada *Ad Referéndum* del Consejo Directivo, la que como Anexo Único se adjunta a la presente.

ARTÍCULO 2°.- Inscribase, comuníquese, tómese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 172/24



ANEXO DE LA RESOLUCIÓN C.D. N° 172/24

Expte. FCE-1199950-24

SANTA FE, 10 de abril de 2024

VISTO las presentes actuaciones por las cuales se eleva la propuesta de designación de docentes para la asignatura DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS de la carrera de Maestría en Administración de Empresas, y

CONSIDERANDO:

QUE las profesoras propuestas cuentan con antecedentes docentes y profesionales acordes a los requerimientos de una carrera de posgrado,

QUE esta propuesta cuenta con el despacho favorable del Comité Académico de la mencionada maestría,

POR ELLO,

LA DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Ad Referéndum DEL CONSEJO DIRECTIVO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°. - Designar a la Dra. ***Eliana Marcia MARTINS FITTIPALDI TORGA*** (M.G. 16.967.324) y a la ***Mg. Paula RAVIOLO*** (D.N.I. N° 26.233.681) como profesoras para que tomen a su cargo el dictado la asignatura DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS de la Maestría en Administración de Empresas.

ARTICULO 2°. - Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN N° 189/24



Valide este documento digital
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/verificar>

Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019
y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.

ANEXO 12

FCE-1199947-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO la Resolución de la Decana N° 190/24, dictada *Ad Referéndum* del Consejo Directivo, por la cual se designan docentes para la asignatura EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN de la carrera de Maestría en Administración de Empresas, y

CONSIDERANDO:

QUE el profesor propuesto cuenta con antecedentes docentes y profesionales acordes a los requerimientos de una carrera de posgrado,

QUE esta propuesta cuenta con el despacho favorable del Comité Académico de la mencionada maestría,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Ratificar la Resolución de la Decana N° 190/24, dictada *Ad Referéndum* del Consejo Directivo, la que como Anexo Único se adjunta a la presente.

ARTÍCULO 2°.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 173/24



ANEXO DE LA RESOLUCIÓN C.D. N° 173/24

Expte. FCE-1199947-24

SANTA FE, 10 de abril de 2024

VISTO las presentes actuaciones por las cuales se eleva la propuesta de designación de un docente para la asignatura EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN de la carrera de Maestría en Administración de Empresas, y

CONSIDERANDO:

QUE el profesor propuesto cuenta con antecedentes docentes y profesionales acordes a los requerimientos de una carrera de posgrado,

QUE esta propuesta cuenta con el despacho favorable del Comité Académico de la mencionada maestría,

POR ELLO,

LA DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Ad Referéndum DEL CONSEJO DIRECTIVO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º. - Designar al Mg. **Mario Luis PEROSSA** (D.N.I. N° 14.569.600) como profesor para que tome a su cargo el dictado la asignatura EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE RIESGO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN de la Maestría en Administración de Empresas.

ARTICULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN N° 190/24



ANEXO 13

FCE-1199646-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales Directora del Doctorado en Administración Pública, Dra. Stella Maris RODRÍGUEZ, eleva propuesta de Jurado de Tesis del alumno Efraín Roberto BECERRA PAGUAY, correspondiente al tema: “*Análisis de la Auditoría Forense en la administración pública ecuatoriana, como herramienta de aporte de evidencia en delitos gubernamentales*”, y

CONSIDERANDO:

QUE los antecedentes de las personas propuestas para integrar el Jurado de Tesis, son suficientes, adecuados y pertinentes a la temática con que se relaciona la Tesis a evaluar,

QUE el Comité Académico de la carrera involucrada se ha expedido formalmente recomendando la aprobación de los nominados como integrantes de Jurado,

QUE los nominados son profesores y/o investigadores especialistas en el campo al que corresponde el tema de Tesis,

QUE se han contemplado los recaudos reglamentarios previstos para la integración de Jurados de Tesis,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Designar como integrantes del Jurado de Tesis del alumno **Efraín Roberto BECERRA PAGUAY** (Pasaporte 1713301792), para el tema: “*Análisis de la Auditoría Forense en la administración pública ecuatoriana, como herramienta de aporte de evidencia en delitos gubernamentales*” de la carrera de posgrado del Doctorado en Administración Pública, a los siguientes:



Miembros Titulares:

- Dr. Julián Emmanuel PASSARELLA DNI 30.118.453
- Dr. Fernando Roberto LENARDON DNI 18.243.184
- Dr. Xavier Mauricio TORRES MALDONADO CI 1102773205

Miembros Suplentes:

- Dr. Federico José LISA DNI 16.035.442
- Dra. Julia Marcela AMARILLA PAEZ DNI 25.750.918

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. Nº 174/24



ANEXO 14

FCE-1185952-23

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales Directora del Doctorado en Administración Pública, Dra. Stella Maris RODRÍGUEZ, eleva propuesta de Jurado de Tesis del alumno Juan Manuel GALARZA SCHOENFELD, correspondiente al tema: “*Modelos de Administración y Política Pública en Ecuador. Gobiernos locales 2000- 2015*”, y

CONSIDERANDO:

QUE los antecedentes de las personas propuestas para integrar el Jurado de Tesis, son suficientes, adecuados y pertinentes a la temática con que se relaciona la Tesis a evaluar,

QUE el Comité Académico de la carrera involucrada se ha expedido formalmente recomendando la aprobación de los nominados como integrantes de Jurado,

QUE los nominados son profesores y/o investigadores especialistas en el campo al que corresponde el tema de Tesis,

QUE se han contemplado los recaudos reglamentarios previstos para la integración de Jurados de Tesis,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Designar como integrantes del Jurado de Tesis del alumno **Juan Manuel GALARZA SCHOENFELD** (Pasaporte 1.705.114.948), para el tema: “*Modelos de Administración y Política Pública en Ecuador. Gobiernos locales 2000- 2015*” de la carrera de posgrado del Doctorado en Administración Pública, a los siguientes:

Miembros Titulares:

- Dr. Martín Leandro DUTTO GIOLONGO DNI 22.070.820
- Dr. Alejandro VILLAR DNI 13.925.003
- Dra. Rita María GRANDINETTI DNI 14.938.768

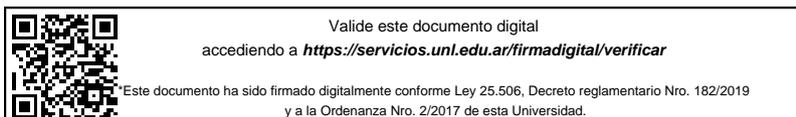


Miembros Suplentes:

- Dr. Fernando Martín JAIME DNI 16.879.764
- Dr. Victor Manuel SALINAS VARGAS Pasaporte 147.874.612

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. Nº 175/24



ANEXO 15

FCE-1199686-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales Directora del Doctorado en Administración Pública, Dra. Stella Maris RODRÍGUEZ, eleva propuesta de Jurado de Tesis de la alumna Nancy Evelina INTRIAGO CUSME, correspondiente al tema: “*Deserción, permanencia y eficiencia en la inversión educativa en el bachillerato de las instituciones educativas fiscales. Estudio de caso: Manabí - Ecuador, del 2006 al 2015*”, y

CONSIDERANDO:

QUE los antecedentes de las personas propuestas para integrar el Jurado de Tesis, son suficientes, adecuados y pertinentes a la temática con que se relaciona la Tesis a evaluar,

QUE el Comité Académico de la carrera involucrada se ha expedido formalmente recomendando la aprobación de los nominados como integrantes de Jurado,

QUE los nominados son profesores y/o investigadores especialistas en el campo al que corresponde el tema de Tesis,

QUE se han contemplado los recaudos reglamentarios previstos para la integración de Jurados de Tesis,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Designar como integrantes del Jurado de Tesis de la alumna **Nancy Evelina INTRIAGO CUSME** (Pasaporte 1309724712), para el tema: “*Deserción, permanencia y eficiencia en la inversión educativa en el bachillerato de las instituciones educativas fiscales. Estudio de caso: Manabí - Ecuador, del 2006 al 2015*” de la carrera de posgrado del Doctorado en Administración Pública, a los siguientes:



Miembros Titulares:

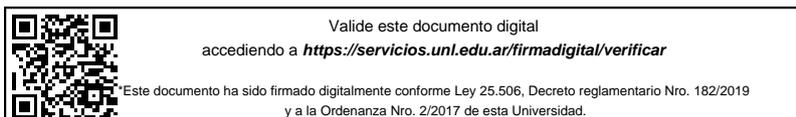
- Dra. María Fernanda PAGURA DNI 17.737.029
- Dra. Mónica Alejandra LEGARDA SEVILLA Pasaporte 1.713.524.724
- Dra. Luisa Margarita SCHWEIZER DNI 2.784.342,

Miembros Suplentes:

- Dra. Andrea María PACIFICO DNI 14.623.101
- Dra. Tatiana de Lourdes LARA NUÑEZ Pasaporte 0.201.258.308

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 176/24



ANEXO 16

FCE-1185193-23

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales Directora del Doctorado en Administración Pública, Dra. Stella Maris RODRÍGUEZ, eleva propuesta de Jurado de Tesis del alumno Marco Antonio LOGROÑO SANTILLAN, correspondiente al tema: “*Análisis y reconsideración de herramientas que evalúan capacidades locales de gestión para determinar políticas públicas de desarrollo equitativo*”,

CONSIDERANDO:

QUE los antecedentes de las personas propuestas para integrar el Jurado de Tesis, son suficientes, adecuados y pertinentes a la temática con que se relaciona la Tesis a evaluar,

QUE el Comité Académico de la carrera involucrada se ha expedido formalmente recomendando la aprobación de los nominados como integrantes de Jurado,

QUE los nominados son profesores y/o investigadores especialistas en el campo al que corresponde el tema de Tesis,

QUE se han contemplado los recaudos reglamentarios previstos para la integración de Jurados de Tesis,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Designar como integrantes del Jurado de Tesis del alumno **Marco Antonio LOGROÑO SANTILLAN** (Pasaporte 1710857911), para el tema: “*Análisis y reconsideración de herramientas que evalúan capacidades locales de gestión para determinar políticas públicas de desarrollo equitativo*” de la carrera de posgrado del Doctorado en Administración Pública, a los siguientes:



Miembros Titulares:

- Dr. Miguel Ángel ASENSIO (DNI 5.068.053)
- Dr. Edgardo Javier MORILLO REVELLO (CC 1710489343)
- Dra. Claudia Cristina AMERISO (DNI 12.381.300)

Miembros Suplentes:

- Dr. Fernando Martín JAIME (DNI 16.879.764)
- Dr. Franklin Leonardo CUMBAL SIMBA (Documento de Identidad/Pasaporte Nro. 1.711.477.073)

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 177/24



ANEXO 17

FCE-1199687-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales Directora del Doctorado en Administración Pública, Dra. Stella Maris RODRÍGUEZ, eleva propuesta de Jurado de Tesis del alumno Gabriel Ernesto Cristobal RIZZO GUAMBAÑA, correspondiente al tema: “*La Perpetuación del Sistema y el Manejo Discrecional de los Fondos del IESS, Ecuador, la Aplicación de las Políticas Públicas en el Sector de la Salud, y su Incidencia en las Finanzas del Instituto, Período 2013-2018*”, y

CONSIDERANDO:

QUE los antecedentes de las personas propuestas para integrar el Jurado de Tesis, son suficientes, adecuados y pertinentes a la temática con que se relaciona la Tesis a evaluar,

QUE el Comité Académico de la carrera involucrada se ha expedido formalmente recomendando la aprobación de los nominados como integrantes de Jurado,

QUE los nominados son profesores y/o investigadores especialistas en el campo al que corresponde el tema de Tesis,

QUE se han contemplado los recaudos reglamentarios previstos para la integración de Jurados de Tesis,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Designar como integrantes del Jurado de Tesis del alumno **Gabriel Ernesto Cristobal RIZZO GUAMBAÑA** (Pasaporte 1706651567), para el tema: “*La Perpetuación del Sistema y el Manejo Discrecional de los Fondos del IESS, Ecuador, la Aplicación de las Políticas Públicas en el Sector de la Salud, y su Incidencia en las Finanzas del Instituto, Período 2013-2018*” de la carrera de posgrado del Doctorado en Administración Pública, a los siguientes:



Miembros Titulares:

- Dra. Ana Clara MINETTI DNI 17.068.590
- Dra. Nora Judith GOREN DNI 16.579.612
- Dr. Amilcar Marcelo VARELA ENRIQUEZ DNI 1001501384

Miembros Suplentes:

- Dra. María Mercedes CARDOSO DNI 26.004.560
- Dr. Javier Fernando DEUD DNI 17.857.573

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. Nº 178/24



ANEXO 18

FCE-1187069-23

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales Directora del Doctorado en Administración Pública, Dra. Stella Maris RODRÍGUEZ, eleva propuesta de Jurado de Tesis del alumno Washington Paul TORRES VARGAS, correspondiente al tema: “*Reforma administrativa y administración pública: Continuidades y rupturas en la dinámica del Gobierno Nacional del Ecuador*”, y

CONSIDERANDO:

QUE los antecedentes de las personas propuestas para integrar el Jurado de Tesis, son suficientes, adecuados y pertinentes a la temática con que se relaciona la Tesis a evaluar,

QUE el Comité Académico de la carrera involucrada se ha expedido formalmente recomendando la aprobación de los nominados como integrantes de Jurado,

QUE los nominados son profesores y/o investigadores especialistas en el campo al que corresponde el tema de Tesis,

QUE se han contemplado los recaudos reglamentarios previstos para la integración de Jurados de Tesis,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Designar como integrantes del Jurado de Tesis del alumno **Washington Paul TORRES VARGAS** (Pasaporte 1712405537), para el tema: “*Reforma administrativa y administración pública: Continuidades y rupturas en la dinámica del Gobierno Nacional del Ecuador*” de la carrera de posgrado del Doctorado en Administración Pública, a los siguientes:



Miembros Titulares:

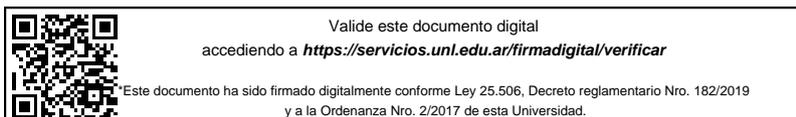
- Dr. Luis Felipe AGRAMUNT DNI 13.190.558
- Dr. Carlos MOREIRA DNI 18.751.527
- Dra. María Mercedes LLANO DNI 26.792.853

Miembros Suplentes:

- Dra. Stella Maris RODRIGUEZ DNI 16.203.473
- Dr. Hernan Osvaldo GONGORA ESCOBAR Pasaporte 170474656-7

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. Nº 179/24



ANEXO 19

FCE-1200899-24

SANTA FE, 25 de abril de 2024

VISTO las presentes actuaciones por las que la Dirección de Obras y Contrataciones de la U.N.L informa respecto de la supresión de la boca de expendio del Comedor Universitario, Sede en la Facultad de Ciencias Económicas,

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

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Tomar conocimiento de la decisión de supresión de la boca de expendio del Comedor Universitario, sede Facultad de Ciencias Económicas.

ARTÍCULO 2º.- Inscribase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 209/24

