



"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

RESOLUCIÓN H. CONSEJO SUPERIOR RESHCS : 278 / 2026

EXP 1594/2026

LUJÁN, BUENOS AIRES

VISTO: El proyecto de creación de la Carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing, y

CONSIDERANDO:

Que la propuesta fue elaborada en el ámbito del Departamento de Ciencias Sociales, con el propósito de ofrecer estudios de posgrado destinados a graduados/as y docentes interesados/as en la actualización y profundización de conocimientos en el área de Marketing Estratégico.

Que mediante DISPOSICIÓN CONSEJO DIRECTIVO DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES DISPCD-CS: 333/2024, el Consejo Directivo del Departamento de Ciencias Sociales avala la propuesta de creación de la Especialización.

Que la Comisión Académica de Posgrado consideró el proyecto en su sesión de fecha 26 de mayo de 2025, emitiendo dictamen favorable al respecto y recomendando la aprobación de la carrera.

Que la Secretaría de Posgrado ha dado intervención a la Dirección del Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED), para su evaluación.

Que la Dirección del SIED ha evaluado y avalado el proyecto.

Que el Departamento de Gestión Curricular, dependiente de la Dirección General de Asuntos Académicos, ha elaborado el proyecto de resolución correspondiente.

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 ordinaria del día 30 de abril de 2026.

Por ello,

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



"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

ARTÍCULO 1°.- Aprobar la creación de la Carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing.-

ARTÍCULO 2°.- Aprobar la Fundamentación, Objetivos, Perfil del Egresado y Características Generales de la Carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing, según se detalla en el Anexo I de la presente.-

ARTÍCULO 3°.- Aprobar el Plan de Estudios 73.01 de la Carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing, que obra como Anexo II de la presente.-

ARTÍCULO 4°.- Aprobar los Contenidos Mínimos de las Actividades Académicas correspondientes al Plan de Estudios 73.01, de la Carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing, que obra como Anexo III de la presente.-

ARTÍCULO 5°.- Aprobar el Reglamento de Trabajo Final Integrador correspondiente a la Carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing, que obra como Anexo IV de la presente.-

ARTÍCULO 6°.- Encomendar a la Dirección General de Asuntos Académicos la tramitación del reconocimiento oficial y consecuente validez nacional del título.-

ARTÍCULO 7°.- Regístrese, comuníquese y archívese.-

Lic. Pedro Pablo Ángel ALBERTTI. Secretario de Posgrado, de Cooperación Internacional e Internacionalización

Lic. Walter Fabián PANESSI. Presidente del H. Consejo Superior



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

EXP 1594/2026

ANEXO I

**FUNDAMENTACIÓN, OBJETIVOS, PERFIL DEL EGRESADO Y CARACTERÍSTICAS
GENERALES DE LA CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN POLÍTICA DE NEGOCIOS Y
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING**

a. Denominación de la carrera:

Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing.

b. Fundamentación

La siguiente propuesta de creación de la Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing tiene como objetivo la formación de graduados que actualicen y profundicen sus conocimientos en el área de Marketing Estratégico, cuyos profesionales son cada vez más requeridos por empresas e instituciones dedicadas al desarrollo de productos y servicios, cuyo desafío es el de responder adecuadamente a los requerimientos siempre más exigentes de los mercados en desarrollo.

b.1. Preocupaciones que dieron origen a su creación

La política de negocios es una de las vías para hacer operativa la estrategia y supone un compromiso de la empresa que al desplegarla a través de los niveles jerárquicos, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

La política de negocios suele afectar a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Al igual que la estrategia, la política de negocios proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos.

El Marketing, en un nivel estratégico, está integrado por las decisiones de posicionamiento, portfolio y desarrollo de productos y debe ser definido con rigurosidad. Del mismo se nutren las decisiones que componen el motor de la acción empresarial. No se concibe en la actualidad una estrategia comercial que no especifique con precisión las políticas de comunicación, innovación, canales de distribución, precio, administración de la fuerza de ventas y satisfacción del cliente.

b.2. Área/s del conocimiento que atiende.

La carrera de Especialización en Política de Negocios, Planificación y Dirección estratégica de Marketing proporcionará herramientas metodológicas e información empírica que permitan la adquisición de las competencias necesarias para desempeñarse en la planificación y dirección



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

de marketing, considerando la importancia de la Política de Negocios para el correcto desarrollo e implementación de las estrategias empresariales.

b.3. Antecedentes: a nivel internacional, nacional y en la/s unidad/es académica/s gestora/s de la propuesta.

A nivel internacional es cada vez más frecuente la oferta de Dirección de Marketing que incluye la Política de Negocios y una mirada cada vez más global e internacional. Entre las propuestas de estudios de posgrado a nivel internacional podemos mencionar:

- Università Cattolica del Sacro Cuore, Milán Italia, Specializing Master International Marketing Management (en inglés, 1 año tiempo completo, presencial)
- United International Business School, Zurich, Suiza, Laurea Magistrale in Marketing Management (en inglés, 1 año tiempo completo, presencial)
- European School of Economics, Londres, Reino Unido, Master in Marketing (en inglés, 1 año, presencial)
- Università di Bologna, Boloña, Italia, Master in Marketing Management (1 año, semi presencial)

En la Argentina existen distintas ofertas de carreras de Especialización acerca de la Gestión de Marketing, pero ninguna incluye el análisis y la importancia de la Política de Negocios y su relación con la estrategia global empresarial.

Entre las que encontramos en el campo de estudio de referencia, a nivel nacional - público y privado - podemos citar: Universidades Públicas:

- Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas Especialización en Dirección Estratégica de Marketing (2 años de duración, clases sincrónicas e híbridas)
- Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, Especialización en Marketing (3 cuatrimestres, modalidad online)
- Universidad Nacional de La Rioja, Especialización en Marketing y Dirección Comercial (3 cuatrimestres, presencial)
- Universidad Nacional de Tres de Febrero, Especialización en Marketing Estratégico e Innovación en Ventas (3 cuatrimestres, virtual)
- Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional del Nordeste. Maestría en Marketing (2 años).

Universidades Privadas:

- Universidad Torcuato Di Tella, Dirección Estratégica de Marketing (28 encuentros presenciales)
- UCEMA, Especialización en Marketing Estratégico (9 meses, virtual sincrónico)
- Universidad de San Andrés: Maestría y Especialización en Marketing y Comunicación (18 meses online)



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

- Universidad del Salvador: MBA y Especialización en Gestión de Marketing (2 años mixta)
- Universidad de Ciencias Empresariales UCES: Maestría en Marketing Estratégico (2 años mixta)
- Universidad de Palermo MBA en Marketing y Comunicaciones Integradas (2 años online)

b.4. Estado actual del conocimiento y desarrollo del tema en el área o áreas respectivas.

Existe una amplia demanda de profesionales con responsabilidades en el área de marketing, comercial y de los negocios o áreas afines, para quienes resulte clave tener una mejor comprensión de las herramientas y el pensamiento de marketing en la búsqueda de sus objetivos y resultados.

La creación de valor es el objetivo fundamental de toda organización. No quedan dudas de la necesidad de aplicar la comercialización, o mejor dicho, los conceptos del marketing en toda organización, con o sin fines de lucro, para intentar alcanzar dicho objetivo. El marketing como disciplina se ocupa de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales de manera rentable. Las organizaciones se enfrentan a tres retos: la globalización, los adelantos tecnológicos y la desregulación de los mercados. En este ambiente cambiante hay que administrar los negocios y las actividades sociales. La administración de los negocios con el propósito de generar valor requiere de una gestión orientada al cliente, tanto en empresas con actividades institucionales o personales.

b.5. Aportes al desarrollo científico, tecnológico, económico, social y cultural que se espera producir en la región o en el país.

En estos días es necesario contribuir a una formación de excelencia a nivel nacional, entendida como una síntesis del conocimiento y el saber hacer para comprender el complejo funcionamiento del área comercial y de marketing de las organizaciones.

Es el objetivo de esta especialización proporcionar los elementos indispensables para el correcto planeamiento de las Políticas de Negocios y de estrategias de marketing, comunicaciones, competitividad como también la acertada percepción de la realidad de los mercados, tanto desde el punto de vista de la organización, como del cliente.

Desde el momento en que un profesional se especializa en el área de los negocios y del marketing, contribuye a mejorar la competitividad empresarial y el grado de satisfacción de las necesidades de los clientes trabajando para, por y con él, en el desarrollo de productos y servicios que permitan mejorar la calidad de vida de las personas y lograr en mejor medida los objetivos de las organizaciones. El mejoramiento de la calidad de vida de las personas, como así también el crecimiento comercial y la rentabilidad de las organizaciones, impacta en las economías locales y regionales, toda vez que el conocimiento específico asegura resultados concretos y un perfeccionamiento de la labor realizada.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

b.6. Articulación con la Especialización de grado y los proyectos de investigación y extensión de la/s unidad/es académica/s gestora/s de la propuesta.

La Especialización propuesta posee varios puntos de conexión con las carreras de las licenciaturas en Administración, Comercio Internacional, Contador Público y las Ingenierías en Alimentos, Agronómica e Industrial y las actividades de investigación y extensión que se desarrollan en dichos ámbitos.

La carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing cumple con el objetivo de complementar la formación de las carreras arriba mencionadas, brindando una orientación específica de Negocios y Marketing Estratégico.

b.7. Mecanismos de formación de recursos humanos desarrollados previa y paralelamente por la/s unidad/es académica/s gestora/s para la conformación de la propuesta.

La Universidad Nacional de Luján, a través de ciclos de conferencias, jornadas nacionales y talleres de capacitación, regularmente forma recursos humanos para la Especialización. Marketing, emprendedorismo, gestión y management hacen parte de la formación de docentes, estudiantes (de grado y posgrado) y desarrolla cursos de actualización y formación docente continua.

b.8. Sustentabilidad académica de la carrera

El cuerpo docente de la carrera de posgrado está integrado por prestigiosos docentes responsables de las asignaturas y Doctores en Ciencias Económicas o disciplinas afines, Especialistas y/o Magíster en Marketing y afines y otras carreras de Especialización en Negocios que se desempeñan como docentes en la Universidad Nacional de Luján (UNLu) y en otras Universidades Nacionales y extranjeras, en carreras de posgrado de otras universidades y en cursos de capacitación y jornadas sobre la temática. Estos especialistas cuentan con amplia experiencia en las cadenas de valor de la región, por lo que se considera conveniente su incorporación. En cuanto a la capacitación del cuerpo docente para la realización de tareas relacionadas a la Educación a Distancia, en algunos casos nuestros docentes han realizado cursos de capacitación y, en general, todas las actividades a realizar contarán con el acompañamiento del Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) en dicha formación, atendiendo a las actividades que se realizarán de forma mediada por tecnologías digitales.

b.9. Dependencia Departamental

Las actividades académicas de la Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing se encuadran dentro de las actividades del Departamento de Ciencias Sociales de la UNLu.

c. Objetivos de la Carrera

Objetivo general de esta Especialización es el de:



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

- Formar graduados/as en la profundización y actualización de sus conocimientos en temas de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing.
- Brindar formación teórica, metodológica e instrumental para el desempeño de profesionales con alta formación y actualización para el desarrollo de productos y servicios, respondiendo al desafío de responder adecuadamente a los requerimientos siempre más exigentes de los mercados en desarrollo.

Objetivos específicos

- Brindar una visión estratégica integrada de todos los fenómenos que están involucrados en la gestión empresarial actual y un enfoque internacional de los negocios.
- Entender la importancia de la Política de Negocios y del Plan de Negocios como método para mejorar e incrementar la competitividad empresarial.
- Otorgar percepciones y comprensiones de las complejidades dinámicas actuales y futuras.
- Aportar técnicas y conocimientos para mejorar continuamente el planeamiento, la gestión y la implementación estratégica.
- Aportar una visión integrada del negocio que permita participar en el proceso estratégico y táctico del marketing.
- Profundizar el abordaje y aplicar las herramientas sobre los principales elementos del "mix de marketing".
- Analizar y evaluar las principales alternativas estratégicas comerciales de una organización.
- Entender las interrelaciones entre la elección de una estrategia de marketing y las decisiones de segmentación, posicionamiento y variables tácticas de marketing.
- Buscar las mejores prácticas para implementar en la realidad los aspectos claves del marketing actual.
- Integrar todos los conocimientos y herramientas de marketing en prácticas dinámicas que sean útiles para aplicar en la realidad.

d. Características de la Carrera

Tal como establecido en la Resolución RESPRHCS-LUJ: 0000179-16, se trata de una Carrera de Posgrado que tiene por objeto profundizar en el dominio de un tema o área temática determinada dentro de uno o varios campos profesionales.

La Especialización busca profundizar la práctica profesional incluyendo un fuerte componente de práctica intensiva.

d.1. Título a otorgar:

Especialista en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing.

d.2. Perfil del Graduado:

Asumir diferentes roles en las áreas de marketing y comercialización de sus organizaciones, ejecutar las políticas de negocios necesarias en los distintos campos de gestión que abarca la disciplina del marketing y los negocios, interpretar y aplicar los procedimientos, instrumentos de



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

análisis, tecnologías y desarrollos al alcance, hoy en día, del profesional de marketing.

El/La egresado/a estará en condiciones de desempeñarse con eficiencia, eficacia y competitividad en las siguientes áreas de actividad profesional:

- Identificar oportunidades y amenazas del contexto, así como fortalezas y debilidades de la empresa, entidad y/u organización, para el diseño de estrategias y planes de acción en materia de marketing y negocio.
- Formular una visión empresarial e institucional compatible con las variables del entorno.
- Desarrollar e implementar Políticas de Negocios y Planes de Negocios.
- Diseñar Planes de Marketing estratégicos.
- Interpretar y aplicar en la gestión comercial resultados de investigaciones cuanti-cualitativas y semiológicas de marketing.
- Administrar sistémicamente el ciclo de vida de mercados y productos.
- Formular programas de desarrollo de productos y posicionamientos estratégicos.
- Desarrollar y administrar marcas que valoricen los productos.
- Organizar, planificar, conducir y evaluar la gestión de la fuerza de ventas.
- Implementar programas para la creación y mantenimiento de clientes y su fidelización.
- Definir estrategias competitivas. Políticas de precios y condiciones de comercialización.
- Dominar estrategias y técnicas de negociación.
- Generar estrategias y acciones de comunicaciones integradas tradicionales, digitales y en redes sociales.

d.3. Modalidad de cursada:

La modalidad de cursada de la Especialización será presencial, contando además con actividades mediadas por tecnologías digitales tanto sincrónicas como asincrónicas de acuerdo con la normativa vigente (Resolución Ministerial N° 2599/23)

Sobre las diferentes modalidades definimos:

Presencialidad: Esta propuesta formativa se sustenta en un modelo presencial que reconoce e integra las nuevas perspectivas para comprender las prácticas educativas contemporáneas. Aunque mantiene como base el encuentro presencial tradicional, incorpora de forma deliberada las capacidades que ofrecen las tecnologías digitales para potenciar los objetivos pedagógicos. La articulación de múltiples lenguajes comunicativos – textual, audiovisual, gráfico y otros – junto con diversos recursos tecnológicos como plataformas digitales y software especializado, conforma una estructura de apoyo esencial para promover procesos de construcción colaborativa y contextualizada del saber. Esta



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

convergencia permite dar respuesta a las demandas formativas actuales, generando espacios educativos enriquecidos por significados profundos y experiencias compartidas.

Del mismo modo, se reconoce que la incorporación de múltiples mediaciones tecnológicas no solamente amplía y mejora la experiencia de aprendizaje, sino que también impulsa el trabajo colaborativo y facilita el acceso democrático al conocimiento. Estas modalidades promueven la equidad en las oportunidades educativas al estimular la autonomía estudiantil y proporcionar instrumentos para realizar un monitoreo integral y adaptado a cada trayectoria académica individual, lo cual posibilita una orientación y acompañamiento más precisos y eficaces.

Sincronicidad: Las sesiones sincrónicas, desarrolladas a través de plataformas de videoconferencia, constituyen un recurso valioso para el desarrollo de las clases, dado que posibilitan la comunicación simultánea y estimulan el involucramiento activo del estudiantado mediante discusiones en tiempo real, espacios de consulta e intercambio, y dinámicas de trabajo colaborativo en equipos reducidos. Asimismo, estas herramientas favorecen la exposición de contenidos de forma dinámica e interactiva, incorporando recursos como tableros digitales, sondeos de opinión instantáneos y la visualización de recursos multimedia diversos. Esta metodología resulta particularmente valiosa tanto para sesiones prácticas como teóricas, ya que habilita la retroalimentación inmediata, el acompañamiento del avance individual y el monitoreo del desempeño grupal.

Combinación de formatos:

La incorporación a la tradicional presencialidad de múltiples mediaciones tecnológicas no solamente amplía y mejora la experiencia de aprendizaje, sino que también impulsa el trabajo colaborativo y facilita el acceso democrático al conocimiento. Estas modalidades promueven la equidad en las oportunidades educativas al estimular la autonomía estudiantil y proporcionar instrumentos para realizar un monitoreo integral y adaptado a cada trayectoria académica individual, lo cual posibilita una orientación y acompañamiento más precisos y eficaces.

Asincronicidad: Se trata de actividades, que se realizan en el momento que resulta más oportuno para el estudiante, mediante la visualización de material preparado por los docentes. Este tipo de modalidad resulta útil para la resolución de trabajos prácticos, juegos y/o actividades lúdicas y otras actividades de evaluación - individuales o grupales - que permiten la utilización de material audiovisual como soporte pedagógico, facilitando la construcción del conocimiento.

Modalidad:

Presencial con actividades mediadas por tecnologías digitales tanto sincrónicas como asincrónicas, de acuerdo con la normativa vigente (Resolución Ministerial N° 2599/23).

La combinación entre sincronía y asincronía apunta a estimular un entorno adecuado de participación y trabajo en equipo docente-estudiante y



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

estudiante-estudiante, que permite la construcción colectiva del problema y la búsqueda común de solución estimulando la comunicación y la interacción con la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU).

Carga horaria total de la carrera: trescientas setenta y seis (376) horas, 50% en actividades sincrónicas (187 hs.), 25% actividades asincrónicas a distancia (95 hs.) y 25% de actividades presenciales (94 hs.). Ver más detalles en cuadro de Carga Horaria.

Características de las clases propuestas:

Clases sincrónicas ciento ochenta y siete (187) horas (50% de la carga horaria): son actividades académicas sincrónicas mediadas con tecnologías de videoconferencia o similares (Resolución Ministerio de Educación 2023-2599-APN-ME, Anexo, Reglamento, Sección 1: Disposiciones Generales, Artículo 13), se llevan a cabo en un espacio-aula que permite su reproducción en entornos remotos, virtuales o mediatizados (CONEAU). Para la cursada estará disponible un aula en la sede institucional equipada para facilitar la videocomunicación sincrónica.

Clases presenciales noventa y cuatro (94) horas (25% del total de las horas). Clases a distancia asincrónicas noventa y cinco (95) horas (25% de la carga horaria): son modalidades pedagógicas y didácticas *"donde la relación docente-estudiante se encuentra separada en el tiempo y en el espacio"* (Resolución Ministerio de Educación 2023-2599-APN-ME, Anexo, Reglamento, Sección 1: Disposiciones Generales, Artículo 1°).

El aula virtual tendrá una organización integral y coherente, adaptando los contenidos teóricos y prácticos a este medio, potenciando las características positivas que este tipo de educación brinda y propendiendo al trabajo colaborativo. Asimismo, contará con características de interactividad y navegabilidad accesibles a los participantes y estrategias metodológicas y didácticas que generen una dinámica fluida y facilite la permanencia del especializando en la clase virtual (trabajos en grupos por salas virtuales, videos, estudios de casos y resolución de problemas, etc.).

En este marco, la UNLu cuenta con el Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED), que fue aprobado mediante Resolución RESHCS-LUJ: 0000159-19, y el mismo tiene validez nacional otorgada por la Secretaría de Políticas Universitarias de La Nación, cumpliendo con todos los requisitos previstos para el desarrollo de propuestas formativas con modalidad a distancia.

d.4.Duración:

La Especialización tendrá una duración de 3 cuatrimestres.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

d.5. Organización:

Se trata de una carrera institucional, ya que se radicará en la Universidad Nacional de Luján contando con un "único proceso formativo" (Resolución del Ministerio de Educación N° 160/2011 Se trata de una carrera Art.3.3.1.). Se prevé una organización curricular donde eventualmente, se podrán realizar actividades presenciales optativas.

e. Plan de estudios

e.1. Actividades Curriculares

El Plan de Estudios propuesto es estructurado.

A partir de los objetivos que se diseñaron para la carrera, se prevé que la formación se organice de la siguiente manera: Asignaturas dictadas a través de clases a distancia utilizando tecnología apropiada y la Plataforma virtual de la Universidad. Dichas clases tendrán espacios de desarrollo teórico (con diversas modalidades didácticas) y espacios de actividad práctica que podrán desarrollarse con el grupo completo, en grupos reducidos o de manera individual. Se indicará bibliografía obligatoria previa a cada clase y consignas de resolución y entrega secuenciada.

Se podrán proponer actividades especiales optativas tales como jornadas, paneles o cursos con invitados para temas específicos organizados por la Especialización.

El plan de estudios incluye las siguientes asignaturas:

1. Política de negocios y Planificación Estratégica
2. Estrategias de Negociación
3. Competitividad Empresarial
4. Marketing Estratégico
5. Gestión empresarial sostenible
6. Estrategias del Portafolio de Producto y Marketing de Servicios
7. Política de Precios
8. Comunicaciones integradas e Identidad corporativa
9. Planeamiento comercial y Dirección de Ventas
10. Logística integrada y estrategias de distribución
11. Comercio exterior
12. Marketing Digital y de Redes Sociales
13. Entrepreneurship
14. Creatividad e innovación
15. Taller de elaboración del Trabajo final integrador aplicado a cadenas productivas locales o regionales

e.2. Carga Horaria

La carrera de Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing tiene una carga horaria total de 376 horas.

Cursada semanal: Dos (2) veces por semana de 18 a 22 hs.

Cada materia se desarrolla de manera intensiva distribuida en dos (2) clases semanales durante la cantidad de horas previstas para cada una.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

Se busca que el estudiante pueda cursar una materia por vez al ritmo establecido en la cursada semanal. Se evitarán, en la medida de lo posible, los solapamientos.

e.3. Régimen de Cursada (Tiempo mínimo de cursada de cada asignatura)

La duración total de la carrera, según lo establece la normativa vigente para las Carreras de Especialización de la UNLu, es de un año y medio y estará distribuida en tres (3) cuatrimestres.

e.4. Requisitos de Aprobación

La Especialización se regirá por los requisitos que constan en el reglamento para carreras de Maestrías y Especialización de la UNLu, que establece la Resolución RESPRHCS-LUJ: 0000179-16.

La evaluación de los/las estudiantes será continua, a través de las actividades curriculares y de la integración de los aprendizajes en función de las competencias del participante. Cada una de las actividades tendrá su sistema de evaluación que contempla el desempeño grupal y personal de los participantes. Asimismo, cada una de ellas contará con trabajos finales individuales integradores para su acreditación.

En términos generales se prevé que:

Al término del dictado de cada actividad se rendirá un examen final o se presentará un trabajo globalizador (de un caso real o realizable), de acuerdo con el criterio del docente a cargo. Para la aprobación los docentes aplicarán la modalidad de "evaluación formativa", incluyendo en ella la revisión de los contenidos del módulo en su totalidad, la formación de competencias de manejo de los instrumentos vistos y las competencias actitudinales del caso. La escala numérica a emplear en la evaluación será de uno (1) a diez (10), y la aprobación será con un mínimo de seis (6).

Tipos de evaluación.

La evaluación de cada asignatura será independiente para cada uno de los módulos y consistirá en una evaluación individual, que será realizada y calificada por el docente a cargo, teniéndose en cuenta la actividad desarrollada individualmente a lo largo de la cursada, y el esfuerzo y dedicación puestos al servicio de la propia superación.

El Trabajo Final Integrador (TFI) será calificado de acuerdo con lo previsto en el Artículo 13 e) del Reglamento para Maestría y Especialización vigente en la Universidad. Los estudiantes que no aprobarán en primera instancia contarán con la posibilidad de reelaborar el Trabajo Final Integrador, por una única vez, y presentarlo nuevamente a evaluación.

Se considerarán los siguientes criterios para efectuar la valoración de los trabajos finales integradores:



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

Aspectos de contenido:

- Claridad y precisión
- Pertinencia de la problemática
- Precisión conceptual
- Congruencia entre la problemática planteada, la metodología y las conclusiones
- Adecuación de la bibliografía
- Pertinencia y profundidad de las conclusiones
- Transferencia de resultados

Aspectos formales:

- Presentación
- Redacción
- Organización general
- Notas y citas

f. Metodología didáctica

Pautas pedagógicas previstas.

La estructura de la especialización se resume en su plan de estudios, el cual se conforma con catorce (14) asignaturas, y un Taller de metodología para la elaboración del Trabajo Final Integrador aplicado a cadenas productivas locales.

La propuesta de enseñanza de esta carrera se fundamenta en algunos supuestos de la pedagogía universitaria actual: el docente debe ayudar a aprender más que transmitir; el proceso debe estar centrado en el estudiante más que en el docente, en el grupo más que en el individuo; en la acción más que en la reproducción.

Proactividad, autonomía, implicación personal en el aprendizaje, gestión del tiempo y de las tareas, tolerancia a cierto grado de ambigüedad y de incertidumbre, compromiso, responsabilidad, gestión de la información y del conocimiento, manejo de las tecnologías de la información y la comunicación, entre otras, son competencias necesarias para los estudiantes universitarios hoy.

Por lo tanto, estas competencias se constituyen en el punto de partida para diseñar un repertorio de actividades secuenciadas en el tiempo, con distintos niveles de complejidad y profundidad, apuntando a generar las condiciones apropiadas para que los estudiantes estructuren adecuadamente sus experiencias de aprendizaje.

En tal sentido, el desarrollo de las clases articulará teoría y práctica a través la explicación y contextualización de sus nociones fundamentales, lectura y discusión de textos, análisis de casos, resolución de problemas, trabajos de indagación en campo (con tutorías), juego de roles, conferencias y/o entrevistas a referentes clave.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

Dentro de las actividades previstas se realizarán encuentros especiales en los cuales se tratarán temáticas específicas de profundización de algunas asignaturas.

Las mismas se realizarán con frecuencia bisemanal entre las 18 y las 22 hs.

Se realizarán, además, encuentros especiales en los cuales se tratarán temáticas específicas de profundización de la asignatura.

Los materiales necesarios para la cursada (sincrónica y asincrónica) se encontrarán en el aula virtual. En el caso en particular de las horas de trabajo en sincronía estas tendrán un espacio dedicado en el que se encontrarán las actividades, los foros, los trabajos prácticos y todo otro material necesario para la cursada.

En el aula virtual se encontrarán disponibles guías didácticas y hojas de ruta. Al comienzo de cada asignatura se especificará el tipo de evaluación final y las modalidades para la entrega de trabajos escritos (grupales y/o individuales).

También se establecerán foros de intercambio. Las clases teóricas y los encuentros serán grabados para poder verlos de manera asincrónica.

Los contenidos se profundizarán y/o ampliarán a través de bibliografía obligatoria y complementaria, así como sitios Web relacionados y materiales audiovisuales disponibles en Internet. Toda la bibliografía estará disponible en el aula virtual.

En todo momento, se promoverá la interacción constante entre docentes y participantes, y participantes entre sí para estimular la reflexión crítica y fundamentada y, de este modo, aproximarse en forma gradual a los diversos enfoques y problemáticas del marketing.

Trayectos de la Especialización

El proceso de enseñanza y de aprendizaje, con sus lineamientos generales, se organiza y secuencia en los siguientes trayectos:

1.A) Trayecto de política de negocios y planificación.

El objetivo de este es el de brindar una base sólida de los principios fundamentales de la gestión empresarial y el emprendedorismo.

- Política de Negocios y Planificación Estratégica
- Estrategias de Negociación
- Competitividad Empresarial
- Gestión Empresarial Sostenible
- Entrepreneurship

1.B) Trayecto de Marketing

El tronco fundamental de la Especialización se basa en 6 asignaturas que brindarán al estudiante los instrumentos fundamentales del marketing,



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

desde sus herramientas clásicas al uso de los nuevos canales de contacto, venta y atención de clientes.

- Marketing Estratégico
- Estrategias del Portafolio de Producto y Marketing de Servicios
- Comunicaciones integradas e identidad corporativa
- Planeamiento Comercial y Dirección de Ventas
- Marketing Digital y de Redes Sociales
- Creatividad e innovación

1.C) Trayecto instrumental

Este trayecto apunta a brindar una serie de instrumentos considerados fundamentales para la gestión empresarial y que brindan elementos sólidos para las estrategias de marketing

- Política de Precios
- Logística integrada y estrategias de distribución
- Comercio Exterior

1.D) Trayecto Final: Taller de metodología para la elaboración del Trabajo Final Integrador

Funcional a la necesidad de aprobar la Especialización, el Taller apuntará a brindar los elementos fundamentales en términos académicos y acompañará a los y las especializandos/as en la elaboración de su Trabajo Final Integrador.

El mismo apuntará a la adquisición de herramientas teórico-metodológicas y de la escritura académica para la construcción del TIF.

g) Cuerpo Académico y Cuerpo Docente

Cuerpo Académico

Se considera como Cuerpo Académico al Director/a de la Carrera, los/las miembros del Comité Académico de la Carrera, el cuerpo docente, los tutores, los/las Directores/as y Codirectores/as de Trabajos Finales, según las condiciones que defina la reglamentación institucional. Los/las integrantes del cuerpo académico deberán poseer formación de posgrado equivalente a la ofrecida por la carrera y acorde con los objetivos de ésta o, si el caso lo amerite, una formación equivalente demostrada por sus trayectorias como profesionales, docentes o investigadores (de acuerdo a las características de la Especialización).

Cuerpo docente

Los/las docentes y los tutores de la Especialización podrán ser:

- a) docentes de la Universidad Nacional de Luján que cumplan con los requisitos enunciados en el Artículo 15 y que tengan dedicación total o parcial en los Departamentos respectivos;
- b) docentes externos/as a la Universidad, que cumplan con los requisitos enunciados en el Artículo 15, que se encuadrarán en alguna de las categorías de docentes extraordinarios o de libre docencia de la



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

Universidad, designados por períodos variables y con un mecanismo adecuado para atender las necesidades académicas de la Especialización de posgrado (dictado de cursos, seminarios, atención de talleres de investigación, tareas de orientación y tutorías, dirección de trabajos finales, etc.). La cantidad de docentes de esta categoría no podrá superar el 50% del total de los docentes participantes en el dictado de la Carrera.

Mecanismo de selección de docentes:

El Comité Académico seleccionará a los/las docentes de la Carrera de Especialización a partir del análisis de los antecedentes de los candidatos presentados por los Departamentos a solicitud del/de la Director/a de la Especialización. Una vez efectuada la selección, el/la Director/a de la Carrera solicitará a los Departamentos que corresponda efectúen la asignación de las actividades académicas previstas en las Carreras de Posgrado. En los casos en que deba recurrirse a docentes externos, la Comisión propondrá al Departamento que corresponda su designación. En todos los casos se elaborarán por escrito los fundamentos que acompañaron el proceso de análisis y selección y se procederá a su difusión;

g.1. Mecanismos para su selección

La designación de los docentes y tutores y la asignación de sus funciones estarán a cargo de los Departamentos Académicos correspondientes, a solicitud del Director/a de Carrera, previa evaluación de antecedentes y entrevista por parte de la Comisión Académica.

En los casos en que deba recurrirse a profesores externos, éstos cumplirán con los requisitos mencionados, y serán seleccionados en base a las propuestas que realice el Director/a de la Especialización, la Comisión Académica propondrá su designación al Departamento Académico que corresponda, por competencia disciplinar, para que pueda ser elevada al Honorable Consejo Superior.

g.2. Funciones Docentes

Tendrán la función de:

- Conducir, individualmente o en equipo, las actividades académicas previstas en la organización curricular básica (cursos, seminarios, talleres) y complementarias (actividades independientes orientadas por los docentes, pasantías, entre otras). Evaluar el rendimiento académico de los estudiantes.
- Planificar la didáctica como instrumento de trabajo para todos los integrantes de cada asignatura, organiza las acciones, anticipa situaciones, implica la toma de decisiones fundamentadas. Este es uno de los espacios de reflexión, discusión y actividad compartida. La planificación debe ser pensada como una herramienta que brinda insumos a los



quehaceres educativos y permite repensar conjuntamente dando lugar a las modificaciones y adecuaciones necesarias.

- Participar en las actividades de evaluación de los Trabajos Finales Integradores.
- Integrar, cuando corresponda, los órganos de conducción académica de la Carrera (Dirección, Comisión Académica).

Tutores

Tendrán la función de:

- Desempeñarse como tutor y en actividades de orientación y/o desarrollo de contenido.
- En la Especialización se contará con dos perfiles de tutores:
- Redactor de contenidos, contenidista o autor de materiales didácticos cuyas responsabilidades son:
 - Producción creativa y de autoría propia de materiales didácticos con contenidos específicos de la propuesta.
 - Diseño de las actividades de enseñanza.
 - Diseño de instancias de comunicación e intercambio en foros de discusión en el aula.
 - Diseño de evaluación final del Propuesta.
- Tutor Docente cuyas responsabilidades son:
 - Promover y supervisar el logro de objetivos de aprendizaje.
 - Acompañamiento y respuesta de consultas dentro del aula.
 - Identificar y realizar ajustes a la propuesta a partir de la detección de inconvenientes.
- Garantizar la presentación de la oferta educativa: informa a estudiantes sobre la metodología de trabajo, los objetivos, el equipo docente del curso, sus roles y horarios, los resultados esperados, los detalles sobre la organización de los contenidos, consejos para su éxito en el aprendizaje
- Atender a las dudas surgidas del trabajo la lectura de contenidos, orientar en el desarrollo de las actividades, asistir a las y los estudiantes para que ubiquen en donde buscar respuestas, y propiciar formas alternativas para que la comunicación persista.
- Seguimiento y supervisión de las y los estudiantes.
- Evaluar las actividades y trabajos que requiera el curso.
- Elaborar un informe, reporte, acta, que integre todo el seguimiento realizado y el desarrollo de cada uno de los participantes de la propuesta

g.3. Características del cuerpo docente

- Se considerarán profesores estables, independientemente de la forma de contratación, aquellos profesores que regularmente se desempeñen como tales en la carrera.
- Se considerarán profesores visitantes aquellos que participen en alguna actividad puntual en el desarrollo de los cursos, seminarios, talleres; en el dictado de conferencias, entre otros.

h) Gestión de la Carrera

La Especialización contará con las siguientes Autoridades Académicas:



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

- 1.A) Una Comisión Académica.
- 2.B) Un/a director/a de la Especialización.

h.1. Designación de la Comisión Académica

Los integrantes de la Comisión Académica serán designados por el Honorable Consejo Superior de la Universidad Nacional de Luján (UNLu) según lo establecido en el Reglamento para las Carreras de Maestría y Especialización vigente en la UNLu.

h.2. Funciones de la Comisión Académica

Serán funciones de la Comisión Académica:

- a) Elevar al Honorable Consejo Superior, para su aprobación, el reglamento interno específico de la Carrera, que contemple los criterios generales contenidos en este documento y en la normativa institucional;
- b) Analizar los antecedentes de los profesores que ya son docentes de la Universidad, presentados por los Departamentos Académicos a solicitud del director de la Carrera, y de los profesores externos de acuerdo con la normativa vigente y proponer la asignación de funciones o designación, según cada caso, al Departamento que corresponda;
- c) Considerar los programas de los cursos, seminarios y otras actividades académicas que presenten los profesores a través de los Departamentos correspondientes, sobre la base de los contenidos mínimos establecidos en el proyecto aprobado;
- d) Aprobar el diseño de los mecanismos e instrumentos necesarios para la supervisión, seguimiento y evaluación de las actividades de la Especialización en general. Dichas actividades deberán ser periódicas, garantizando la plena participación de todos los integrantes de la Carrera, incluidos el personal de apoyo y administrativo y acciones coordinadas con las Secretarías Académicas de los Departamentos. Se promoverá la convocatoria para consulta a expertos en temáticas que no se desarrollen en la carrera ni en la Universidad y especialistas en Educación. Los informes anuales de evaluación deberán ser elevados para su conocimiento al Honorable Consejo Superior a través del Rectorado de la Universidad. Se procurará en dichos informes detectar logros y dificultades, proponiendo alternativas de mejoras. Estarán contempladas en estas actividades las revisiones periódicas curriculares del plan de estudios y las propuestas de modificación como así también las actividades de autoevaluación;
- e) Verificar la acreditación de requisitos previos para la admisión de aspirantes a la carrera y designar, de entre sus miembros, una Comisión Ejecutiva para la realización de las entrevistas y las recomendaciones sobre la admisión de los postulantes. En los casos que considere conveniente, establecerá los cursos de nivelación que deberán aprobar los aspirantes para ser admitidos en la Especialización;
- f) Designar a los/as tutores/as;



- g) Evaluar, en conjunto con el/la directora/a de la Especialización, a los profesores del Taller y a los tutores, los temas y proyectos de Trabajos Finales Integradores;
- h) Definir la pertinencia de la realización de pasantías por parte de los estudiantes;
- i) Proponer al Honorable Consejo Superior las eventuales modificaciones en cuanto al monto y modalidad de percepción de los aranceles;
- j) Decidir acerca de la asignación de los recursos disponibles para la Especialización y elevar anualmente el correspondiente Informe al Honorable Consejo Superior;
- k) Proponer y elevar a consideración del Honorable Consejo Superior la presentación de proyectos ante instituciones y organismos nacionales e internacionales y la celebración de convenios con ellos;
- l) Decidir las políticas para el otorgamiento de becas totales o parciales, de acuerdo con las reglamentaciones vigentes en la UNLu.

h.3 Designación del/de la Director/a de la Carrera

El/La director/a de la Carrera será designado por el Honorable Consejo Superior de la Universidad Nacional de Luján de acuerdo con lo previsto en el Reglamento para las Carreras de Maestría y Especialización de la Universidad.

h.4 Funciones del/de la Director/a de la Especialización

Serán funciones del/de la director/a de la Especialización:

- a) Presidir la Comisión Académica;
- b) Elaborar el proyecto de reglamento interno de la Carrera y presentarlo ante la Comisión Académica para su consideración;
- c) Solicitar a los Departamentos las propuestas de profesores para las actividades del período académico correspondiente, especificando los perfiles requeridos;
- d) Proponer a la Comisión Académica la nómina del personal docente para los cursos, seminarios y demás actividades académicas, según lo contemplado en la normativa de la Universidad;
- e) Analizar los programas de los cursos, seminarios y otras actividades académicas que presenten los profesores y ponerlos a consideración de la Comisión Académica;
- f) Participar en el diseño y desarrollo de las actividades de evaluación previstas en este documento y en la reglamentación de la Universidad;
- g) Elaborar las presentaciones para la acreditación y categorización de la Carrera;
- h) Analizar los requisitos previos necesarios para la admisión de aspirantes. Presidir la Comisión Ejecutiva designada por la Comisión Académica para la realización de las entrevistas, para la elaboración de las recomendaciones sobre la admisión de los postulantes y sobre los cursos, actividades y/o evaluación de nivelación que deberán llevar a cabo los aspirantes a la Especialización;



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

- i) Analizar en conjunto con la Comisión Académica la designación de Tutores, la organización de pasantías, los temas y proyectos de TFI y su registro;
- j) Dirigir y coordinar las actividades docentes y las tareas administrativas requeridas para el desarrollo de la Carrera;
- k) Ejecutar las decisiones de la Comisión Académica relativas a la administración de los recursos;
- l) Participar en el diseño y desarrollo de otras actividades permanentes o transitorias que hacen al desarrollo de la Especialización tales como: la difusión de su oferta, la promoción de actividades interinstitucionales, contactos y convenios con otras instituciones del país y del extranjero, en especial las previstas en el marco del Consorcio, la coordinación de las actividades de proyectos en los que intervenga la Especialización, lo relativo a la asignación de becas, compra de bibliografía, gestiones referidas a la contratación, remuneración de los docentes, entre otros.

La Gestión Administrativa de la Especialización se llevará a cabo a través de los mecanismos establecidos en la UNLu para tal fin.

i) Recursos Materiales

i.1 Infraestructura y equipamiento

La UNLu cuenta con diversas infraestructuras para la actividad presencial, además de las actividades a distancia. Los estudiantes del posgrado podrán acceder a las Aulas Virtuales de cada actividad curricular desarrollada especialmente para la Carrera en la plataforma Moodle.

Otros recursos que la UNLu aportará son los siguientes:

- a) Aulas o salones con capacidad mínima para veinte (20) personas, equipado con el mobiliario adecuado para los y las docentes y alumnos/as (sillas y mesas apropiadas, buena iluminación, calefacción, aire acondicionado, conexiones eléctricas y tomacorrientes, etc.), con conexión de acceso a Internet de alta velocidad que brinda el soporte adecuado;
- b) Aulas Informáticas, al menos una con capacidad para treinta (30) asientos;
- c) Oficina o sala para trabajo docente y respuestas a consultas on-line o eventualmente presenciales.
- d) Oficina o sala para asistencia administrativa, equipada con una computadora completa y conexión a internet.
- e) Salas de reuniones para doce (12) y seis (6) personas respectivamente y gabinetes de docencia e investigación.
- f) Auditorio, con capacidad para más de ciento cincuenta (150) personas.
- g) Las aulas, salas, gabinetes y auditorio cuentan con equipamiento de multimedia y servicio de WI-FI.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

i.2 Bibliografía y documentación

La institución cuenta con una biblioteca física con espacio de consulta así como una biblioteca virtual de acceso de los especializandos/as a contenidos académicos-virtuales, con los principales recursos digitales del Sistema de Bibliotecas, a saber:

- Biblioteca electrónica de la Secretaría de Ciencia y Tecnología del Ministerio de Cultura, Ciencia y Educación: consulta a bases de datos de publicaciones científicas y descarga de documentos en texto completo.
- Repositorio Digital Institucional de Acceso Abierto de la UNLu (REDIUNLu): acceso a documentos, a texto completo, en forma abierta y gratuita de la producción científica y Académica de la institución.
- Plataforma de libros electrónicos: consulta de libros electrónicos en línea y con posibilidad de descarga y de renovación.
- Catálogo en línea: consulta del catálogo en línea de todo el material que contiene la Biblioteca de la UNLu.

La biblioteca también cuenta con la plataforma "e-libro" donde a través de un usuario, es posible acceder on-line a este recurso, en forma remota, utilizando cualquier dispositivo conectado a internet, tanto PC, como MAC o dispositivos iOS y Android. También permite, dentro de algunas condiciones, el uso off-line de los textos. Los textos incluidos corresponden a una colección multidisciplinar de + 86.000 textos de tipo multiusuario: todos los usuarios pueden acceder simultáneamente.

j. Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED)

En la historia de la Universidad Nacional de Luján es posible reconocer al menos tres (3) proyectos institucionales, donde la Educación a Distancia ha jugado un rol preponderante. El primero comprende su origen, expuesto en el Estudio de Factibilidad (1971) elaborado por la Comisión Pro-Universidad Nacional de Luján donde se la caracterizaba integrada en la región metropolitana y los primeros kilómetros de la pampa húmeda hacia el oeste, formando parte de la región del país donde tenía y tiene lugar una indudable concentración demográfica, económica y política. Así, en el primer momento, en un informe de la COMISIÓN PRO-UNIVERSIDAD de 1969, se lee: "...y el área de educación que, con la aplicación de las técnicas modernas, prepare profesionales que respondan a las orientaciones y exigencias de la actualidad". El segundo proyecto corresponde al período que media entre los inicios de las actividades académicas, en septiembre de 1973 y su cierre en diciembre de 1979. Eran los ejes estratégicos la organización departamental, la oferta de carreras cortas no tradicionales, la formación de profesionales orientados a las actividades agroindustriales, el fomento de la educación a distancia, el abordaje educativo de las tecnologías, el acceso a la formación universitaria de personas mayores de 25 años sin estudios secundarios completos, y la creación de Centros Regionales. En diciembre de 1979, la dictadura cívico-militar determina el cierre de la UNLu y se produce el cese de la mayoría de las actividades, la pérdida de archivos y laboratorios, la disolución de los equipos de docentes y de



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

investigadores, la desaparición de carreras y el traslado de estudiantes para completar las dependencias de la UBA en la Capital Federal, -por citar algunas de las decisiones tomadas en el ámbito de la UNLu-, en el marco del Terrorismo de Estado impuesto a nivel nacional. La reapertura se produce con el regreso de y a la democracia. En su mensaje presidencial de reapertura (Ley de reapertura, 16 de diciembre de 1983), el presidente Raúl Ricardo Alfonsín valoriza, entre otras cosas, la dimensión innovadora de la tecnología educativa, la educación a distancia y la universidad abierta. Con su posterior normalización, la UNLu inicia un tercer proyecto el cual fue plasmando nuevos lineamientos, formas y metodologías, así como carreras de grado y posgrado. En la actualidad, la UNLu tiene su Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) creado por Resolución RESHCS-LUJ:0000159-19, que ha sido evaluado favorablemente por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU).

k) Financiamiento

k.1.Mecanismos de financiamiento

La Comisión Académica propondrá al Honorable Consejo Superior de la Universidad Nacional de Luján los aranceles correspondientes a la Especialización y los circuitos administrativos necesarios para garantizar el desarrollo de las actividades de la carrera, haciendo énfasis en los mecanismos de cobros y pagos de aranceles, pago de honorarios, entre otros. Se considerarán los circuitos o modalidades habituales empleadas por la Universidad.

k.2. Aranceles y montos

Para el desarrollo y sostenibilidad de la Carrera, la misma prevé el pago de cuotas mensuales en concepto de arancel por parte de los estudiantes, con el fin de generar los recursos propios necesarios que permitan el normal funcionamiento de las actividades previstas. En este sentido, la Comisión Académica de la Carrera calculará para cada cohorte los montos correspondientes de estos aranceles, los cuales se irán actualizando de acuerdo a lo establecido por la normativa vigente en la UNLu.

k.3. Becas

Se prevé el otorgamiento de becas a los/las docentes y graduados/as de la Universidad Nacional de Luján, de acuerdo con sus reglamentaciones vigentes en la materia (Resoluciones C.S.N° 055/97 y sus modificatorias: 184/98 y 295/98), que establece el descuento del cincuenta por ciento (50%) de los aranceles. También se podrá establecer el otorgamiento de hasta dos (2) becas de arancel en cada cohorte, que serán cubiertas con fondos propios de la Carrera. En este caso, la Comisión Académica de la Carrera fijará los criterios para su otorgamiento. Su decisión será adoptada al inicio de cada período lectivo y será de carácter inapelable.

1. Metodología de autoevaluación de la carrera

En el marco del contexto de la Resolución RESHCS-LUJ: 0000781-18, mediante la cual se aprueba la implementación de un Sistema de



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

seguimiento de Desarrollo de las carreras de Posgrado, la Especialización prevé actividades de evaluación, planificadas por la Comisión Académica.

Dichas actividades podrán consistir en:

- a) evaluación de distintos aspectos de las asignaturas por parte de los cursantes y del equipo docente, como el logro de objetivos, la adecuación de contenidos, la actualización bibliográfica, los tiempos de regularidad, las notas obtenidas, la integración al plan de la carrera,
- b) evaluación del desgranamiento de la matrícula y de sus causas.

m. Condiciones de admisión

Son requisitos generales para la admisión de los/las estudiantes los que surgen de la reglamentación estipulada para las Carreras de Maestría y Especialización, Resolución RESPRHCS-LUJ: 0000179-16 "ad referéndum", (Ratificada por RESHCS-LUJ: 0000062-17 del Honorable Consejo Superior), en sus Artículos 25, 26 y 27.

Los/las interesados en inscribirse deberán completar un formulario de solicitud y presentar la siguiente documentación:

- 1.a) Original y copia de títulos universitarios;
- 2.b) Original y copia de certificado de calificaciones de la carrera de grado;
- 3.c) Antecedentes en la investigación científica y tecnológica y, en caso de estar publicados, los datos correspondientes;
- 4.d) Otros antecedentes relevantes;
- 5.e) Certificados de estudio de idiomas;
- 6.f) Currículum vitae;
- 7.g) Acreditación de identidad.

Para el ingreso a la Especialización, el Comité Académico evaluará las aptitudes, antecedentes y conocimientos de los postulantes. El proceso de selección incluirá una entrevista personal. Las decisiones de la comisión encargada de la selección de los postulantes serán inapelables. En caso de ser rechazado/a, el/la aspirante podrá presentarse nuevamente no antes de un (1) año a partir del momento de no haber sido admitido.

En la entrevista individual, el Comité Académico analizará el plan de estudios y los programas de su carrera de origen, evaluando los contenidos, carga horaria, modalidad de cursado, metodologías de evaluación y todo otro elemento que considere necesario con el propósito de que sólo sea admitido directamente cuando posea los conocimientos necesarios para el cursado de la especialización.

En caso de considerarlo pertinente, el Comité Académico podrá indicar cuáles son los requisitos adicionales que debe cumplimentar cada aspirante para su admisión.



EXP 1594/2026

ANEXO II

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN POLÍTICA DE NEGOCIOS
Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING**

Carrera: Especialización en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing

Título: Especialista en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing

Plan de estudios: 73.01

Características: Carrera de Posgrado

Modalidad: Presencial

Duración: 1 y ½ año

Régimen: Cuatrimestral (3 cuatrimestres)

Carácter: Teórico

Actividades Académicas: 15 actividades académicas.

Horas totales de la carrera: 376 horas reloj, distribuidas en: 94 horas presenciales (25%), 187 horas sincrónicas(50%) y 95 asincrónicas (25%) (ver detalles en estructura curricular).

Requisitos de Ingreso:

Poseer título universitario de grado de cuatro (4) años de duración como mínimo, emitido en este país o de universidades extranjeras que hayan completado, al menos, un plan de estudios de dos mil seiscientos (2.600) horas reloj o hasta una formación equivalente a máster de nivel I (Esto no significará la reválida del título de grado, cuestión que seguirá las normativas vigentes a nivel nacional)

Los/las aspirantes provenientes de carreras que no se encuadren en las características antes mencionadas se registrará por las pautas reglamentarias que establezca la Comisión Académica de la Carrera.

Estructura curricular

CUAT	COD	ACTIVIDADES ACADÉMICA	CANT. DE CLASES/ SEM.	HS. SEM	DETALLE DE HORAS					HS. TOT.
					Teóricas	Prácticas	PRESENCIAL	SINCRÓNICA	ASINCRÓNICA	
I	1	Política de negocios y Planificación	6	4	16	8		15	9	24



		Estratégica								
	2	Estrategias de Negociación	6	4	16	8		15	9	24
	3	Competitividad Empresaria	4	4	10	6		11	5	16
	4	Marketing Estratégico	12	4	32	16	25	17	6	48
	5	Gestión Empresarial Sostenible	4	4	10	6	10	6		16
II	6	Estrategias del Portafolio de Producto y Marketing de Servicios	6	4	16	8		18	6	24
	7	Política de Precios	4	4	10	6		12	4	16
	8	Comunicaciones integradas e Identidad corporativa	8	4	18	14		20	12	32
	9	Planeamiento Comercial y Dirección de Ventas	8	4	20	12		20	12	32
	13	Entrepreneurship	4	4	10	6	8	8		16
III	10	Logística integrada y estrategias de distribución	8	4	20	12	15	5	12	32
	11	Comercio Exterior	4	4	10	6		12	4	16
	12	Marketing Digital y de Redes Sociales	8	4	18	14		20	12	32
	14	Creatividad e innovación	4	4	10	6	12		4	16



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

		Taller de metodología para la elaboración del Trabajo								
	15	Final Integrador aplicado a cadenas productivas locales	8	4	8	24	24	8		32

ESPECIALISTA EN POLÍTICA DE NEGOCIOS Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING



EXP 1597/2026

ANEXO III

CONTENIDOS MÍNIMOS POR ACTIVIDAD ACADÉMICA

- **Política de negocios y Planificación Estratégica**

Formulación, implementación, seguimiento y evaluación de decisiones de política de negocios. Consideración y análisis de escenarios y actores. Formulación estratégica. Definición de Visión, Misión y Valores. Unidades estratégicas de Negocios. Identificación de oportunidades de mercado. Desarrollo de Mercados, desarrollo de productos. Diversificación. Implementación de las estrategias. Control y seguimiento. Armado de un Plan de Negocios. Estudio de matrices para el análisis de los negocios.

- **Estrategias de Negociación**

Concepto, modelo y tipos de negociación. Resultados posibles de la negociación. Los tiempos de la negociación. Análisis del conflicto y estrategia de negociación. Condiciones de un buen negociador. Marco legal. Proceso de negociación. La negociación dentro y fuera de la empresa (ventajas de negociar en la empresa). Negociación individual y negociación colectiva. Características de los estilos dominante y condescendiente. Características del estilo evasivo. Características del estilo integrador. Preparación y planeamiento de la negociación. Escenarios y estrategias alternativas.

- **Competitividad Empresaria**

Como ser competitivos. Modelos de competitividad. Competencia: identificación de los competidores, niveles de competencia, grupos estratégicos de competencia, análisis de la competencia. Diseño del sistema de inteligencia competitiva. Identificación de brechas estratégicas. Conductas estratégicas de las empresas y el rol del Estado en la defensa de la competencia. El aporte de la teoría de juegos al análisis de la organización industrial. Oligopolios. Poder de mercado. Barreras de entrada. Entrada y salida en mercados competitivos. Fusiones y adquisiciones.

- **Marketing Estratégico**

La inteligencia Comercial - Importancia, consideraciones. Proceso de Investigación de Mercados y análisis y determinación de la demanda. Fuentes de información. Investigación exploratoria, cualitativa, cuantitativa o conclusiva. Técnicas de Muestreo. Recolección, Análisis y presentación de la información. Análisis del Comportamiento del



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

consumidor. Psicología, sociología y antropología social aplicada al comportamiento del consumidor. Análisis de la conducta de compra. Factores influyentes. Identificación de los segmentos de mercado. Procedimiento de segmentación del mercado. El modelo de segmentación vincular. El Target. Diferenciación de la estructura de oferta como factor generador de ventajas competitivas. El Posicionamiento. El proceso de posicionamiento desde la visión de la organización, estrategias.

- **Gestión Empresarial Sostenible**

Gestión sostenible de la empresa. Los efectos secundarios de las decisiones empresarias en la sociedad. Conducta organizacional responsable. Integración del enfoque de sostenibilidad en la estrategia de la organización. Gobernanza para la alineación de la organización con los actuales requerimientos sociales y ambientales. Ética y transparencia. Involucramiento de la organización con las partes interesadas. La materialidad en una organización socialmente responsable (derechos humanos, prácticas laborales, ambiente, prácticas justas de operación, consumidores, comunidad). La consideración de las exigencias de los formadores de cadenas de valor.

- **Estrategias del Portafolio de Producto y Marketing de Servicio**

Lanzamiento de nuevos productos y su ciclo de vida. Niveles de Producto y su aplicación. Diversificación de productos. Cartera, líneas y su extensión. Internacionalización de productos, estandarización, adaptación, diversificación y cumplimiento de normas. Producto Inteligente. Producto Dinámico o Evolutivo. Resignificación de Productos. El Packaging. Definición de servicio, tipologías, características diferenciales, planificación estratégica de los servicios, creación de servicios, el proceso de servucción, el servicio como elemento diferenciador, Calidad y productividad en servicios.

- **Política de Precios.**

Características del precio como instrumento del marketing. Condicionantes de la fijación de precios. Modelo para la determinación de precios. El valor percibido: análisis y aplicación. Estrategias y acciones de precio. Los costos y la fijación de precios. El efecto psicológico de los precios. Segmentación por precios y mercados de precios. Análisis y determinación de la demanda.

- **Comunicaciones integradas e Identidad corporativa**

El proceso de comunicación. Construcción del mensaje. Modelo del proceso de comunicación eficaz. Recordación y cobertura. Concepto, análisis y administración de la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el merchandising, la difusión, el marketing directo, los



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

eventos. La Marca e Identidad: concepto y significado. Administración de marcas. La importancia del nombre de marca. Decisiones estratégicas de marcas. Características distintivas. Elementos visuales y sonoros de las marcas- Logos-ISO-Slogan. Ciclo de vida de las marcas. Tipología de marcas. El Brand equity. Comunicación Institucional. Comunicación Corporativa. Comunicación interna.

- **Planeamiento Comercial y Dirección de Ventas**

La organización del departamento de ventas. Las relaciones con las demás áreas de la organización. Cómo organizar una estructura de ventas creativa. El marketing y el director de ventas. Planificación de las ventas. Evaluación y control. Remuneraciones, contratación, tipos de vendedores, capacitación, motivación. Técnicas de ventas. Previsión y planificación de las ventas, asignación del territorio. El concepto de Trade Marketing y retail Marketing. Características y beneficios. Rotación. Presentación. Beneficios. Generación de Valor. La gestión de marcas en el punto de ventas.

Estructura organizativa del departamento de marketing. Relación del área de marketing con otras áreas de la organización. Tendencias en la organización del área de marketing. Naturaleza y contenido de un plan de marketing. Resumen ejecutivo. Situación actual de marketing. Determinación de objetivos. Estrategias de marketing. Programas de acción. Estado de resultados proyectado. Control de Gestión de las actividades planificadas. Plan de contingencias.

- **Logística integrada y estrategias de distribución.**

Concepto y definición de Canales de Distribución. Estrategias. Definición de la cadena de abastecimiento. Flujo de información y calidad de servicio. La logística como un medio para lograr la satisfacción del cliente. Concepto de Supply Chain Management y su relación con la logística. Gestión de transporte: modos, operaciones y organización. Gestión de almacenes: análisis y planificación. Análisis de centralización: stock y transporte.

- **Comercio exterior**

Escenarios de los negocios Internacionales. Regionalismo, integración y acuerdos internacionales. Entorno dinámico del comercio internacional. Alcances y retos del marketing internacional. La problemática de las empresas ante la exportación. Criterios para la selección de un mercado. Estrategias de segmentación de los mercados internacionales. Estrategias de expansión internacional. Estrategias de marketing internacional. Implementación.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

"1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más"

- **Marketing Digital y de Redes Sociales**

Negocio electrónico. Comercio electrónico. Proceso de compra digital. Ventas en internet. Plataformas de venta. Sistemas de pago electrónico. Productos digitales. Logística en internet. Fijación de precio en internet. Comunicaciones digitales. Web 2.0. Medios Sociales. Redes Sociales. (Facebook - Twitter - Instagram - Pinterest - etc). Community Manager. Mobile Marketing. Innovaciones y tendencias digitales. Plan de Marketing Digital. Analítica y control.

- **Entrepreneurship**

Conceptos de Entrepreneurship. Contexto y cultura emprendedora. Análisis del proceso emprendedor. Características de Emprendedores y Emprendimientos dinámicos. Concepto "Constructor de Negocios" (Business Builder) y su importancia en el desarrollo de emprendimientos dinámicos, sustentables y perdurables. Diseño y creación de un emprendimiento. Planificación y ejecución del proceso de puesta en marcha. Búsqueda de recursos, financiamiento e inversores.

- **Creatividad e innovación**

Creatividad e innovación. Metodología de Usuarios Líderes - Incubación de la idea. Desarrollo de la capacidad creativa para los negocios. Management creativo. Prácticas recomendadas para un proyecto innovador. Oportunidades de creación de valor a través de la innovación. Project Management e Innovación.

- **Taller de metodología para la elaboración del Trabajo Final Integrador aplicado a cadenas productivas locales**

Definición del trabajo final. Trabajo de campo. Discusión de objetivos generales. Diseño de revisión bibliográfica focalizada en el problema de investigación Traducción de los objetivos generales en objetivos específicos. Diseño de la investigación. Diseño metodológico que permita cumplir objetivos específicos. Propuesta final de trabajo. Desarrollo de un trabajo de campo donde el alumno intérprete conceptos teóricos y técnicas desarrolladas y provistas por su orientación y lo aplique regionalmente en un caso real.



EXP 1594/2026

ANEXO IV

REGLAMENTO DE TRABAJO FINAL INTEGRADOR

Para el egreso de la carrera se requiere la aprobación de un Trabajo Final individual, de carácter integrador, que puede ser acompañado o no por la defensa oral del mismo, y conduce al otorgamiento del título de "Especialista", con la especificación de la profesión o campo de aplicación.

Características Generales del Trabajo Final Integrador

Para la finalización de la Carrera de Especialización el cursante deberá presentar un Trabajo Final Integrador (TFI), de carácter individual, bajo la supervisión de un/a Tutor/a.

Para ello, el especializando debe cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Aprobar la totalidad de las actividades curriculares
- b) Cumplir con las obligaciones arancelarias que le correspondan.

ARTÍCULO 1°- El Trabajo Final Integrador (TFI) consiste en una producción individual, donde se demuestre conocer y articular de forma adecuada los contenidos teórico metodológicos incorporados a lo largo de la cursada.

ARTÍCULO 2°- El plazo para la entrega del Trabajo Final Integrador será de dos (2) semestres, a partir de la finalización de la cursada del Taller de producción de conocimientos. En casos debidamente justificados, se podrá extender en carácter de prórroga por otro plazo similar.

ARTÍCULO 3°- Con la aprobación del Trabajo Final Integrador se obtiene el título de Especialista en Política de Negocios y Dirección Estratégica de Marketing.

ARTÍCULO 4°- El cursante contará, para la concreción del Trabajo Final Integrador, con un Tutor/a asignado por la Dirección de la Carrera, conforme con las pautas establecidas en el Reglamento para las Carreras de Maestría y Especialización de la Universidad. Se priorizará la elección de Tutores con pertenencia institucional. Serán funciones generales del/a Tutor/a:

- Asesorar al cursante en la elaboración del Trabajo Final, acerca de la concepción teórico-metodológica y los instrumentos de investigación y escritura para el mejor desarrollo del trabajo,
- Supervisar el desempeño del/a especializando/a y orientar su labor,
- Avalar sus presentaciones.



Universidad Nacional de Luján
REPÚBLICA ARGENTINA

“1976-2026 50 años por la Memoria, la Verdad y la Justicia. Nunca más”

ARTÍCULO 5°- El trabajo se presentará en original y dos (2) copias con soporte electrónico, en páginas tamaño A4, a espacio y medio, escrita de un solo lado.

ARTÍCULO 6°- La extensión del Trabajo será de cuarenta (40) a ochenta (80) páginas, incluyendo cuadros, gráficos y bibliografía. Deben figurar los datos correspondientes a: Universidad Nacional de Luján, título del trabajo, nombre del autor, del/a tutor/a (y si correspondiera, el del co-tutor/a), carrera, lugar de realización y año de presentación. También se adjuntará un resumen del contenido del trabajo, en español con copia en portugués y/o inglés, que no deberá exceder las novecientas (900) palabras.

ARTÍCULO 7°- Con la entrega del Trabajo Final Integrador, el/a Tutor/a deberá adjuntar un informe final sobre la pertinencia de la labor realizada por el/a especializando/a y los resultados alcanzados. Luego de ello, el TFI será evaluado por un tribunal designado a propuesta de la Comisión Académica de la Carrera y estará conformado por tres (3) miembros, entre los/as cuales se incluirá al/a Tutor/a del TFI. Los miembros del tribunal Evaluador deberán contar con categoría de Profesor y/o título equivalente o superior al de Especialista.

ARTÍCULO 8°- El proceso de evaluación y la calificación del Trabajo Final Integrador se regirán por el Reglamento para las Carreras de Maestría y Especialización de la Universidad.

ARTÍCULO 9°- La Universidad tiene derecho, aunque no obligación, a la difusión interna o externa del Trabajo Final Integrador, previa comunicación al egresado. En el caso de su publicación (total o parcial) posterior por parte del egresado, deberá mencionarse en forma expresa el ámbito institucional que dio origen al desarrollo del Trabajo.

La escala de calificación a utilizar, para evaluar el Trabajo Final de la carrera será del uno (1) al diez (10), de acuerdo con la Resolución RESPRHCS-LUJ: 0000179-16, considerando:

- 1(uno) a 5(cinco) - Insuficiente
- 6(seis) - Aprobado
- 7(siete) - Bueno
- 8(ocho) - Muy Bueno
- 9(nueve) - Excelente
- 10(diez) - Sobresaliente

* * *