



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA



RESOLUCION H. CONSEJO SUPERIOR RESHCS : 52 / 2025

EXP 1283/2024

LUJÁN, BUENOS AIRES

VISTO: La Resolución RESHCS-LUJ: 0000455-23, mediante la cual se aprueba el Plan de Estudios 27.05, y la Resolución RESHCS-LUJ: 0001019-15, mediante la cual se aprueba el Plan de Estudios 27.04 de la Carrera de Licenciatura en Comercio Internacional, y

CONSIDERANDO:

Que por Resolución RESHCS-LUJ: 0000801-23 se aprueba la Certificación de Trayectos Formativos que integren los planes de estudios de las carreras de grado y pregrado universitario como "Diplomatura Intracurricular".

Que dicho marco normativo contempla la posibilidad de expedir diplomas a quienes, encontrándose cursando carreras de pregrado o grado universitario, acrediten el cumplimiento de un trayecto académico que conduzca al desarrollo de competencias específicas para el desempeño laboral, sin que las mismas alcancen las incumbencias necesarias para que corresponda expedirse una titulación.

Que la legitimación académica de estos trayectos formativos permite, más allá de la acreditación de actividades académicas aprobadas, certificar determinada formación y desarrollo de competencias que puedan ser puestas en práctica en ámbitos laborales.

Que la Comisión de Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Comercio Internacional ha considerado la necesidad de expedir este tipo de certificación a quienes acrediten haber aprobado un trayecto curricular del plan de estudios de la carrera, proponiendo denominar a la misma como "Diplomatura Intracurricular Universitaria en Marketing Internacional".

Que la División Planes de Estudio, dependiente de la Dirección General de Asuntos Académicos, ha realizado el proyecto de resolución correspondiente.

Que la Secretaría Académica ha tomado intervención, analizando la propuesta y acordando con el proyecto de resolución elaborado.

Que ha tomado intervención la Comisión Asesora Permanente de Oferta Académica aconsejando aprobar la creación de la Diplomatura.

Que la competencia del órgano para el dictado de la presente está determinada por el Artículo 53 del Estatuto Universitario.

Que el Cuerpo trató y aprobó el tema en su sesión extraordinaria del día 19 de diciembre de 2024.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA



Por ello,

EL H. CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LUJÁN
R E S U E L V E :

ARTÍCULO 1º.- Autorizar, en el marco de lo establecido por la Resolución RESHCS-LUJ: 0000801-23, la expedición de la certificación "Diplomatura Intracurricular Universitaria en Marketing Internacional" a quienes se encuentren en condición de regularidad en los Planes de Estudio 27.04 y 27.05, de la Carrera de Licenciatura en Comercio Internacional, y cumplan con los requisitos y condiciones que se detallan en el Anexo de la presente.-

ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese y archívese.-

Lic. Carla Romina MARTÍNEZ Subsecretaria de Gestión Académica a cargo de la Secretaría Académica

Lic. Walter Fabián PANESSI. Presidente H. Consejo Superior



EXP 1283/2024

ANEXO

1-FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

Considerando aspectos del documento "Universidades Argentina del 2030" suscripto por el CIN y el Ministerio de Educación en diciembre del año 2021, en particular en lo que se refiere a lo necesario de certificaciones académicas que no conducen a titulaciones pero que podrían evidenciar y respaldar trayectos formativos, en donde se plantea, dicho de otra forma, que podrían ser considerados planes de estudio que integran trayectos de formación reconocibles con certificados que no necesariamente culminan con un título profesional, pero que eventualmente permitan certificar competencias específicas.

Teniendo en cuenta que del mismo se sustenta la idea, de que un avance en esa línea, estaría generando opciones motivadoras para que los estudiantes no discontinúen sus estudios a tiempo que potenciarán sus posibilidades de inserción en el campo laboral.

Que emana de dicho documento que cada Universidad estaría en condiciones de analizar sus programas y otorgar una certificación de saberes específicos.

Que, respecto a esa alternativa, mediante Resolución RESHCS-LUJ: 0000749-19, se expidió y planteó el marco reglamentario para proceder en la creación y normar el funcionamiento.

Que, en línea a lo anterior, el mismo cuerpo bajo la Resolución 0000801-23 aprobó la Certificación de Trayectos Formativos que conformen los planes de estudio (Tanto de carreras de grado como de posgrado), con el carácter de "Diplomatura Intracurricular".

Que, sobre la base de lo descripto anteriormente, la Comisión Plan de Estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional, el pasado 25 de septiembre de 2024, aprobó y acompañó de manera unánime la idea de iniciar gestiones y avanzar para la creación de una Diplomatura en Marketing Internacional, para los planes 27/04 y 27/05 de la Carrera.

Que posteriormente, con fecha 27 de noviembre de 2024, en la reunión de la Comisión Plan de Estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional, se consideró y aprobó la propuesta presentada por el Coordinador de la Carrera, respecto a la creación de una Diplomatura en Marketing Internacional, propuesta que a continuación se presenta y se detalla:

2- DETERMINACIÓN DEL DIPLOMA

Diplomado/a Universitario en Marketing Internacional

3- COMPETENCIAS QUE ACREDITA LA CERTIFICACIÓN

El Diplomado/a en Marketing Internacional de la Universidad Nacional de Luján se especializa en diseñar, implementar y evaluar, estrategias de marketing que sean efectivas en un contexto complejo y globalizado. Su

formación le posibilita, analizar mercados internacionales, formular estrategias de expansión a los mismos y analizar el comportamiento de los consumidores, entendiendo y considerando los aspectos legales normativos y las nuevas tendencias tecnológicas aplicadas.

Sus competencias incluyen un mix de capacidades, teóricas, prácticas y de gestión

. Capacidad para identificar y evaluar oportunidades y riesgos en diferentes países y culturas.

. Formación para diseñar e implementar investigaciones de mercado.

. Conocimientos teóricos para desarrollar alternativas o modelos de expansión internacional, como exportaciones, franquicias o esquemas de inversión directa.

. Formación teórica robusta en línea a poder desempeñarse en el diseño de estrategias integradas de comercialización, abarcando todas sus variables, producto, precios, comunicación y canales de distribución.

. Capacidad para entender la implicancia de las particularidades culturales, sociales y legales de cada mercado del exterior.

TRAYECTO FORMATIVO PARA EL PLAN 27.04

- (20431)INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL - Noventa y seis (96) HORAS
- (20440)INTRODUCCIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN - Sesenta y cuatro (64) HORAS
- (20572)COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL - Noventa y seis (96) HORAS
- (20575)PROMOCIÓN DE MERCADOS EXTERIORES - Ciento veintiocho (128) HORAS
- (21442)TALLER DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL - Noventa y seis (96) HORAS

TOTAL HORAS: Cuatrocientos ochenta (480).

TRAYECTO FORMATIVO PARA EL PLAN 27.05

- (20431)INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL - Noventa y seis (96) HORAS
- (20718)MARKETING - Noventa y seis (96) HORAS
- (10303)TECNOLOGÍA APLICADA A LOS NEGOCIOS - Sesenta y cuatro (64) HORAS
- (20725)MARKETING INTERNACIONAL - Sesenta y cuatro (64) HORAS
- (20727)TALLER: ESTRUCTURAS Y ACCIONES DE PROMOCIÓN EN LOS NEGOCIOS Noventa y seis (96) HORAS
- (20728)COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS - Sesenta y cuatro (64) HORAS
- (20729)TALLER DESARROLLO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES: AGROALIMENTOS Y NUEVOS EMPRENDIMIENTOS - Sesenta y cuatro (64) HORAS

TOTAL HORAS: Quinientos cuarenta y cuatro (544).