



RES - 2023 - 116 - CS # UNNE
Sesión 22/03/2023

VISTO:

El Expte. N°20-00592/22 por el cual la Secretaría General de Extensión Universitaria eleva propuesta para la implementación de “Cursos y Talleres de Formación Integral en Herramientas para el Desarrollo de Habilidades para Emprender y Gestionar”; y

CONSIDERANDO:

Que tiene como objetivos contribuir a la formación y los procesos de gestión institucional, de funcionarios institucionales y del público en general, mediante acciones que favorezcan la construcción de saberes que necesitan para su efectivo desempeño laboral, y propiciar compromisos auténticos con la mejora de la calidad de la gestión institucional universitaria, entre otros;

Que los cursos y talleres serán dictados bajo la modalidad virtual;

Que se agrega la planificación de cada uno de los cursos y el curriculum vitae de los docentes dictantes;

Que el Área de Pedagogía Universitaria emite Informe N°68/22;

Que a fs 67/68 la Dirección Ejecutiva de UNNE-Virtual emite informe solicitando información adicional que fue completada de fs. 69/123;

Que la Comisión de Enseñanza y Planes de Estudio aconseja aprobar la propuesta;

Lo aprobado en sesión de fecha 22 de marzo de 2023;

EL CONSEJO SUPERIOR
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
RESUELVE:

ARTICULO 1° - Aprobar los “Cursos y Talleres de Formación Integral en Herramientas para el Desarrollo de Habilidades para Emprender y Gestionar” de la Secretaría General de Extensión Universitaria, de conformidad con las planificaciones que se agregan como Anexo de la presente.

ARTICULO 2° - Regístrese, comuníquese y archívese.

PROF. PATRICIA B. DEMUTH MERCADO
SEC. GRAL. ACADEMICA

PROF. GERARDO OMAR LARROZA
RECTOR



ANEXO

PROPUESTA DE CAPACITACIÓN SECRETARÍA GENERAL DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

CURSOS Y TALLERES DE FORMACIÓN INTEGRAL EN HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES PARA EMPRENDER Y GESTIONAR

Fundamentación:

La Universidad Nacional de Nordeste asume un fuerte compromiso con la compleja problemática vinculada a la *Gestión Institucional*, que demanda acciones de diversa índole, e implica la puesta en marcha de estrategias que atiendan aspectos de formación y capacitación en diferentes sectores institucionales.

Al respecto, esto implica un compromiso y un desafío, de la Extensión Universitaria, frente al reconocimiento de la complejidad y conflictividad de todo proyecto educativo, que tienda a favorecer espacios de articulación y colaboración, que supone procesos de aprendizaje e intercambio, en un contexto de posiciones, historias e intereses diversos y aún contrapuestos. Por ello, en el abordaje de estas problemáticas, se considera relevante desde la Secretaría General de Extensión Universitaria, llevar adelante una estrategia vinculada a la formación y capacitación, que focalice la dimensión de apoyo a instancias y temáticas concretas del sistema de gestión institucional.

En coherencia con lo anterior, este proyecto de capacitación integral, se enmarca en uno de los lineamientos de la actual gestión, que tiene como objetivo, generar cambios profundos en las lógicas de gestión y administración, desde una perspectiva de organización dinámica, teniendo en cuenta el carácter situado de las instituciones, y particularmente, la concepción de “modernización” en la profesionalización de gestores: “(...) Para ello, es fundamental trabajar sobre los principales cuadros administrativos y académicos (...) con el objetivo de modernizar procesos y productos, y orientar a la organización hacia un gobierno digital”.¹

En este sentido, se plantea una estrategia de acción, que privilegia una doble propedéutica, la referida a conocimientos disciplinares del gestor (Marketing, Administración, diseño, programación), y a los conocimientos de contexto necesarios para transitar competentemente en la intervención institucional (gestión sustentable y adecuada del ambiente).

Objetivos Institucionales

De acuerdo con las líneas de políticas de la extensión universitaria vigente, el presente proyecto se propone:

- Contribuir a la formación y los procesos de gestión institucional, de funcionarios institucionales y del público en general, mediante acciones que favorezcan la construcción de saberes que necesitan para su efectivo desempeño laboral.
- Contribuir al desarrollo de habilidades personales, prácticas y técnicas específicas de la actividad emprendedora, brindando oportunidades para revisar críticamente las prácticas habituales, como para analizar comparativamente las diversas propuestas alternativas y explicitar los marcos conceptuales en los que se fundamentan.
- Producir conocimiento acerca del perfil del gestor, de sus necesidades institucionales, mediante diversas herramientas que contribuyan a la formación integral de cada agente en la intervención institucional.
- Propiciar compromisos auténticos con la mejora de la calidad de la gestión institucional universitaria.

Descripción de la propuesta:

La propuesta consiste en la implementación de un dispositivo institucional (cursos en modalidad virtual) para la atención de la problemática de la gestión y la administración institucional en ámbitos privados y públicos, mediante acciones de contenidos transversales que puedan contribuir al desarrollo de conocimientos sólidos, habilidades prácticas y técnicas, en funcionales institucionales.

¹ Larroza, O. (2022) Principios de acción Gestión UNNE 2022 -2026. Rector de la Universidad Nacional del Nordeste.



En una primera instancia, se prevé abarcar, las necesidades y demandas del público en general, agentes de diversos ámbitos institucionales de la región y funcionarios de la universidad nacional del nordeste. Este proyecto de cursos de capacitación, se llevará adelante, equipo de docentes responsables, expertos disciplinares; que proporcionaran espacios de discusión crítica y debate acerca de las problemáticas actuales de la institución universitaria en general y de la gestión en particular.

Al respecto, los contenidos, los procesos y prácticas a realizar se orientan a facilitar la construcción de los saberes teóricos y prácticos inherentes, a los desempeños y roles definidos para el público en general, de agentes, emprendedores y funcionarios institucionales.

Metodología de Enseñanza

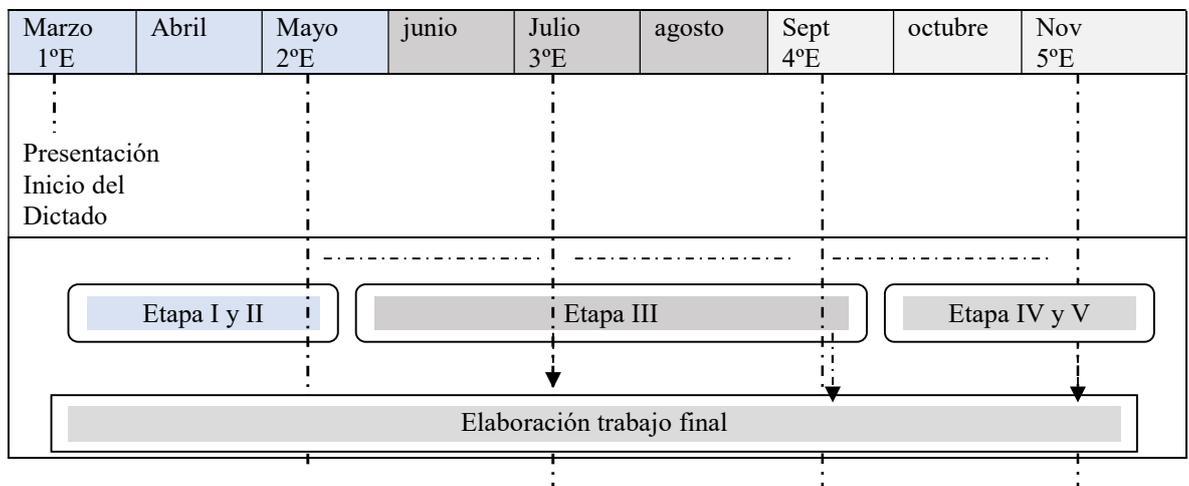
Para el desarrollo de los cursos propuestos se realizarán actividades que permitan integrar contenidos y posibiliten el logro de los objetivos propuestos. Las actividades se realizarán de manera presencial, sincrónica y asincrónica, a través del aula virtual de cada uno de los cursos, entendiendo que el desarrollo de los contenidos propuestos, constituyen aportes fundamentales para la formación integral en la gestión y administración:

Los criterios de selección de las actividades didácticas son:

- ✓ Articulación teoría-práctica;
- ✓ Relevancia respecto de las experiencias previas de los y las cursantes y de su futuro desempeño profesional;
- ✓ Relación con los fenómenos contextuales en general y de la gestión y administración en particular;
- ✓ Promoción de la interacción grupal y de estrategias orientadas al desarrollo de competencias para la gestión.

Modalidad y carga horaria total: Modalidad Virtual (75% a distancia y un 25% presencial aproximadamente, dependiendo de cada propuesta específica). Cada curso de capacitación, se organizará con encuentros presenciales de presentación y actividades virtuales, en asincronía y sincronía. Específicamente, tendrán el acompañamiento, a través de aulas virtuales, que contarán con el acompañamiento docente, quienes brindarán las orientaciones y guías, a través de materiales didácticos elaborados: Se utilizarán herramientas y recursos de la plataforma virtual de la UNNE: Moodle, presentaciones como apoyaturas visuales durante los encuentros sincrónicos, asimismo, guías de actividades, hojas de ruta y material de lectura, para las actividades asincrónicas en el aula virtual. Respecto de las actividades sincrónicas, además de los encuentros semanales, se realizarán tutorías virtuales en función de las necesidades y demandas de los y las cursantes, en horarios a definir conjuntamente con el equipo docente a cargo.

Duración: El dictado de las diferentes ofertas académicas, está previsto en 9 (nueve) meses con encuentros presenciales.





Programación de actividades y cronograma:

Nº	Denominación de los cursos:	Etapas	Carga horaria
1	Preparación para la Jubilación de Personal de la UNNE". Carga horaria:	Marzo	23 horas
2	Community Management y Publicidad en RRSS	Marzo	30 horas
3	“Cómo Aprender Fundamentos de Programación Sin Morir en el Intento”	Abril	12 horas
4	Gestión Integral de Emprendimientos Gastronómicos.	Abril	81 horas
5	Curso Intensivo de Data Analytics	Mayo	52 horas
6	Gestión de redes sociales + Diseño y contenido de marca	Mayo	36 horas
7	Gestión Integral del Turismo como Negocio y Empresa	Junio	81 horas.
8	Habilidades esenciales para emprendedores	Julio	10 horas
9	Herramientas de empleabilidad: Encontrá el trabajo de tus sueños”	Agosto	20 horas
10	Introducción a la programación con Python	Agosto	42 horas
11	Curso: Marketing Digital. Herramientas para explotar tu marca	Septiembre	16 horas
12	Planificación y Gestión Logística	Octubre	24 horas
13	<i>Presencia Digital: mis primeros pasos</i>	Octubre	15 horas.
14	<i>Productos Digitales</i>	Noviembre	16 horas.
15	<i>Teletrabajo: Adaptación al nuevo mundo laboral</i>	Noviembre	12 horas.
16	<i>Foto producto y edición de videos para redes sociales.</i>	Noviembre	30 horas.

Evaluación de los aprendizajes²

El equipo docente seleccionará los instrumentos y actividades de evaluación, teniendo en cuenta, que el criterio principal para la definición de las actividades de evaluación es el de “variedad”, es decir, habrá instancias orales, escritas, individuales y grupales, de autoevaluación, heteroevaluación y coevaluación, de manera tal de propiciar diversas experiencias de evaluación a los y las cursantes, en cada una de las propuestas de cursos de capacitación disponibles en el anexo.

Inscripción: Las inscripciones de los participantes se realizarán de acuerdo a lo que establecerá la Secretaría General de Extensión Universitaria para cada propuesta

Financiación: Las propuestas de capacitación se autofinanciarán con el canon abonado por cada estudiante.

Con excepción del taller "preparación para la jubilación del personal de la UNNE" cuyos costos serán cubiertos con recursos de la Secretaría General de Extensión

El funcionamiento, supervisión y registro de las actividades vinculadas a las propuestas dependerán de la Secretaría General de Extensión Universitaria.

La certificación la realizará la Secretaría General de Extensión Universitaria, conforme a lo que se establezca para cada propuesta.

² *Acreditación: cumplimiento de los requisitos de aprobación establecidos por el equipo docente, desde las actividades virtuales y presenciales.*



ANEXO I

1) Denominación de la Propuesta: Taller “Preparación para la Jubilación de Personal de la UNNE”

Fundamentación:

La vida se ha prolongado de manera significativa y muchas personas en la edad adulta en la actualidad comienzan a cuestionarse por diferentes motivos su proyecto personal, trabajo, actividad, surgen nuevos intereses, nuevas posibilidades, se vislumbran nuevos desafíos.

Es importante enfatizar que la idea del cambio es posible teniendo en cuenta la experiencia vivida y reutilizándola, sin que ello signifique una pérdida. Si bien cuestionarse forma parte del devenir humano saludable, por lo general ocasiona angustia y temor.

La jubilación es un fenómeno complejo y generalizado en las sociedades industriales. Una persona que alcanza una determinada edad o que esté afectada por incapacidades físicas o psíquicas importantes para realizar su trabajo, queda desvinculada de su contrato laboral y adquiere el derecho a una retribución económica, de acuerdo con lo establecido en la ley pertinente.

El compromiso con el trabajo, la identidad y la pertenencia del personal universitario, nos motiva a proponer un espacio que brinde una adecuada preparación, contención y acompañamiento por parte de la institución.

El trabajo favorece la organización del tiempo personal, el acceso a relaciones interpersonales, el aprendizaje continuo y el desarrollo personal. El hecho de jubilarse puede tener consecuencias nocivas en la salud, en algunos casos desencadena importantes secuelas, en otros favorece una mejora en su estado de salud, para los cuales significa un aumento en su calidad de vida.

La jubilación implica un cambio en el esquema vital de las personas y, en algunas circunstancias, puede desencadenar desajustes biopsicosociales, tanto en la etapa final del ciclo de vida laboral, en la fase de prejubilación, como en el proceso de adaptación al nuevo rol.

La preparación para ingresar y permanecer en el mercado laboral es considerada necesaria y cada vez más importante, en general no se le atribuye el mismo valor a la preparación para el retiro, pues, rara vez los trabajadores se detienen a pensar y planificar su jubilación o retiro laboral.

Limon (1993) destaca la importancia de la preparación para la jubilación entendida como una de las etapas de la formación permanente, que brinda a las y los jubilables conocimientos útiles para la nueva etapa vital. Estos suelen ajustarse a las necesidades de aquellos a los que van dirigidos, pero generalmente abarcan los campos de la economía, salud, educación, cultura y ocio, actividades y relaciones sociales. Incluye el proceso de reorientación que posibilita una toma de decisión conjugando los talentos y habilidades actuales, la experiencia vivida y enriquece el análisis de los pros y contras del desafío y del cambio.

Antecedentes

Diversos estudios señalan los beneficios que implican para los y las jubilables la puesta en práctica de programas de preparación para la jubilación. Moragas (2001), afirma que la preparación debe valorarse como un instrumento de mejora del factor humano, tanto para la institución como para la sociedad, y que puede tener varios beneficios, entre otros:

- Mejoran la salud física, psíquica y social de los futuros jubilados.
- Fomentan estilos de vida adecuado para los trabajadores y jubilados.
- Mejoran la calidad de vida de los futuros jubilados.
- Mejoran en las relaciones familiares, facilitan el reencuentro y reorganización familiar evitando conflictos.
- Mejoran el entorno comunitario, propiciando la participación de los jubilados en actividades relacionadas con la comunidad.
- Mejoran en el clima laboral de la organización.

En esta casa de estudios en el año 2016, se han realizado experiencias de acompañamiento a personal no docente en proceso jubilatorio, los puntos de análisis giraron en la descripción de actitudes marcadas con respecto al nuevo escenario en su vida laboral planteado desde la cercanía con la jubilación. En algunos casos las personas presentaban alto grado de angustia y negación ante la nueva situación laboral, verbalizando su malestar o manifestándose en situaciones concretas con conductas con una alta carga emocional. Por otra parte, se han realizado estudios posteriores en los cuales se concluye



desatacándose la importancia del diseño e implementación de políticas que contemplen programas de preparación y de acompañamiento para la jubilación.

Estos programas deberían constituirse como una etapa de formación indispensable e institucionalizada, brindando herramientas y conocimientos que sean adecuados para transitar el nuevo rol de persona jubilada, contribuyendo a la asimilación de nuevos hábitos e intereses centrados en el desarrollo personal para un ajuste satisfactorio.

Objetivos Generales:

- Favorecer el proceso de preparación para la jubilación del personal de la UNNE docente y no docente, desde un espacio de intercambio y análisis de las experiencias vividas y la proyección vocacional.

Objetivos Específicos:

- Proporcionar información y promover la reflexión acerca de los distintos cambios que se dan a nivel individual, familiar y social en relación al proceso jubilatorio.
- Fortalecer el reencuentro y la reorganización familiar.
- Rediseñar ámbitos de participación e integración para la nueva etapa vital
- Promover la preservación y el desarrollo de las capacidades.
- Facilitar la toma de decisiones, basada en información.
- Facilitar las transiciones en los grupos de trabajo por motivo del retiro de sus miembros.

Destinatarios:

Trabajadores y trabajadoras no docentes y docentes de la Universidad Nacional del Nordeste próximos al retiro jubilatorio y aquellos que se encuentren en condiciones de jubilarse dentro de los próximos dos años.

Modalidad de dictado:

Taller presencial. A dictarse en los distintos campus de la UNNE

Metodología de Trabajo:

Consejería en grupo:

Se trata del abordaje en grupos pequeños, centrado en aspectos subjetivos relacionados con la jubilación; se comparten inquietudes, temores, dificultades o problemáticas frente a la jubilación. Las técnicas utilizadas son: juego de roles, pequeños grupos de discusión y análisis de casos.

Facilitación grupal:

Se caracteriza por la interacción en pequeños grupos, con énfasis en la presentación de información o en aspectos objetivos como:

1. Comprensión de la nueva etapa vital. El y la jubilable debe ser capaz de comprender los cambios en la forma de vida que implican la llegada de la jubilación y las oportunidades que deberán emprender en los 20 o más años que tiene por delante.
2. Mantenimiento de la salud. Comprensión de aspectos físicos y psíquicos del envejecimiento, estilos de vida que favorecen el bienestar y capacidad funcional óptima.
3. Organización del tiempo libre. Explorar posibles actividades.
4. Preparación de un plan de actividades, coherente con la realidad de cada jubilable, que les permita disfrutar y dar sentido a la participación individual y grupal.

Conformación de los grupos: Trabajadores no docentes y docentes conformarán grupos separados. Herramientas de apoyo: material impreso, material audiovisual, dinámicas grupales, entre otros.

Carga Horaria Total

Doce horas. Con una duración de cuatro semanas y una frecuencia de tres horas por semana.

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte:

Cantidad mínima 8

Cantidad máxima 15

Equipo Coordinador multidisciplinario:

Responsable: Mgter. Diana Andrea Sotelo

Facilitadoras de talleres: Lic. Analía Ríos

Analía Gabriela Silva

Mónica Esther Testi

Invitados (según las necesidades del grupo), asesor legal, secretaria/o de los talleres.



2) Denominación y tipo de propuesta: Curso de Community Management y Publicidad en RRSS

Fundamentación:

Este curso brindará al público en general conocimientos sobre el manejo de las principales redes sociales, con el propósito de que él pueda generar un plan estratégico de contenido y publicidad y administrar cuentas de una manera más apropiada y profesional.

Objetivos:

- Lograr que los participantes puedan desempeñarse en el manejo de planificador, productor y gestor de contenidos de las principales redes sociales.

Objetivos específicos:

- Conocer las distintas redes sociales, sus públicos, rendimiento y algoritmos.
- Que el alumno pueda crear los contenidos de una manera planificada para optimizar su rendimiento.
- Que tenga conocimiento sobre redacción para redes sociales.
- Adquirir conocimientos básicos de diseño de piezas gráficas.
- Que pueda generar campañas de publicidad en Facebook e Instagram.

Destinatarios:

Público en General.

Contenidos:

Módulo I: Introducción al Community Management

- Rol y funciones del CM.
- Introducción a las distintas plataformas. Características y diferencias.
- Públicos. Algoritmo.

Módulo II: Plataformas

- Twitter. Instagram. Facebook. Tik Tok.
- Youtube. Linked In.

Módulo III: Contenidos

- Estrategias y herramientas de planificación de contenidos. Objetivos. Calendarización.
- Brief y plan de marketing.
- Creación y gestión de contenido para redes. Análisis particulares. Herramientas de posicionamiento.
- Tipos, formatos y características de las publicaciones. Funcionamiento. Métricas.
- Fotografías y videos. Importancia. Formatos. Alcance.
- Bancos de imágenes, editores de fotos y videos, buscadores avanzados de contenidos, etc.

Módulo IV: Identidad de la marca

- Identidad e imagen de la marca. Fundamento. Importancia. Manual.
- Fundamentos básicos de Diseño. Colores. Tipografía. Formas geométricas.
- Bocetos. Creación de vectores. Herramientas.

Módulo V: Personalidad de la marca

- Copywriting. Personalidad de la marca.
- Diseños de contenidos. Flyers. Sistema. Formatos.
- Herramientas para crear. Canva y Pinterest.

Módulo IV: Publicación y publicidad

- Herramientas de publicación. Prácticas útiles.
- La importancia de las mediciones: Estadísticas. Analytics. Reporting.
- Publicidad en Facebook e Instagram. Introducción
- Estructuración de campañas publicitarias.
- Anuncios.

Modalidad de dictado: Virtual sincrónica.

Criterios de evaluación:

Asistencia al 75% de las clases.

Participación durante las clases en vivo.

Presentación de los trabajos de cada módulo en tiempo y forma.

Presentación del trabajo final.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

30 horas reloj de cursado. Una clase semanal de dos horas. 8 semanas de extensión



Cantidad mínima y máxima de participantes: hasta 25 personas.

Coordinación académica y plantel docente: Coordinación Académica: Lic. María Celina Fabbro

Plantel docente:

- Licenciada Constanza Almirón.
- Diseñadora Gráfica y docente universitaria, Natalia Campanher Caso.
- Licenciada María Celina Fabbro.
- Licenciada Natalia Quintana Vázquez.
- Licenciado Guido Gregorio

Bibliografía y fuentes:

- Capriotti, Paul. 2009. *Branding Corporativo*. Ed. Libros de la Empresa. Santiago, Chile.
- Capriotti, Paul. 1999. *Planificación Estratégica de la imagen corporativa*. Grupo Planeta.
- Chávez, Cristian Xavier. 2019. *Manual de Copywriting*.
- Chávez, Néstor. 2005. *La imagen corporativa*. Editorial GG Diseño.
- Copymelo. 2019. *Fórmula PAS: aprende a seducir con tus textos*. Youtube.
- Facebook Business. *Herramientas de publicación y distribución de contenido*. Meta para empresas. Blog.
- Lupton, Ellen. 2011. *Pensar con tipos. Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores*. Editorial GG Diseño.
- Maïder, Tomasena. 2020. *Cómo escribir textos comerciales. 3 Fórmulas para Vender Más*. Youtube.
- Mañez, Ruben. *Modelo AIDA: Qué es y cómo aplicar esta técnica de ventas*. Blog.
- Merodio, Juan. 2017. *Marketing de contenidos*. E-Book.
- Núñez, Vilma. *Cómo convertirte en un buen Community Manager sin morir en el intento ni perder clientes*. Powered by Social Media Packs
- Núñez, Vilma. *Herramientas para crear una propuesta de redes sociales*. [Blog](#).
- Rosgaby Medina, K. 2020. *Guía paso a paso para definir la personalidad de una marca*. <http://branch.com.com>
- Pérez, Bernard. 2007. *COPYWRITING. Cómo escribir textos publicitarios*. Otros blogs de referencia:



3) Denominación y tipo de propuesta: Curso sobre “Cómo Aprender Fundamentos de Programación Sin Morir en el Intento”.

Fundamentación y Objetivos:

El presente curso está estructurado y organizado en base a las necesidades que tienen las personas al momento de realizar diferentes programaciones y configuraciones en los sistemas informáticos actuales. El contexto actual demanda conocimiento y formación al respecto ya que la Tecnología hoy en día se encuentra en todas las organizaciones y procesos.

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Entender cómo funcionan el Inicio y Fin de un Proceso y de un algoritmo
- Borrar Pantalla
- Definir, asignar y leer variables
- Manejo de Operadores para la construcción de expresiones más o menos complejas.
- Ingreso y Salida de Datos
- Condicionales
- Selecciones múltiples
- Lazos ○ Para ○ Mientras ○ Repetir Mientras
- Declaración de arreglos
- Poner el proceso en espera o pausa
- Finalizar un proceso
- El estudiante dedicado estará listo para aprender un lenguaje de programación como Python, JavaScript o similar.

Contenidos:

Introducción

¿Qué es el lenguaje de programación? Variables de Ingreso de Datos.

Operadores Aritméticos. Condiciones. Ciclo For. Ciclo While. Arreglos. Arreglos II. Ejercicios con Arreglos. Recursividad. Operador Ternario. Matrices. Leer Archivos. Escribir en Archivos. Introducción a POO. Crear Proyecto XML y POO

Eventos, Cast y Nuevos Objetos. Arreglos, HashMaps y ListViews. Que es una API. Programación Asíncrona

Modalidad de dictado:

Modalidad Virtual.

Criterios de evaluación:

- Asistencia en las clases y seguimiento del material subido a la plataforma como así también realización de actividades prácticas.
- Requisitos para aprobación del curso:
- Asistencia mínima del 80% del curso.
- Realización de Trabajos Individuales.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades: Carga Horaria Total: 12 horas.



4) Denominación y tipo de propuesta: Curso sobre Gestión Integral de Emprendimientos Gastronómicos.

Fundamentación y Objetivos (resumen):

El presente curso está estructurado y organizado a medida de las necesidades que tienen las diferentes organizaciones, emprendimientos y empresas que tienen como actividad principal la producción y comercialización de productos gastronómicos. Hoy en día el contexto que rodea a las organizaciones es cambiante, turbulento e incierto, generando una situación ideal para la toma de decisiones incorrectas. Mediante este curso se garantiza la disminución del margen de error en la toma de decisiones, optimización de la estructura de costos operativa, prestación de un servicio de calidad centrado en el cliente como foco principal, trabajo en equipo e integración del personal y generación de resultados de alto impacto en el corto plazo. La actividad gastronómica ha tenido un crecimiento exponencial en nuestra región, siendo la causa principal de esto, el contexto pandémico que hemos atravesado ya que muchas personas destinaron su capital y ahorros a emprender este tipo de negocios.

En las capitales provinciales de Resistencia y Corrientes se observa gran cantidad de emprendimientos del rubro, siendo la principal actividad comercial de las mismas. Es por ello, que a través de la presente propuesta, se busca capacitar y formar al personal de las organizaciones es una inversión con potencial a futuro permitiendo que las organizaciones se adapten de manera más rápida a los cambios del contexto, generando los resultados planificados.

Desde la perspectiva de la universidad y el extensionismo, esto nos permite llegar a nichos de la sociedad en su conjunto que lo conforman actores que por su actividad y gestión diaria no tienen contacto con la comunidad universitaria, permite potenciar diferentes sectores productivos que puedan generar potenciales desarrollos de negocios y a su vez esto impacta en la generación de empleo para las personas que conforman la sociedad.

La finalidad subyacente de la Universidad como agente social y sobre todo a través de la Secretaría de Extensión Universitaria, es la de garantizar la presencia de la educación superior en los lugares donde la Universidad no llega de manera directa, en fin, permitir que la ciencia y la generación de conocimiento crítico y perspectivas objetivas esté presente en cada uno de los rincones sociales de la comunidad.

Este curso también genera un alto nivel de integración dentro de la Universidad, ya que la estructura del mismo comprende diferentes temáticas, permitiendo la actividad coordinada entre diferentes facultades y carreras que componen tanto el Campus de Resistencia como de Corrientes.

Objetivos:

Brindar conocimientos que permitan al participante iniciar y profundizar su proceso de profesionalización dentro de la actividad gastronómica, apuntando a la aplicación práctica e inmediata de dichos conceptos sobre las cuestiones diarias de una operación tipo, fortaleciendo su capacidad de análisis para abordar un correcto proceso de toma de decisiones.

Objetivos específicos:

El objetivo del curso es brindar conocimientos que permitan al participante iniciar y profundizar su proceso de profesionalización dentro de la actividad gastronómica, apuntando a la aplicación práctica e inmediata de dichos conceptos sobre las cuestiones diarias de una operación tipo, fortaleciendo su capacidad de análisis para abordar un correcto proceso de toma de decisiones.

El participante aprenderá de la experiencia exitosa de quienes trabajan en la gestión diaria, a configurar y controlar de manera práctica una operación logística.

Esto generará resultados que permitan optimizar la estructura de costos de la empresa, brindar un servicio de mayor calidad y APORTAR VALOR AGREGADO A LA COMPAÑÍA.

Contenidos:

Contenidos Dimensión Administración

Conceptos básicos de Administración, Organización y Gestión. Sistemas Administrativos. Estructura Organizacional. Toma de decisiones. Gestión Estratégica. Gestión Operativa. Procesos de Control (TACO).

Contenidos Dimensión Recursos Humanos

Conceptos básicos de recursos humanos. Técnicas de comunicación. Gestión del personal. Liderazgo. Trabajo en equipo. El feedback. Coaching. Coordinación de personas. Habilidades blandas para la conducción de equipos de trabajo. Aspectos técnicos y legales de los recursos humanos.

Contenidos Dimensión Marketing

Concepto de Marketing. Producto. Precio. Plaza. Promoción. Proceso de compra del consumidor. Técnicas de ventas. Gestión de redes sociales. Proceso de venta. Indicadores y control de ventas.



Contenidos Dimensión Logística y Operaciones

Introducción a la función Logística en las organizaciones. Supply Chain (Cadena de Suministros). Gestión del Canal de Distribución (mercado, cliente y distribución). Nivel de Servicio. Su impacto en los costos y en el nivel Servicio al Cliente. Las funciones del almacén. ¿Qué es un SGA o WMS (Sistema de Gestión de Almacenes)? La ubicación de un almacén y su importancia. ¿Cómo se gestiona la mercadería y su ubicación? Logística para ecommerce. Distribución Urbana de Mercancías (DUM): Última Milla. Ecommerce.

Contenidos Dimensión Compras y Producción

Generalidades de los productos básicos. Química de alimentos. Técnicas de cocina. Cocina nutricional. Métodos de conservación. Panadería. Administración y gestión gastronómica. Mise en Place. Taller Práctico de Cocina.

Contenido Dimensión Localización e Infraestructura

Variables del contexto para localización de plantas de producción y locales comerciales. Vías de comunicación y flujo vehicular y peatonal. Aspectos técnicos de infraestructura de establecimientos, servicios públicos y acceso a las instalaciones.

Contenidos Dimensión Diseño de Planta de Producción, Cocina y Salón

Aspectos técnicos a tener en cuenta en la construcción de un establecimiento gastronómico. Funcionalidad de las instalaciones. Layout y disposición de equipos y maquinas. Flujo operativo de personas y productos dentro del establecimiento. Decisión de construcción, presupuesto y ejecución de obra. Puesta en marcha del establecimiento.

Contenidos Dimensión Manipulación de Alimentos (Higiene y Seguridad).

Conceptos generales de manipulación de alimentos:

Tipos de alimentos. Normativa y actores relacionados a la seguridad alimentaria y al control de alimentos. Concepto de peligro y riesgo. Microorganismos y su clasificación. Factores de crecimiento microbiano. Alimentos de alto y bajo riesgo. Contaminación en alimentos. Tipos de contaminación. Enfermedades transmitidas por alimentos. Clasificación. Etiología. Relación entre contaminación, enfermedades transmitidas por alimentos y microorganismos. Condiciones higiénicas y seguras en relación al factor físico y al factor humano. Procedimientos de limpieza y desinfección. Manejo integral de plagas. Gestión de residuos. Higiene personal y hábitos higiénicos del manipulador. Diseño higiénico de instalaciones. Criterios de selección de equipos y utensilios. Procesos, etapas y recursos para la transformación de materia prima en producto terminado.

Tipos de operaciones y tecnologías para recepción, almacenamiento, conservación, elaboración y expendio de alimentos seguros. Selección de materia prima. Rotulado de alimentos. Registros y trazabilidad. Sistema de gestión de la calidad. Alimentos libres de gluten. Concepto de alimento libre de gluten seguro. Recomendaciones para evitar la contaminación cruzada con gluten. Nutrición. Nutrientes presentes en los grupos de alimentos. Alérgenos. Clasificación de alérgenos. Etiquetado frontal según Ley 27.642 para promoción de la alimentación saludable.

Contenidos Dimensión Aspectos Legales

Regulación de la actividad gastronómica. Convenio Colectivo de Trabajo y su importancia. Normativa nacional, provincial y municipal del rubro. Obligaciones y responsabilidades de productores y comercializadores de productos gastronómicos. Posibles sanciones.

Material elaborado por cada una de las cátedras respectivamente como PPT, resúmenes y contenidos didácticos.

Modalidad de dictado:

Modalidad presencial y virtual (mixto).

La Dimensión de Compras y Producción y Manipulación de Alimentos contará con un taller práctico definido en 2 (dos) encuentros presenciales en las instalaciones del Comedor Universitario del Campus Resistencia y Campus Corrientes propiamente dicho para una demostración y ejecución práctica in situ de las técnicas aprendidas, todo esto a cargo del docente de dicha dimensión.

Evaluación:

- Presentación del material de estudio para los alumnos mediante clases teóricas y prácticas. Clases en tiempo real.
- Ejercicios prácticos y evaluaciones sobre la base de análisis de situaciones y casos en contextos laborales y profesionales reales y, según el carácter de los temas y objetivos de la especialidad o curso.



- Jornada de exposición grupal, mediante presentación de los TFI (Trabajos Finales Integradores), en función a análisis y estudios de casos de empresas de la región. El TFI consistirá en un análisis grupal, mediante la conformación de equipos de trabajos, sobre la realidad laboral de un integrante del grupo, permitiendo una visión objetiva del caso correspondiente, elaborando un informe del mismo incluyendo cada dimensión para así detectar diferentes situaciones problemáticas y proponer oportunidades de mejoras.
- Dicha jornada se realizará en el marco de una *Feria de Emprendedores*, donde diferentes empresas podrán participar de la misma mediante stand, ofreciendo sus productos y servicios, dando propiedad a las empresas que fueron analizadas en los TFI de los alumnos. Esto genera una retroalimentación y potencial acercamiento al sector privado, generando desde la universidad, recursos humanos capacitados para las organizaciones. También se realizará un reconocimiento al empresario que apuesta a los cursos de capacitación y formación de su personal.

Requisitos para aprobación del curso:

- Asistencia mínima del 80% del curso.
- Realización de Trabajos Individuales.
- Realización del TFI (Trabajo Final Integrador).
- Exposición del TFI en la Jornada de Exposiciones.

Duración y carga horaria:

- Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:
- Carga Horaria Total: 81 horas (Incluye horas de clases, lectura de material, preparación de plataforma virtual, realización de actividades y jornadas de exposición final).
- Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte:
- Cantidad mínima de alumnos: 40
- Cantidad máxima de alumnos: 70

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

- Coordinación Académica: Mg. Mario De Bortoli

Docentes:

- Lic. Cesar Dellamea – Modulo Administración
- Lic. Carlos Michelini – Modulo RR.HH
- Lic. Ricardo Eiden – Modulo Logística
- Cheff Leonardo Foschiatti – Modulo Compras y Producción
- Lic. Corina Gregoreski – Modulo Manipulación de Alimentos
- Dr. Diego Katz – Modulo Legales
- Lic. Mariangeles García
- Ingeniero Jose Alunni
- Arq. Maria Jose Roibon
- Ing.. Rubén Fanucchi

Bibliografía y fuentes:

- KAPLAN, Robert y NORTON David. Cuadro de mando integral: the balanced scorecard. Buenos Aires: Gestión 2000, 2008. 321 p. ISBN 9789872274139
- SENGE, Peter. La quinta disciplina: cómo construir una organización inteligente. Buenos Aires: Granica, 2005. 593 p. ISBN 9789506414214
- SENGE, Peter. La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. Buenos Aires: Granica, 2005. 490 p. ISBN 9789506414306.



5) Denominación y tipo de propuesta: “Curso Intensivo de Data Analytics”.

Fundamentación:

La transformación digital es la integración de tecnología digital en todas las áreas de una organización, cambiando fundamentalmente la forma en que opera y brinda valor. También supone un cambio cultural que requiere que las organizaciones desafíen constantemente el statu quo, experimenten y se sientan cómodas con el fracaso. La transformación digital reduce los procesos, los automatiza y los convierte en productos de software. Todo producto de software genera y almacena una gran cantidad de datos. Este nuevo paradigma propone el desafío de formar profesionales que puedan aplicar tecnología específica y explotar el valor que ellos aportan.

Objetivos

General: Formar profesionales en materia de aplicación tecnológica específica y explorar los valores que aportan.

Específicos:

- Procesar grandes volúmenes de datos.
- Formar usuarios técnicos de bases de datos relacionales.
- Diseñar modelos analíticos para la elaboración de tableros de control.
- Diseño de reportes interactivos y automatizados.

Contenidos:

Módulo I – Introducción a Modelos de Datos

- Ciclo de vida del dato, data maturity model, roles en un proyecto de datos.
- Tecnologías asociadas al análisis de datos y metodologías ágiles.
- Modelos de datos, claves primarias y foráneas, Relaciones y cardinalidad.

Módulo II – Microsoft Excel

- Exploración de la interfaz.
- Crear una tabla normal. Vistas más adecuadas.
- Formato de celdas, orientación, tamaños y fuente.
- Ordenar y filtrar.
- Buscar. Buscar y reemplazar.
- Herramientas de datos y validación.
- Módulo III – Bases de datos y SQL
- Introducción a bases de datos SQL y NoSQL.
- Bases de datos relacionales, DER.
- Sublenguaje SQL DDL.
- Sublenguaje SQL DML.
- Join, Union y Subconsultas.
- Storytelling y patrones visuales.

Módulo IV – Power BI

- Introducción a Power BI.
- Introducción a Power Query.
- Medidas rápidas y columnas calculadas.
- Medidas avanzadas.
- Inteligencia de tiempo.

Bibliografía y fuentes:

- Documentación oficial Microsoft Excel. Disponible en: <https://support.microsoft.com/en-us/excel>.
- Análisis de datos en Microsoft Excel. <https://support.microsoft.com/en-us/office/analyze-data-in-excel-3223aab8-f543-4fda-85ed-76bb0295ffc4>
- Rico, A. (2016). Manual Avanzado de Microsoft Excel 2016. Editorial Ricosoft.
- Torres Ramón, M. (2017). Programación Transact con SQL Server 2016. Pág 19 a 41. Perú: Editorial Macro.
- Ralph Kimball, The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling. John Wiley & Sons Inc.
- Libro: Storytelling Con Datos. Nussbaumer, Cole. Anaya
- Documentación oficial Power BI. Disponible en: <https://powerbi.microsoft.com/es-es/learning/>



Modalidad de dictado:

20 clases asincrónicas.

4 clases sincrónicas.

Criterios de evaluación:

- 4 evaluaciones múltiple choice, verdadero/falso con 75% de respuestas correctas.
- 4 entregas de trabajos prácticos.
- 1 entrega de “Proyecto Final Integrador”.

Los cursantes deberán aprobar todas las instancias, en caso de no hacerlo se debe expedir certificación como “asistente”.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

- 4hs clases asincrónicas. Píldoras educativas de 15min por punto del programa.
- 20hs de lectura de material asíncrona. 1h por punto del programa.
- 12hs clases sincrónicas. 3hs de clase magistral por módulo.
- 4hs de evaluaciones finales. 1h por módulo.
- 6hs de desarrollo de trabajos prácticos. 1:30hs por módulo.
- 6hs de desarrollo de “Proyecto Final Integrador”. Carga total: 52 hs.

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte:

- Cantidad mínima de participantes: 30 personas.
- Cantidad máxima de participantes: 60 personas.

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

- *Rodríguez Jorge Ricardo* (<https://www.linkedin.com/in/jorgericardorodriguez/>)
Contador Público. Docente ITBA. Data Lead. Docente Data Analytics. Asesor Financiero. Analista de Business Intelligence. Programador. Excel Trainer.
- *Horñiack Elisea Esther* (<https://www.linkedin.com/in/elisea-esther-hor%C3%BIack/>)
Licenciada en Administración. Senior Consultant Pwc. Docente Data Analytics. Docente Universitaria. Asesora en gestión de calidad y modernización de procesos.



6) Denominación y tipo de propuesta: Gestión de redes sociales + Diseño y contenido de marca

Fundamentación y Objetivos (resumen):

Este curso brindará herramientas para que emprendedores, profesionales, instituciones y pequeñas empresas puedan gestionar sus redes sociales de manera óptima, a partir de la generación de un contenido estratégico y un manejo correcto de las plataformas digitales. Se brindarán recursos para que los cursantes puedan gestionar redes sociales de una manera más profesional con el propósito de atraer a su público objetivo y lograr las conversiones que requiera. Además, se trabajará sobre la construcción de una identidad e imagen de la marca, con conocimientos técnicos para que puedan crear un producto comunicacional sostenible en el tiempo.

Destinatarios: Destinado a emprendedores, profesionales e instituciones

Objetivo General

- Utilizar correctamente las redes sociales por parte de sectores independientes para que puedan diferenciar y posicionar su marca, producto o servicio en el mercado digital, a partir de la gestión de contenido y de imagen.

Objetivos Específicos

- Brindar herramientas para el conocimiento y manejo de redes sociales.
- Lograr la distinción del correcto uso de cada red para su aprovechamiento.
- Que el estudiante logre desarrollar la personalidad de una marca, a partir de las herramientas de diseño, escritura y publicación.
- Planificación y organización del desarrollo de contenidos.
- Evaluación de las métricas y rendimiento.

Contenidos:

Módulo I: Introducción al uso de redes sociales

- Introducción a las redes sociales. Presentación y descripción de principales plataformas. Características. Públicos. Funcionamiento.
- Definición de mensajes/ lenguaje.
- Storytelling.
- Planificación y estrategia de contenido para cada red.

Módulo II: Herramientas para un uso adecuado

- Herramientas para la creación de contenidos.
- Herramientas de posicionamiento.
- Tipos, formatos y características de las publicaciones. Funcionamiento. Métricas.
- Fotografías y videos. Importancia. Formatos. Alcance.
- Otras herramientas. Banco de imágenes e íconos. Editores
- Copywriting. Personalidad de la marca. Estrategias de escritura para la venta. Fórmulas. AIDA. PAS. CTA.

Módulo III: Posicionamiento de la marca

- Definición de marca. Identidad e imagen. Fundamento. Importancia.
- Fundamentos básicos de Diseño. Colores. Tipografía. Formas geométricas.
- Iso - logotipo.
- Bocetos. Creación de vectores. Herramientas.

Módulo IV: Diseños de contenidos

- Briefing. Manual de marca.
- Diseños de contenidos. Flyers. Sistema. Formatos.
- Herramientas para crear. Canva y Pinterest.

Módulo V: Publicidad

- Introducción a la publicidad digital.
- Métricas de publicación y de publicidad.

Bibliografía y fuentes:

- Capriotti, Paul. 2009. *Branding Corporativo*. Ed. Libros de la Empresa. Santiago, Chile.
- Capriotti, Paul. 1999. *Planificación Estratégica de la imagen corporativa*. Grupo Planeta.
- Chávez, Cristian Xavier. 2019. *Manual de Copywriting*.
- Chávez, Néstor. 2005. *La imagen corporativa*. Editorial GG Diseño.
- Copymelo. 2019. *Fórmula PAS: aprende a seducir con tus textos*. Youtube.



- Facebook Business. *Herramientas de publicación y distribución de contenido*. Meta para empresas. Blog.
- Lupton, Ellen. 2011. *Pensar con tipos. Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores*. Editorial GG Diseño.
- Mañder, Tomasena. 2020. *Cómo escribir textos comerciales. 3 Fórmulas para Vender Más*. Youtube.
- Mañez, Ruben. *Modelo AIDA: Qué es y cómo aplicar esta técnica de ventas*. Blog.
- Merodio, Juan. 2017. *Marketing de contenidos*. E-Book.
- Núñez, Vilma. *Cómo convertirte en un buen Community Manager sin morir en el intento ni perder clientes*. Powered by Social Media Packs
- Núñez, Vilma. *Herramientas para crear una propuesta de redes sociales*. [Blog](#).
- Rosgaby Medina, K. 2020. *Guía paso a paso para definir la personalidad de una marca*. <http://branch.com.com>
- Pérez, Bernard. 2007. *COPYWRITING. Cómo escribir textos publicitarios*.

Modalidad de dictado: Virtual sincrónica.

Criterios de evaluación:

Asistencia al 75% de las clases.

Participación durante las clases en vivo.

Presentación de los trabajos de cada módulo en tiempo y forma.

Presentación del trabajo final.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

36 horas reloj

2 clases semanales (se puede hacer en formato semanal)

8 semanas de duración - 2 meses

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte: hasta 25 personas.

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación Académica: Lic. María Celina Fabbro

Plantel docente propuesto:

- Licenciada Constanza Almirón
- Diseñadora Gráfica y docente universitaria, Natalia Campanher Caso
- Licenciada María Celina Fabbro
- Técnica en periodismo y Community Manager: María Noel Martínez
- Licenciado Guido Gregorio
- Diseñador Gráfico Patricio Morel



7) Denominación y tipo de propuesta: Gestión Integral del Turismo como Negocio y Empresa

Fundamentación y Objetivos:

El presente curso está estructurado y organizado a medida de las necesidades que tienen las diferentes organizaciones, emprendimientos y empresas que tienen como actividad principal la prestación de servicios a los turistas que visitan la región.

Hoy en día el contexto que rodea a las organizaciones es cambiante, turbulento e incierto, generando una situación ideal para la toma de decisiones incorrectas.

Mediante este curso se garantiza la disminución del margen de error en la toma de decisiones, optimización de la estructura de costos operativa, prestación de un servicio de calidad centrado en el cliente como foco principal, trabajo en equipo e integración del personal y generación de resultados de alto impacto en el corto plazo.

La actividad turística ha tenido un crecimiento exponencial en nuestra región, siendo la causa principal de esto, el contexto post pandémico que estamos atravesando ya que las personas están procurando recuperar el tiempo de aislamiento que hemos atravesado y destinando sus recursos a aprovechar más del tiempo y conocer otros lugares en el mundo.

En las capitales provinciales de Resistencia y Corrientes se observa gran cantidad de emprendimientos del rubro, siendo la principal actividad comercial de las mismas.

Capacitar y formar al personal de las organizaciones es una inversión con potencial a futuro permitiendo que las organizaciones se adapten de manera más rápida a los cambios del contexto, generando los resultados planificados.

Desde la perspectiva de la Universidad y el Extensionismo Universitario, esto nos permite llegar a nichos de la sociedad en su conjunto que lo conforman actores que por su actividad y gestión diaria no tienen contacto con la comunidad universitaria, permite potenciar diferentes sectores productivos que puedan generar potenciales desarrollos de negocios y a su vez esto impacta en la generación de empleo para las personas que conforman la sociedad.

La finalidad subyacente de la Universidad como agente social y sobre todo a través de la Secretaría de Extensión Universitaria, es la de garantizar la presencia de la educación superior en los lugares donde la Universidad no llega de manera directa, en fin, permitir que la ciencia y la generación de conocimiento crítico y perspectivas objetivas esté presente en cada uno de los rincones sociales de la comunidad.

Este curso también genera un alto nivel de integración dentro de la Universidad, ya que la estructura del mismo comprende diferentes temáticas, permitiendo la actividad coordinada entre diferentes facultades y carreras que componen tanto el Campus de Resistencia como de Corrientes.

El objetivo del curso es brindar conocimientos que permitan al participante iniciar y profundizar su proceso de profesionalización dentro de la actividad turística, apuntando a la aplicación práctica e inmediata de dichos conceptos sobre las cuestiones diarias de una operación tipo, fortaleciendo su capacidad de análisis para abordar un correcto proceso de toma de decisiones.

El participante aprenderá de la experiencia exitosa de quienes trabajan en la gestión diaria, a configurar y controlar de manera práctica una operación logística.

Esto generara resultados que permitan optimizar la estructura de costos de la empresa, brindar un servicio de mayor calidad y aportar valor agregado a la compañía.

Contenidos:

Contenidos Dimensión Turismo

Actividad Turística. ¿Quiénes forman parte de la actividad turística? Beneficios. Anfitriones Turísticos. Cultura Turística. Principios de la Cultura Turística. Atención al Turista, la conducta del profesional. Sistema Turístico, elementos. Gasto Turístico. Turismo Sustentable. Principios del Turismo Sustentable. Experiencia Turística. Reglamentación Turística.

Contenidos Dimensión Administración

Conceptos básicos de Administración, Organización y Gestión. Sistemas Administrativos. Estructura Organizacional. Toma de decisiones. Gestión Estratégica. Gestión Operativa. Procesos de Control (TACO).

Contenidos Dimensión Recursos Humanos

Conceptos básicos de recursos humanos. Técnicas de comunicación. Gestión del personal. Liderazgo. Trabajo en equipo. El feedback. Coaching. Coordinación de personas. Habilidades blandas para la conducción de equipos de trabajo. Aspectos técnicos y legales de los recursos humanos.



Contenidos Dimensión Marketing

Concepto de Marketing. Producto. Precio. Plaza. Promoción. Proceso de compra del consumidor. Técnicas de ventas. Gestión de redes sociales. Proceso de venta. Indicadores y control de ventas.

Contenidos Dimensión Logística y Operaciones

Introducción a la función Logística en las organizaciones. Supply Chain (Cadena de Suministros). Gestión del Canal de Distribución (mercado, cliente y distribución). Nivel de Servicio. Su impacto en los costos y en el nivel Servicio al Cliente. Las funciones del almacén. ¿Qué es un SGA o WMS (Sistema de Gestión de Almacenes). La ubicación de un almacén y su importancia. ¿Cómo se gestiona la mercadería y su ubicación.

Logística para ecommerce. Distribución Urbana de Mercancías (DUM): Última Milla. Ecommerce.

Contenidos Dimensión Compras y Producción

Higiene Alimentaria, Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control.- Clase 100% Teórica a modo Introductoria, explicando el modo en el cual se van a desarrollar los módulos y duración de los mismos. Conceptos básicos de Higiene Alimentaria, Riesgos y Puntos de Control. Definición de Alimentos y Clasificación, Definición de Cocción, Técnicas y Métodos de Cocción, Mise en Place.- Realización de Recetas, aplicando la transformación de los alimentos según las diferentes técnicas de cocción, cortes y tiempos de elaboración de los mismos. Clasificación de los Alimentos, según la Actividad del Agua (perecederos, semiperecederos, no perecederos) y cómo almacenarlos debidamente. Importancia de la Sal en la Dieta y Alternativas. Azúcar, Origen, Composición y Propiedades.- Recetas con la Utilización de Carne de Res, Aves y Pescado, Guarniciones de Hortalizas, Salsas y Reducciones. Hortalizas, Frutas y Legumbres: Definición y Origen, Clasificación Gastronómica y Nutricional. El Huevo: Partes, Propiedades y Conservación. Definición de Emulsión y tipos.- Recetas: Tortillas, Puntos de Cocción y Variables. Soufflés. Omelette. Pocheado. Fondos, Sopas y Consomes. Lácteos: Simples y Derivados, Origen y Composición. Almidón: Composición, Comportamiento en la Cocción, Modos de Uso, Métodos de Ligue (Clasificación y Tipos).- Recetas: Crepes Clásicos y sus Variaciones. Salsas (a Base de Roux y Cremas). Panqueque Tradicional y Estilo Waffles. Definición de Lípidos, Origen y Clasificación de Grasas y Aceites. Vinagres, Origen y Tipos, Usos. Vinagretas y Clasificación de Salsas Emulsionadas Estables e Inestables. Legumbres: Importancia Nutricional y Clasificación. Recetas: Potajes, Ensaladas Clásicas y Modernas, de Legumbres, Salsa Holandesa, Mayonesas, Bearnesas, Vinagretas y Derivadas. Cereales: Variedades, Morfología del Grano, Características del Endospermo, Composición Nutricional. Arroz: Origen, Clasificación (según su Forma y Alcance en el Mercado), Importancia Nutricional, Diferentes Métodos de Cocción.- Recetas: Rissotos, Pilaf, Paella y Arroz Para Sushi, Croquetas, Arroz con Leche. Pastas: Origen, Tipos y Clasificación (Simples y Rellenas), Cortes y Conservación, Proporciones y Valor Nutricional.- Recetas: Pastas Simples (Spaghetti, Fettuccine, Tagliatelle, Pappardelle),

Pasta Rellenas (Agnolottis, Sorrentinos, Tortelletti, Varenikes). Salsas Clásicas y Modernas. Lasagnas. Proteínas, Definición Nutricional y Clasificación (tipos). Tipos de Bridados. Gelatina y Agar-Agar, usos en la Cocina. Aves y su Clasificación.- Recetas: Roll de Patamuslo, Suprema Rellena, Pollo Arrollado y en Bolsa, Pollo al Curry, Fricassé, Panacotta. Carnes: Clasificación, Sistema de Clasificación, según el CAA, Proceso de Faena, Características Nutricionales, Cortes y Puntos de Cocción.- Recetas: Aplicación de Diferentes Técnicas de Cocción y Puntos de Cocción de la Carne de Res, los Cortes a Utilizar: Lomo, Colita de Cuadril, Peceto, Ojo de Bife, Bife de Chorizo (entre los más conocidos), Salsas y Guarniciones Varias. Achuras y Menudencias, Definición y Clasificación, Limpieza y Utilización.- Recetas: Hígado a la Veneciana, Paté, Mollejas al Verdeo y Limón, Cazuela de Riñones, Anticuchos de Corazón, Cazuela de Mondongo, Lengua a la Vinagreta. Cerdo: Clasificación, Conservación, Cortes. Productos Cárnicos: Salazones, Embutidos, Chacinados y Conservas.- Recetas: Bondiola Braseada, Solomillo Laqueado, Carré a la Cerveza Negra, Matambre a la Pizza, Ribs a la BBQ, Chorizos. Pescado: Productos de Pesquería, Pescado Fresco y Congelado, Conservación, Limpieza, Proceso de Despinado, Cocción. Clasificación. Cortes del Salmón.- Recetas: Cachetes de Abadejo al PilPil, Salmón Rosado a las Finas Hierbas, Chupín, Empanada Gallega, Milanese de Pejerrey a la Colbert, Surubí al Paquete. Productos de Pesquería: Frutos de Mar, Mariscos y Crustáceos; Clasificación y Tipos. Moluscos; Clasificación y Tipos. Recetas: Limpieza de Calamar y Langostinos. Rabas. Arroz con Mariscos. Cazuela de Calamares. Vermichelli Negros con Salsa del Mar. Callos de Vieiras Estilo Tailandés. Pinchos de Langostinos Marinados. Animales de caza y corral: Generalidades y Variedades. Conejo: Despiece, Normas Higiénicas. Conservas y Tipos: Productos, Preparación,



Envasado y Esterilización.- Recetas: Despiece de Conejo. Conejo a las Finas Hierbas, Ragout de Cordero, Gigot de Cordero, Morrón Agridulce, Berenjenas al Escabeche, Escabeche de conejo. Tomates Cherrys Confitados, Mermelada de Frutas de

Estación. Harina: Definición, Variedades, Clasificación, Propiedades, Masa Madre.- Pan: Reseña Historica, Procesos de Panificación.- Recetas: Pan Francés, Pan de Viena, Chips Saborizados, Pan de Maíz, Masa Madre, Focaccia, Pizzas, Pan Brioche. Mejorantes Naturales: Huevo, Lípidos y Leche. Aditivos: Mejorador Competo, Tipo y Función de los Aditivos. Masas Laminadas: Hojaldre, Masa Philo, Strudel (Origen y

Tipos, Proporciones).- Recetas: Holadre Francés, Hojaldre Rápido, Facturas, Paquetitos de Masa Philo, Strudel.

Contenido Dimensión Localización e Infraestructura

Variables del contexto para localización de plantas de producción y locales comerciales. Vías de comunicación y flujo vehicular y peatonal. Aspectos técnicos de infraestructura de establecimientos, servicios públicos y acceso a las instalaciones.

Contenidos Dimensión Diseño de Planta de Producción, Cocina y Salón

Aspectos técnicos a tener en cuenta en la construcción de un establecimiento gastronómico. Funcionalidad de las instalaciones. Layout y disposición de equipos y maquinas. Flujo operativo de personas y productos dentro del establecimiento. Decisión de construcción, presupuesto y ejecución de obra. Puesta en marcha del establecimiento.

Contenidos Dimensión Manipulación de Alimentos (Higiene y Seguridad)

Conceptos generales de manipulación de alimentos. Tipos de alimentos. Normativa y actores relacionados a la seguridad alimentaria y al control de alimentos. Concepto de peligro y riesgo. Microorganismos y su clasificación. Factores de crecimiento microbiano. Alimentos de alto y bajo riesgo. Contaminación en alimentos. Tipos de contaminación. Enfermedades transmitidas por alimentos. Clasificación. Etiología. Relación entre contaminación, enfermedades transmitidas por alimentos y microorganismos. Condiciones higiénicas y seguras en relación al factor físico y al factor humano. Procedimientos de limpieza y desinfección. Manejo integral de plagas. Gestión de residuos. Higiene personal y hábitos higiénicos del manipulador. Diseño higiénico de instalaciones.

Criterios de selección de equipos y utensilios. Procesos, etapas y recursos para la transformación de materia prima en producto terminado. Tipos de operaciones y tecnologías para recepción, almacenamiento, conservación, elaboración y expendio de alimentos seguros. Selección de materia prima. Rotulado de alimentos. Registros y trazabilidad. Sistema de gestión de la calidad. Alimentos libres de gluten. Concepto de alimento libre de gluten seguro. Recomendaciones para evitar la contaminación cruzada con gluten. Nutrición. Nutrientes presentes en los grupos de alimentos. Alérgenos.

Clasificación de alérgenos. Etiquetado frontal según Ley 27.642 para promoción de la alimentación saludable.

Contenidos Dimensión Aspectos Legales

Regulación de la actividad gastronómica. Convenio Colectivo de Trabajo y su importancia. Normativa nacional, provincial y municipal del rubro. Obligaciones y responsabilidades de productores y comercializadores de productos gastronómicos. Posibles sanciones.

Modalidad de dictado:

Modalidad presencial y virtual (mixto).

La Dimensión de Compras y Producción y Manipulación de Alimentos contara con un taller práctico definido en 2 (dos) encuentros presenciales en las instalaciones del Comedor Universitario del Campus Resistencia y Campus Corrientes propiamente dicho para una demostración y ejecución practica in situ de las técnicas aprendidas, todo esto a cargo del docente de dicha dimensión.

Materiales: Material para las capacitaciones, seguimiento de generación de resultados post capacitación y visitas a empresas y organizaciones del medio.

Criterios de evaluación:

Presentación del material de estudio para los alumnos mediante clases teóricas y prácticas. Clases en tiempo real.



Ejercicios prácticos y evaluaciones sobre la base de análisis de situaciones y casos en contextos laborales y profesionales reales y, según el carácter de los temas y objetivos de la especialidad o curso. Jornada de exposición grupal, mediante presentación de los TFI (Trabajos Finales Integradores), en función a análisis y estudios de casos de empresas de la región.

El TFI consistirá en un análisis grupal, mediante la conformación de equipos de trabajos, sobre la realidad laboral de un integrante del grupo, permitiendo una visión objetiva del caso correspondiente, elaborando un informe del mismo incluyendo cada dimensión para así detectar diferentes situaciones problemáticas y proponer oportunidades de mejoras.

Dicha jornada se realizará en el marco de una Feria de Emprendedores, donde diferentes empresas podrán participar de la misma mediante stand, ofreciendo sus productos y servicios, dando propiedad a las empresas que fueron analizadas en los TFI de los alumnos.

Esto genera una retroalimentación y potencial acercamiento al sector privado, generando desde la universidad, recursos humanos capacitados para las organizaciones.

También se realizará un reconocimiento al empresario que apuesta a los cursos de capacitación y formación de su personal.

Requisitos para aprobación del curso:

- Asistencia mínima del 80% del curso.
- Realización de Trabajos Individuales.
- Realización del TFI (Trabajo Final Integrador).
- Exposición del TFI en la Jornada de Exposiciones

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

Carga Horaria Total: 81 horas (Incluye horas de clases, lectura de material, preparación de plataforma virtual, realización de actividades y jornadas de exposición final).

Bibliografía y fuentes:

- KAPLAN, Robert y NORTON David. Cuadro de mando integral: the balanced scorecard. Buenos Aires: Gestión 2000, 2008. 321 p. ISBN 9789872274139
- SENGE, Peter. La quinta disciplina: cómo construir una organización inteligente. Buenos Aires: Granica, 2005. 593 p. ISBN 9789506414214
- SENGE, Peter. La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente. Buenos Aires: Granica, 2005. 490 p. ISBN 9789506414306.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

Carga Horaria Total: 81 horas (Incluye horas de clases, lectura de material, preparación de plataforma virtual, realización de actividades y jornadas de exposición final).

Cronograma Estimado				
Modulo	Total de Clases	Marzo	Abril	Modalidad
Turismo	4	06-03 / 08-03 / 13-03 / 15-03	-	Virtual
Administracion	4	06-03 / 08-03 / 13-03 / 15-03	-	Virtual
RR.HH	4	07-03 / 09-03 / 14-03 / 16-03	-	Virtual
Marketing	4	20-03 / 22-03 / 27-03 / 29-03	-	Virtual
Logistica y Operaciones	4	21-03 / 23-03 / 28-03 / 30-03	-	Virtual
Compras y Produccion	4	06-03 / 08-03 / 13-03 / 15-03	-	Mixta
Localizacion e Infraestructura	4	07-03 / 09-03 / 14-03 / 16-03	-	Virtual
Diseño de Planta	4	20-03 / 22-03 / 27-03 / 29-03	-	Virtual
Manipulacion de Alimentos	4	21-03 / 23-03 / 28-03 / 30-03	-	Mixta
Legales	4	-	03-04 / 05-04 / 10-04 / 12-04	Virtual
Jornada de Exposicion Final	4	-	Semana del 10-04-2023	Presencial

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte:

Cantidad mínima de alumnos: 40

Cantidad máxima de alumnos: 70

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación Académica: Mg. Mario De Bortoli

Docentes:

Lic. Roberto Javier Bezos

Lic. Cesar Dellamea – Modulo Administración



Universidad Nacional del Nordeste
Rectorado

1983/2023
40 años de democracia

Lic. Carlos Michelini – Modulo RR.HH
Lic. Ricardo Eiden – Modulo Logistica
Cheff Leonardo Foschiatti – Modulo Compras y Producción
Lic. Corina Gregoreski – Modulo Manipulación de Alimentos
Dr. Diego Katz – Modulo Legales
Lic. Mariangeles García
Ingeniero Jose Alunni
Arq. Maria Jose Roibon



8) Denominación y tipo de propuesta: “Habilidades esenciales para emprendedores”

Fundamentación y Objetivos (resumen):

A través de este curso el estudiante podrá formular un emprendimiento desde cero o profesionalizar uno existente. Desarrollará nuevas habilidades relacionadas con la capacidad emprendedora, a identificar un modelo de negocio sostenible y escalable, así como también nuevas herramientas que sirvan como medios para incrementar su eficiencia y así alcanzar sus objetivos y/o potenciar su iniciativa.

Objetivo general:

- Impulsar el conocimiento y desarrollo de habilidades esenciales para emprendedores

Objetivos específicos:

- Conocer herramientas ágiles para la organización de un emprendimiento de alto impacto
- Planificar el crecimiento del negocio
- Fortalecer actividades de coordinación
- Aprender de pares e incrementar el networking

Contenidos:

Módulo 1: Introducción al emprendedurismo

- FODA
- Visión y Misión Estratégica
- Modelos de Planes de negocio

Módulo 2: Herramientas básicas para organizar tu negocio

- Google Keep
- Padlet

Módulo 3: Aplicaciones para crear la identidad de tu emprendimiento

- Tailor Brands
- Filmora
- Cap Cut

Módulo 4: Herramientas para planificar y coordinar eventos

- Google Calendar
- Asana

Bibliografía y fuentes:

JOHNSON, G. y SCHOLLES, K. (2010). “Fundamentos de la Estrategia” Editorial Pearson. Madrid.
THOMAS, W. y DAVID, H. (2007). “Administración Estratégica y Políticas de Negocios”. Editorial Pearson. México

Modalidad de dictado:

Presencial y Virtual Sincrónica

Criterios de evaluación:

1. Asistencia al 75% de las clases
2. Participación durante las clases en vivo y en los foros del aula virtual
3. Presentación de los trabajos de cada módulo en tiempo y forma
4. Presentación del trabajo final

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades: 12 (doce) horas reloj total de cursado:

- 1 (una) clase semanal por Módulo dictado, de 2 (dos) horas de duración cada una.
- 4 (cuatro) horas reloj adicionales distribuidas en las cuatro clases con la finalidad de participar en los foros, realización de actividades y presentación del trabajo final.
- Total 4 (cuatro) semanas.

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte: 50 - 100

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación Académica: Lic. Guadalupe del Arca

Plantel docente propuesto:

- Dana Paula Núñez
- Licenciado Guido Gregorio



9) Denominación y tipo de propuesta: “Herramientas de empleabilidad: Cómo buscar trabajo y enfrentar un proceso de selección”

Fundamentación y Objetivos: La empleabilidad se encuentra en constante evolución, las maneras de buscar trabajo, afrontar una entrevista y hacer atractivo un CV se han ido adaptando a nuestra realidad y han sufrido cambios significativos sobre todo esta última década. La pandemia aceleró aún más la conexión con el mundo, y hoy estamos a un clic de internacionalizar nuestros servicios y de buscar trabajo desde nuestra casa hacia el mundo.

Objetivos:

Adquirir herramientas que nos permitan acceder a esas oportunidades:

- Currículum Vitae de Alto Impacto
- FODA personal
- Entrevista por competencias
- Uso de redes profesionales (LinkedIn)
- Uso de bolsas de trabajo (OCC, Computrabajo, etc.)

Contenidos: 3 encuentros

Lidera el Momento:

- Zona de confort
- Alineación de expectativas y objetivos
- Objetivos SMART
- FODA personal

Lidérate a ti mismo:

- Currículum Vitae de Alto Impacto
- LinkedIn como red profesional
- Entrevista en tiempos modernos
- Entrevista por competencias

Lidera el mercado:

- Trabaja tu marca personal
- ¿Dónde y cómo buscar trabajo?
- LinkedIn como buscador
- Role playing de entrevista

Modalidad de dictado: Virtual sincrónica/asincrónica

Modalidad: mixta

Criterios de evaluación:

- 100% asistencia clases
- Presentación de trabajos y actividades
- Presentación del trabajo final

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

Duración total: 20 horas (La carga horaria incluye horas efectivas de clase, tiempo destinado a lectura o visualización de material y realización de actividades)

Lidera el Momento: 1.30 hs

- Actividad extra (FODA y Objetivos SMART): 30 minutos

Lidérate a ti mismo: 1.30 hs

- Actividad extra (CV de Alto Impacto): 1 hora

Lidera el mercado: 2.00 hs

- Actividad extra (role playing): 30 minutos.

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte:

Participantes: 10/15

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación Académica: Ezequiel Azzi

Plantel docente:

- Guillermo de Bortoli, Licenciado en psicología.
- Ezequiel Azzi, Licenciado en psicología y docente universitario.
- María Victoria Vallejos Kaliniuk, Contadora Pública



10) Denominación y tipo de propuesta: *Introducción a la programación con Python*

Dedicación:

Moderada - Requiere una carga de trabajo semanal promedio de 2 hs por fuera de la cursada.

Duración:

8 semanas

Fundamentación y Objetivos

Las clases iniciarán con una introducción teórica para poner énfasis en la importancia del aprendizaje de un lenguaje mundialmente utilizado. Las clases de programación y algoritmia, desde un nivel básico, están orientadas para todo público y se hará hincapié en conceptos como estructuras de datos y flujos de programas, hasta escribir los primeros programas en lenguaje Python.

Se incluirán aspectos como el uso de librerías y una base de sobre programación orientada a objetos.

Como objetivo general se busca que el alumno adquiera las herramientas básicas de programación en Python.

Objetivos específicos

- Reconocer las bases del pensamiento algorítmico
- Conocer el lenguaje de programación Python
- Aplicar el lenguaje de programación para la resolución de problemas generales.
- Utilizar herramientas de Python que faciliten la programación.

Modalidad de cursado:

- Clases on-line en vivo

De 2 horas de duración, una vez por semana, para desarrollar y profundizar gradualmente el contenido teórico-práctico semana a semana.

- Clases asincrónicas

De dedicación mínima 2 horas semanales. Con posibilidad de descarga de apuntes, materiales de estudio y textos complementarios para asentar conocimientos teóricos y complementar las clases sincrónicas para que puedan visualizarlo cuando y donde quieran. Videos grabados.

- Seguimiento docente

Acompañamiento asincrónico de docentes para responder consultas durante toda la semana. A través del aula virtual podrán despejar cualquier duda o inquietud que tengan sobre el material de estudio y la cursada. Además de foros de discusión e intercambio con docentes y pares.

- Actividades prácticas semanales

La cursada tendrá una fuerte impronta práctica para ampliar y aplicar los conocimientos vistos en las clases.

Contenidos

Unidad 1 - Introducción a la algoritmia

Contenidos: Por qué aprender Python. Pensamiento algorítmico. Qué es un programa. Instalación de herramientas para el desarrollo del curso. El Zen de Python. Python como una calculadora. Operadores: aritméticos, de comparación, lógicos. Orden de las operaciones.

Unidad 2- Introducción a la programación

Contenidos: Variables. Tipo de datos. Creando y usando variables. Nombres de variables. Manipulando variables. Salidas por pantalla. Palabras y frases reservadas. Comentarios. Recibiendo datos del usuario. Funciones internas de Python. Funciones de conversión de tipos. Sintaxis. Introducción al manejo de errores. Consultas con help.

Unidad 3 - Controlador de flujo if y Funciones

Contenidos: Controlador de flujo: Condicional if. Indentación. Condicional alternativo if-else. Condicionales anidados if-elif-else. Excepciones. Módulos de Python. Importando Módulos/ Librerías. Uso de alias con módulos. Números aleatorios. Funciones matemáticas. Funciones. Flujo de ejecución. Parámetros y argumentos. Variables locales. Variables globales. Llamando a la función. Funciones productivas. Funciones vacías. Comentarios en funciones.

Unidad 4 - Strings, Controlador de flujo while, Bucle for

Contenidos: Cadena de caracteres. Operaciones con cadenas. Longitud de una cadena. Rebanado de cadenas. Inmutabilidad de cadenas. Operador in. Comparación de cadenas. Métodos de cadenas. Análisis de cadenas. Operador de formatos. Controlador de flujo: Sentencia while. Bucles infinitos y break. Finalizando las iteraciones. Bucles for. Bucles de recuento y suma: contadores y acumuladores. Bucles de máximos y mínimos. Guardando y abriendo archivos.



Unidad 5- Listas y Tuplas

Contenidos: Listas. Mutabilidad de las listas. Recorriendo listas. Operaciones con listas. Ordenando listas. Concatenación de listas. Rebanado de listas. Métodos de listas. Sustituyendo elementos. Añadiendo elementos. Borrado de elementos. Listas y funciones. Listas y cadenas. Objetos y valores. Listas como argumentos. Tuplas. Comparación de tuplas. Asignación de tuplas.

Unidad 6 - Diccionarios

Contenidos: Diccionarios. Accediendo a los datos de un diccionario. Operaciones con diccionarios. Cambiando valores de keys. Añadir o cambiar datos. Diccionario como conjunto de contadores. Bucles y diccionarios. Métodos de diccionarios. Copiando diccionarios. Borrando elementos del diccionario. Diccionarios y tuplas. Asignación múltiple con diccionarios.

Unidad 7- Clases y Objetos. Git

Contenidos: Introducción teórica a clases y objetos. Atributos. Métodos. Clases heredadas y polimorfismo, herencia múltiple. Subclases. Git.

Unidad 8 - Clases y Objetos.

Contenidos: Aplicación de conceptos: Clases y objetos. Atributos. Métodos. Herencia. Clases heredadas y polimorfismo, herencia múltiple. Subclases.

Bibliografía y fuentes:

- Python para todos - Raúl González Duque
- Introducción a la programación con Python - Andrés Marzal, Isabel Gracia
- Python para informáticos - Charles Severance

Criterios de evaluación:

- El alumno deberá cumplir con el 75% de asistencias.
- El alumno deberá desarrollar de manera obligatoria todos los trabajos prácticos presentados por el plantel docente y aprobarlos teniendo una instancia de corrección para cada uno.
- El alumno deberá aprobar el trabajo práctico final propuesto por el plantel docente.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades: 40 hs

La carga horaria incluye horas efectivas de clase, tiempo destinado a lectura o visualización de material, participación en foros y realización de actividades. Es necesario incluir un cronograma/planificación tentativos de cómo se irán desarrollando temporalmente las clases y actividades de la propuesta.

Semana	Clase	Unidad Temática	Temas
1	1	1	Por qué aprender Python. Introducción a la algoritmia. Que es un programa. Operadores matemáticos, lógicos, etc. Orden de las operaciones. Python como una calculadora
	2	1	Instalación de herramientas para el desarrollo del curso. El Zen de Python. Operadores matemáticos, lógicos, etc.
2	3	2	Variables. Tipo de datos. Creando y usando variables. Nombres de variables. Salidas por pantalla. Comentarios. Recibiendo datos del usuario. Funciones internas de Python. Funciones de conversión de tipos. Sintaxis.
	4	2	Manipulando variables. Palabras y frases reservadas. Funciones internas de Python. Introducción al manejo de errores. Consultas con help.
3	5	3	Condicionales If-elif-else. Indentación. Módulos de Python. Importando Módulos/ Librerías. Uso de alias con módulos. Números aleatorios. Funciones matemáticas. Funciones. Flujo de ejecución. Parámetros y argumentos. Variables locales. Variables globales. Llamando a la función. Comentarios en funciones.



	6	3	Excepciones. Módulos de Python. Funciones matemáticas. Funciones productivas. Funciones vacías.
4	7	4	Cadena de caracteres. Operaciones con cadenas. Longitud de una cadena. Rebanado de cadenas. Inmutabilidad de cadenas. Comparación de cadenas. Operador de formatos. Controlador de flujo: Sentencia while. Bucles infinitos y break. Finalizando las iteraciones. Bucles for. Bucles de recuento y suma: contadores y acumuladores. Bucles de máximos y mínimos.
	8	4	Operaciones con cadenas. Operador in. Métodos de cadenas. Análisis de cadenas. Guardando y abriendo archivos.
5	9	5	Listas. Mutabilidad de las listas. Recorriendo listas. Operaciones con listas. Ordenando listas. Concatenación de listas. Rebanado de listas. Métodos de listas. Sustituyendo elementos. Añadiendo elementos. Borrado de elementos. Tuplas.
	10	5	Listas y funciones. Listas y cadenas. Objetos y valores. Listas como argumentos. Comparación de tuplas. Asignación de tuplas.
6	11	6	Diccionarios. Accediendo a los datos de un diccionario. Operaciones con diccionarios. Cambiando valores de keys. Añadir o cambiar datos. Diccionario como conjunto de contadores. Bucles y diccionarios. Copiando diccionarios. Borrando elementos del diccionario. Diccionarios y tuplas. Asignación múltiple con diccionarios.
	12	6	Métodos de diccionarios. Operaciones con diccionarios. Bucles y diccionarios.
7	13	7	Introducción teórica a clases y objetos. Atributos. Métodos. Herencia.
	14	7	Polimorfismo, herencia múltiple. Subclases. Git.
8	15	8	Aplicación de conceptos: Clases y objetos. Atributos. Métodos. Herencia. Clases heredadas y polimorfismo, herencia múltiple. Subclases
	16	8	Desarrollo de un proyecto en Python

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte

30 - 60 alumnos por cohorte.

Destinatarios:

Público en general sin ningún conocimiento previo de programación.

Requisitos:

Contar con PC para posterior instalación de:

- Editor de texto (VS Code, Sublime Text, Notepad++, Emacs, etc.)
- Navegador web (Firefox, Chrome, etc.)

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

- Dra. Pisarello, María Inés
- Ing. Suaid, Sebastián Yair
- Téc. Agoston Schrotlin, Marcelo Alejandro
- Téc. Olivera Medina Andrea Anahí



11) Denominación y tipo de propuesta: Marketing Digital. Herramientas para explotar tu marca

Fundamentación

En un mundo atravesado por internet, en el que el consumo de las plataformas, redes sociales y el ecommerce acrecienta y cambia día a día, el Marketing Digital se vuelve clave para el desarrollo, posicionamiento y potenciamiento de emprendimientos, empresas e instituciones. Este curso propone brindar herramientas a emprendedores, profesionales, instituciones y otros actores para que, sin conocimientos previos en la materia, puedan insertarse en el mercado digital posicionando su marca de manera estratégica para lograr sus propios objetivos.

Objetivos Generales:

- Que los estudiantes adquieran las herramientas y habilidades necesarias para elaborar su propio plan de Marketing Digital para potenciar sus emprendimientos, productos, servicios o instituciones.

Objetivos Específicos:

- Introducir al alumno en el Marketing Digital con conceptos y fundamentos claves.
- Brindar las herramientas teóricas, prácticas y técnicas para su aplicación práctica efectiva.
- Que el alumno conozca las principales funcionalidades y herramientas de las redes sociales.
- Desarrollar un trabajo práctico en el que el estudiante inicie su propio plan de Marketing.

Contenidos:

Módulo I: Introducción al Marketing Digital

→ Introducción al Marketing Digital. Historia. Fundamentos. Conceptos básicos.

→ Marketing online. vs. Marketing offline.

→ Características y herramientas del Marketing Digital.

Módulo II: Estrategias de planificación

→ Plan de marketing. Elementos. Públicos. Objetivos. Competencia.

→ FODA.

→ Brief de contenidos. Calendarización.

Módulo III: Potenciar la marca

→ Marca. Concepto e Identidad. Imagen.

→ Competencia.

→ Público objetivo. Relación con los consumidores.

Módulo IV: Manejo de redes sociales

→ Características y herramientas de las principales RRSS.

→ Publicidad en RRSS.

→ Métricas. Rendimientos.

Bibliografía y fuentes:

- Capriotti, Paul. 2009. *Branding Corporativo*. Ed. Libros de la Empresa. Santiago, Chile.
- Capriotti, Paul. 1999. *Planificación Estratégica de la imagen corporativa*. Grupo Planeta.
- Merodio, Juan. 2017. *Marketing de contenidos*. E-Book.
- Merodio, Juan. *3 años de Marketing Digital aplicado a empresas*. E-Book.
- Núñez, Vilma. 2013, actualizado 2021. *Cómo crear un plan de Marketing desde cero*. E-Book
- Núñez, Vilma. *Metas que impulsarán tu estrategia de Marketing Digital*. [Blog](#).
- Núñez, Vilma. *Estrategia, acciones y métricas por objetivos de Social Media Marketing*.
- Rosgaby Medina, K. 2020. *Guía paso a paso para definir la personalidad de una marca*. <http://branch.com.com>
- MD Marketing digital. *Marketing Digital ¿Qué es y cómo funciona?* [Blog](#).

Criterios de evaluación:

Asistencia al 75% de las clases.

Participación durante las clases en vivo.

Presentación de los trabajos de cada módulo en tiempo y forma.



Presentación del trabajo final.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades: 18 horas reloj.

8 clases semanales de 2:15 horas.

Duración total: 2 meses.

Se requerirá, además, de presentación de trabajos prácticos al finalizar cada módulo, consistente en la aplicación de lo aprendido en clases.

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación académica: Licenciada María Celina Fabbro

Docentes:

- Lic. Natalia Quintana Vázquez. Licenciada en Comunicación Social.
- Lic. En Administración Guido Gregorio



12) Denominación y tipo de propuesta: Planificación y Gestión Logística

Fundamentación y Objetivos (resumen):

El presente curso está estructurado y organizado a medida de las necesidades que tienen las diferentes organizaciones (con o sin fines de lucro) en temas relacionados a la logística, producción y operación de su negocio.

Hoy en día el contexto que rodea a las organizaciones es cambiante, turbulento e incierto, generando una situación ideal para la toma de decisiones incorrectas.

Mediante este curso se garantiza la disminución del margen de error en la toma de decisiones, optimización de la estructura de costos operativa, prestación de un servicio de calidad centrado en el cliente como foco principal, trabajo en equipo e integración del personal y generación de resultados de alto impacto en el corto plazo.

La logística paso a ser protagonista en la gestión empresarial debido a la necesidad de fidelización de los clientes, y en función a los altos costos que ella represente.

Capacitar y formar al personal de las organizaciones es una inversión con potencial a futuro permitiendo que las organizaciones se adapten de manera más rápida a los cambios del contexto, generando los resultados planificados.

Desde la perspectiva de la Universidad y el Extensionismo Universitario, esto nos permite llegar a nichos de la sociedad en su conjunto que lo conforman actores que por su actividad y gestión diaria no tienen contacto con la comunidad universitaria, permite potenciar diferentes sectores productivos que puedan generar potenciales desarrollos de negocios y a su vez esto impacta en la generación de empleo para las personas que conforman la sociedad.

La finalidad subyacente de la Universidad como agente social y sobre todo a través de la Secretaría de Extensión Universitaria, es la de garantizar la presencia de la educación superior en los lugares donde la Universidad no llega de manera directa, en fin, permitir que la ciencia y la generación de conocimiento crítico y perspectivas objetivas esté presente en cada uno de los rincones sociales de la comunidad.

El objetivo del curso de Logística y Distribución es brindar conocimientos que permitan al participante iniciar y profundizar su proceso de profesionalización dentro de la función logística, apuntando a la aplicación práctica e inmediata de dichos conceptos sobre las cuestiones diarias de una operación tipo, fortaleciendo su capacidad de análisis para abordar un correcto proceso de toma de decisiones.

El participante aprenderá de la experiencia exitosa de quienes trabajan en la gestión diaria, a configurar y controlar de manera práctica una operación logística.

Esto generará resultados que permitan optimizar la estructura de costos de la empresa, brindar un servicio de mayor calidad y APORTAR VALOR AGREGADO A LA COMPAÑÍA.

Contenidos:

Módulo 1: Introducción a la función Logística en las organizaciones. Supply Chain (Cadena de Suministros). Misión del Responsable de Logística. Decisiones.

Módulo 2: Objetivos del transporte, tipos de transporte. La importancia del Transporte: Su impacto en los costos y en el nivel Servicio al Cliente. Gestión del Canal de Distribución (mercado, cliente y distribución). Nivel de Servicio. Gestión de Flotas. La flota de Transporte. Pesos y dimensiones autorizados por vehículos. Documentación del vehículo y del chofer. Dimensión de la flota. El transporte de Larga Distancia.

Módulo 3: Modelos de gestión: ¿Almacén, Cross Docking o Centro de Distribución? Las funciones del almacén. ¿Qué es un SGA o WMS (Sistema de Gestión de Almacenes)? La ubicación de un almacén y su importancia. ¿Qué es una unidad de carga? El código de barras y otros sistemas de identificación automática. Radiofrecuencia en el almacén. El layout del almacén: concepto y metodología de análisis. El flujo de materiales en el almacén. ¿Cómo se gestiona la mercadería y su ubicación?

Módulo 4: Principales diferencias entre la logística tradicional y la logística para ecommerce. Cambios en el comportamiento de los consumidores. La satisfacción del cliente como foco de la actividad. Control de stock: la gestión de la información integrada.

Módulo 5: Distribución Urbana de Mercancías (DUM): Última Milla. Ecommerce. El proceso de Planificación de rutas. Principios generales en el diseño de rutas. Programación de rutas según el tipo de flota. Movilidad de la distribución urbana. Diferencias logísticas entre el modelo B2B y B2C.



Módulo 6: Las complicaciones de la última milla. El desafío de la gestión de devoluciones o la logística inversa. Las nuevas formas de llegar al cliente. La última milla, el punto crítico de la logística en e-commerce. La nueva normalidad de la logística.

Bibliografía y fuentes:

Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros. Richard B. Chase, F. Robert Jacobs, Nicholas J. Aquilano.

Elaboración de material propio a cargo de los docentes del curso.

Modalidad de dictado: virtual sincrónica

INCLUYE: Material para las capacitaciones, seguimiento de generación de resultados post capacitación y visitas a empresas y organizaciones del medio.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

Carga Horaria Total: 24 horas (Incluye horas de clases, lectura de material, preparación de plataforma virtual, realización de actividades y jornadas de exposición final).

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte:

Cantidad mínima de alumnos: 40

Cantidad máxima de alumnos: 70

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación Académica: Mg. Mario De Bortoli

Docentes:

Mg. Mario De Bortoli

Lic. Alejandra Sánchez



13) Denominación y tipo de propuesta: Curso “Presencia Digital: mis primeros pasos”

Fundamentación y Objetivos:

A través de este curso el estudiante podrá generar una identidad de marca desde cero o profesionalizar una existente. Podrá ser útil tanto para bienes y servicios personales como no personales. Desarrollará habilidades relacionadas con el posicionamiento en el mercado a través de diversos canales / medios digitales, aprenderá a planificar una estrategia de comunicación acorde al negocio y los desafíos y oportunidades que ello implica.

Objetivo general:

- Expandir la presencia digital de mi negocio y generar impacto en las redes y otros canales

Objetivos específicos:

- Generar una identidad de marca
- Planificar una estrategia de comunicación coherente acorde a mi negocio
- Identificar los canales adecuados y aprender a gestionarlos
- Adquirir mayor campo en el mercado a través de una visibilidad o reconocimiento de marca.

Contenidos:

Módulo 1:

- *Branding: Desarrollo de marca*
- *La importancia de las redes sociales y su planificación*

Módulo 2:

- *Diseño Gráfico con Canva 1*
- *Diseño Gráfico con Canva 2*

Módulo 3:

- *Presentaciones dinámicas con Prezi*
- *Edición y animación de videos, creación de Reels / Tik toks*

Criterios de evaluación:

1. Asistencia al 75% de las clases
2. Participación durante las clases en vivo y en los foros del aula virtual
3. Presentación de los trabajos de cada módulo en tiempo y forma
4. Presentación del trabajo final

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

- 15 (quince) horas reloj total de cursado
- 2 (dos) clases semanales por Módulo dictado (suponiendo 3 módulos), de 2 (dos) horas de duración cada clase.
- 3 (dos) horas reloj adicionales distribuidas en las tres clases con la finalidad de participar en los foros, realización de actividades y presentación del trabajo final.
- Total 4 (cuatro) semanas

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte: 50 – 100

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación Académica: Lic. Guadalupe del Arca

Plantel docente propuesto:

- Guadalupe del Arca
- Dana Paula Núñez



14) Denominación y tipo de propuesta: Curso de Productos Digitales

Fundamentación:

Este curso brindará al estudiante un acabado conocimiento sobre el proceso de creación de productos digitales con el propósito de que pueda pasar de la idea a la acción afinando las necesidades de los futuros usuarios de su producto. Además, pretende lograr que puedan organizar todo el proceso del ciclo de vida del proyecto.

Objetivos:

- Gestión de productos digitales.

Objetivos específicos:

- Obtener una visión general sobre la estrategia, desarrollo, lanzamiento y organización de productos.
- Dominar las fases clave en el desarrollo ágil de productos.
- Conocer metodologías y herramientas para la definición y diseño de productos.
- Conocer los criterios generales de UX.
- Aprender a organizar las etapas de trabajo de un producto.
- Conocer herramientas de organización de tareas del proyecto.

Contenidos:

Módulo 1: ¿CÓMO CREAR UN PRODUCTO DIGITAL? PRODUCT MANAGER.

- Definir/resolver un problema
- Usuarios: la persona como centro.
- Estudio de mercado
- Producto digital (características, funcionalidades, diseño).
- Principios de UX

Módulo 2: ¿CÓMO ME ORGANIZO PARA QUE MI PRODUCTO SEA REAL? METODOLOGÍAS DE TRABAJO. DE LA IDEA A LA REALIDAD.

- Gestión de proyectos
- Tecnologías organizacionales de proyecto.

Modalidad de dictado: Virtual sincrónica.

Criterios de evaluación:

Asistencia al 75% de las clases.
Participación durante las clases en vivo y en los foros del aula virtual.
Presentación de los trabajos de cada módulo en tiempo y forma.
Presentación del trabajo final.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

16 horas reloj de cursado.
Una clase semanal de dos horas / Dos clases de dos horas por semana.
8 semanas de extensión / 4 Semanas.

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte: hasta 30 personas

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Coordinación Académica: Lic. Guadalupe del Arca

Plantel docente propuesto:

- Guadalupe del Arca
- Dana Paula Núñez



15) Denominación y tipo de propuesta: Teletrabajo: Adaptación al nuevo mundo laboral

Fundamentación y Objetivos (resumen):

El avance tecnológico, la globalización y el acceso a los datos han impactado en el mundo entero, y se acrecentó después de la pandemia. Esto aceleró un proceso que el mundo ya vivía, y hoy desde cualquier punto del planeta, se puede estar conectado y en interacción. En ese marco, las estructuras laborales tradicionales también sufrieron modificaciones y es cada vez más común el trabajo remoto, o como se lo conoce comúnmente “home office”.

Esto nos permite no solo trabajar desde nuestros hogares en los puestos que ya ocupamos, sino proyectarnos desde nuestra casa al mundo entero, accediendo a nuevas oportunidades laborales. Sin embargo, trabajar desde casa trae consigo sus complicaciones, ya que no es una habilidad intuitiva, y mucho menos estamos preparados para realizarlo de una manera correcta y eficiente. La misma requiere una gestión y organización del espacio, del tiempo y los objetivos.

Objetivo:

Brindar al participante herramientas efectivas del trabajo remoto. Cómo optimizar el tiempo y los espacios, gestionar y manejar herramientas digitales, y la planificación de metas y objetivos.

Contenidos:

Módulo 1: Presentación

1. Conceptualizaciones de home office
2. El cambio obligatorio en nuestro mind-set laboral
3. Presentación del curso

Módulo 2: Espacio y herramientas

1. Cómo transformar mi casa en mi oficina
2. Buenas prácticas: prevención de salud y seguridad
3. Marco legal del teletrabajo en Argentina
4. Internet y hardware necesario

Módulo 3: Productividad

1. Hábitos: Creación de horarios y rutinas de trabajo
2. Herramientas digitales de gestión de tareas y proyectos
3. Gestión de equipos remotos y productividad

Modalidad de dictado: Sincrónica/asincrónica - Virtual

Criterios de evaluación:

80% de asistencia a las clases

Entrega de trabajos prácticos y trabajo final

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

- 12 hs reloj
- 1 clase semanal de 2 hs
- 6 semanas de duración

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte: 50/100

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

Lic. Ezequiel Azzi

Lic. Guillermo de Bortoli



16) Denominación y tipo de propuesta: *Foto producto y edición de videos para redes sociales.*

Fundamentación:

Las fotografías y videos han sido elementos claves de la comunicación mediada y hoy son fundamentales para un exitoso despliegue en redes sociales y en las distintas plataformas que ofrece Internet. Por ello, su comprensión, composición y producción son esenciales para desarrollar una exitosa estrategia de marketing digital. Este curso ofrece la posibilidad de alcanzar un nivel de producción competente, a partir de la utilización de los teléfonos móviles.

Objetivos:

Aprender técnicas, composición y principios básicos de la fotografía.

Lograr fotografías de estilo profesional utilizando el teléfono móvil.

Optimizar el uso de las cámaras profesionales y de los teléfonos celulares a partir del entendimiento de las opciones de configuración.

Conocer y aplicar correctamente los programas y aplicaciones de edición.

Lograr producciones y ediciones de videos exitosas para las redes sociales y aumentar el conocimiento de su marca.

Contenidos:

Módulo I: Introducción a la fotografía

→ Fotografía. Fundamentación. Conceptos básicos.

→ Historia.

→ Principios de composición: ley de tercios, líneas, contrastes, ritmos.

→ Planos. Principales componentes de la fotografía.

→ Tipos de fotografías.

Módulo II: Foto Producto.

→ Foto Producto

→ Proceso creativo: Idea, elementos.

→ Composición. Producción.

→ Foto para marca personal.

Módulo III

→ Fotografía profesional.

→ Introducción al manejo de cámara. Conceptos básicos. Ajustes.

Módulo IV

→ Fotografía con teléfono móvil. Herramientas y técnicas: estabilidad, ajuste, encuadre, enfoque, composición e iluminación.

→ Edición con el teléfono.

→ Herramientas de edición. Colores, exposición, claridad, saturación, balance de blancos y

Módulo V

→ Videos. Tipos de videos. Usos recomendados en RRSS.

→ Tomas, planos, cortes. Formatos. Movimientos

→ Iluminación. Exposición. Filtros.

Módulo VI

→ Presentación de herramientas y aplicaciones de edición en móviles y en PC.

→ Nociones de manejo de herramientas.

→ Uso de efectos y transiciones.

Módulo VII

→ Recomendaciones para la realización de videos para redes sociales.

→ Guión.

→ Audio.

→ Herramientas de optimización. Los primeros segundos. Subtítulos. Formatos.

Bibliografía y fuentes:

Alvino, Clarín. 2022. 6 tips para aumentar las impresiones de tus videos en Facebook. Recuperado de www.branch.com.co

Berger John. 2013. Para entender la fotografía. Editorial GG.



Freeman, Michael. 2013. La Narración Fotográfica. Ensayo y reportaje visual. Ed. Blume.
Freeman, Michael. 2016. Escuela de fotografía. Fundamentos. Ed. Blume.
Gunthert, André; Poivert, Michel. 2009. El arte de la fotografía: de los orígenes a la actualidad. Editores: Lunwerk.
Langford, Michael John. 2004. La fotografía paso a paso. Ed. Blume.
Little White Lies. 2018. Guía para hacer tu propia película en 39 pasos. Editorial GG.
New York Times. (2018, 02). La edad de oro del Daguerrotipo. Lens Blog NYTimes. Obtenido 09, 2021, de <https://lens.blogs.nytimes.com>.
Núñez, Vilma. Vídeos para redes sociales: ¿qué debo tener en cuenta? <https://vilmanunez.com>
Núñez, Vilma. Guía sobre fotografía para marca personal. <https://vilmanunez.com>
Planing., Comunicación estratégica. 7 tips para hacer videos creativos en redes sociales. <https://www.planning.com.ar>
Blogs de referencia:
<https://www.mdeuliis.com/>
<https://www.independenciadigital.com/blog/>
<https://www.cazurro.com/>
Modalidad de dictado: Presencial o virtual sincrónica/ asincrónica.

Criterios de evaluación:

- Asistencia al 75% de las clases.
- Participación durante las clases en vivo.
- Presentación de los trabajos de cada módulo en tiempo y forma.
- Presentación del trabajo final.

Carga Horaria Total y cronograma tentativo de actividades:

30 horas reloj
2 clases semanales
7 semanas de duración

Cantidad mínima y máxima de participantes por comisión o cohorte: Hasta 25 personas.

Coordinación académica y plantel docente propuesto:

- Coordinación académica: Lic. María Celina Fabbro.
- Plantel docente:
- María Virginia Costa, licenciada en Comunicación Social y fotógrafa
- Cristian Noguera, técnico superior en Comunicación Multimedial. Realizador, productor y editor de contenidos audiovisuales.

Modalidad de dictado: virtual sincrónica/ asincrónica.

A continuación, para las propuestas con modalidad 100% virtual o mixta presentamos un esquema de clase:



Denominación de la propuesta: Curso: Marketing Digital. Herramientas para explotar tu marca

Modalidad de cursado: Virtual Sincrónica

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales/ sincrónicas)	Recursos	Evaluación
Clase 1	> Definición de marca/identidad. Fundamentos, Importancia. > Iso – logotipo. >Redes Sociales: tipo y utilidad. >Usos y estrategias. Público: Mensajes/ lenguaje.	- Definir el contexto, oportunidades y desafíos del Marketing Digital. - Identificar las características de las redes sociales y sus aplicaciones en cada caso.	Actividades sincrónicas: - Presentación equipo docente - Dinámica de presentación de los alumnos - Presentación del curso - Desarrollo teórico: - Historia y fundamentos - mkt online vs mkt offline - Características y herramientas del mkt digital - Preguntas a responder a través de formulario	Teórico: Prezi/power point. Práctico: Google forms.	Participar en la actividad de preguntas



Universidad Nacional del Nordeste

Rectorado

1983/2023

40 años de democracia

Denominación de la propuesta: Curso “Herramientas de empleabilidad: Encontrá el trabajo de tus sueños”

Modalidad de cursado de la clase: virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 1 Semana 1	Presentación del curso y del equipo docente. Módulo 1 - Presentación de la materia - Presentación del equipo docente - Glosario de términos y herramientas a utilizar	<ul style="list-style-type: none">- Realizar un repaso y presentación de todos los temas que se abordarán en todo el cursado- Establecer y explicar las relaciones entre los módulos del curso- Presentar el recorrido profesional del plantel docente- Presentar los términos y las herramientas que se utilizarán en cada módulo con el fin de ir apropiándose del manejo de los mismos	<ul style="list-style-type: none">- Actividades Sincrónicas: Encuesta sobre herramientas de empleabilidad que conocen y expectativas del cursado- Asincrónicas: Navegar en las plataformas que se sugieren en la clase y registrar los puntos que destaquen de la misma	<ul style="list-style-type: none">- Presentación PPT- Mentimeter (encuesta herramientas de empleabilidad)- Form de Google (Expectativas)- Mentimeter (Conceptos adquiridos)	<ul style="list-style-type: none">- Participación en la encuesta- Participación en el Form de Google- Participación en conceptos adquiridos



Denominación de la propuesta: Curso “Productos digitales”

Modalidad de cursado de la clase: virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 1 Semana 1	Presentación del curso y del equipo docente. Módulo 1 ¿Qué es el teletrabajo? Ventajas y desventajas de una nueva modalidad de trabajo	<ul style="list-style-type: none">- Realizar un repaso y presentación de todos los temas que se abordarán en todo el cursado- Establecer y explicar las relaciones entre los módulos del curso- Presentar el recorrido profesional del plantel docente- Presentar los términos y las herramientas que se utilizarán en cada módulo con el fin de ir apropiándose del manejo de los mismos	<ul style="list-style-type: none">- Actividades Sincrónicas:<ul style="list-style-type: none">- Encuesta sobre que tipo de plataformas de teletrabajo conocen y Cuadro de ventajas/desventajas- Dinámica presentación de alumnos- Asincrónicas: Navegar en las plataformas que se sugieren en la clase y registrar los puntos que destaquen de la misma	<ul style="list-style-type: none">- Presentación PPT- Mentimeter (encuesta conocimientos previos)- Form de Google (Expectativas)- Mentimeter (Conceptos adquiridos)	<ul style="list-style-type: none">- Participación en la encuesta- Participación en el Form de Google- Participación en conceptos adquiridos



Universidad Nacional del Nordeste

Rectorado

1983/2023

40 años de democracia

Denominación de la propuesta: Curso “Habilidades esenciales para emprendedores”

Modalidad de cursado de la clase: virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 1 Semana 1	Presentación del curso y del equipo docente. Módulo 1 Introducción al emprendedurismo. Herramientas de planificación estratégica	<ul style="list-style-type: none">- Comprender y armar un FODA- Definir qué se quiere hacer y a dónde se quiere llegar con la Misión y Visión- Comprender los elementos básicos del Plan de Negocios	<p>Actividades sincrónicas</p> <ul style="list-style-type: none">- Conociendo a los pares: Dinámica breve rompehielo- Contenido teórico: Explicado a través de ejemplos de casos locales- Poniendo en práctica lo aprendido: Aplicación del contenido de esta clase en función de un emprendimiento real - TP a entregar con plazo de 2 (dos) semanas.	<ul style="list-style-type: none">- Presentación de PowerPoint- Pizarra y marcador para mapas mentales	<ul style="list-style-type: none">- Encuesta para nivelar conocimientos



Denominación de la propuesta: Curso Intensivo de DATA ANALYTICS

Modalidad de cursado de la clase: virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 18 Semana 8	Clase de cierre módulo SQL: Join y Union. Cierre de tema SQL.	Diseñar consultas en lenguaje SQL implementando Join y Union. Reconocer las diferencias entre ambas consultas. Desarrollar consultas compuestas. Realizar un cierre de lenguaje SQL.	Actividades asincrónicas: <ul style="list-style-type: none"> • Introducción y presentación de objetivos. • Desarrollo teórico de temática con ejemplos. • Actividad práctica de aplicación. • Repaso de temas. Actividades sincrónicas: desarrollo de ejercicios de ejemplo y espacio de consultas.	Material teórico digital. Actividades prácticas de aplicación. Solución propuesta. Software de aplicación (Microsoft SQL Server Management Studio).	Cuestionario con 10 preguntas múltiples choice. Proyecto práctico entregable.

Inicio de la clase:

- Recordatorio general (antes de iniciar la clase, abrir la aplicación SQL Server Management Studio y dejarla cargando).
- Presentación de objetivos.

Desarrollo teórico:

- 1) Join y Union: introducción.
- 2) Join: concepto.
- 3) Tipos de join y sintaxis. Ejemplos.
 - Left Join
 - Inner Join
 - Outer Join
 - Right Join
- 4) Union: concepto y sintaxis. Ejemplos.
- 5) Diferencias entre join y unión.

Desarrollo práctico: se dará durante el desarrollo de cada parte de la temática.

Cierre de temática.



Denominación de la propuesta: Introducción a la Programación con Python

Modalidad de cursado de la clase: virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clases 1 y 2 Semana 1	Presentación de la materia y del equipo docente. Eje 1. Por qué aprender Python. Introducción a la algoritmia. Que es un programa. Operadores matemáticos, lógicos, etc. Orden de las operaciones. Python como una calculadora. Instalación de herramientas para el desarrollo del curso. El Zen de Python. Operadores matemáticos, lógicos, etc.	Introducir a los alumnos en el contenido y modalidad del curso. Sentar las bases y primeros conceptos de la programación en el lenguaje Python y en los entornos a utilizar.	1 clase virtual sincrónica de 2 hs. de duración más 1 clase virtual asincrónica de 2 hs. de duración.	Se hará uso del aula virtual/plataforma a utilizar.	Se realizará una guía de trabajos prácticos acerca de los contenidos teóricos correspondientes al tema 1. La misma será enviada por los alumnos y evaluada por el personal docente.



Denominación de la propuesta: Curso “Presencia Digital: mis primeros pasos”

Modalidad de cursado de la clase: virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 1 Semana 1	Presentación del curso y del equipo docente. Módulo 1 Introducción a la importancia de las redes sociales y su planificación	<ul style="list-style-type: none">- Conocer los distintos canales y medios digitales- Entender qué es una estrategia de marketing digital	<ul style="list-style-type: none">- Actividades Sincrónicas- Conociendo a los pares: Intercambio entre los participantes y sus negocios- Contenido teórico: Explicado a través de ejemplos de casos locales- Poniendo en práctica lo aprendido: Aplicación del contenido en función de cada negocio de los participantes	<ul style="list-style-type: none">- Presentación de PowerPoint- Pizarra y marcador para mapas mentales	<ul style="list-style-type: none">- Encuesta para nivelar conocimientos



Curso sobre Gestión Integral de Emprendimientos Gastronómicos

Modalidad de cursado de la clase: Virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 2 Semana 2	Módulo de Administración. Tema: Sistemas Administrativos y Estructura Organizacional.	Comprender los diferentes procesos administrativos. Comprender como se conforman las estructuras organizacionales tradicionales. Comprender las relaciones jerárquicas.	Clase virtual asincrónica. Material bibliográfico en el Aula Virtual. Videos interactivos en el Aula Virtual.	Foros de Debate en el Aula Virtual.	Cuestionario Múltiple Choice en el Aula Virtual



Curso sobre Planificación y Gestión Logística

Modalidad de cursado de la clase: Virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 3 Semana 3	Módulo 3: Modelos de gestión: ¿Almacén, Cross Docking o Centro de Distribución? Las funciones del almacén.	Comprender la función de los depósitos y almacenes. Conocer las diferentes alternativas de gestión de stock. Incorporar capacidades de gestión de operaciones.	Clases Virtuales Asincrónicas grabadas y subidas en Aula Virtual.	Material Bibliográfico. Videos Interactivos. Guías de Lectura.	Actividad para Entregar: Tarea de Preguntas a Desarrollar.



Denominación de la propuesta: Curso “Productos digitales”

Modalidad de cursado de la clase: virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 1 Semana 1	Presentación del curso y del equipo docente. Módulo 1 ¿Cómo crear un producto digital? Product Manager.	<ul style="list-style-type: none">- Definir el problema a resolver del producto- Entender al usuario: la persona como centro- Realizar un estudio de mercado	<p>Actividades Sincrónicas</p> <ul style="list-style-type: none">- Conociendo a los pares: Dinámica breve rompehielo- Contenido teórico: Explicado a través de ejemplos- Poniendo en práctica lo aprendido: Aplicación del contenido de esta clase	<ul style="list-style-type: none">- Presentación de PowerPoint- Pizarra y marcador para mapas mentales	<ul style="list-style-type: none">- Encuesta para nivelar conocimientos



Curso sobre Como Aprender Fundamentos de Programación Sin Morir en el Intento

Modalidad de cursado de la clase: Virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 1 Semana 1	Introducción ¿Qué es el lenguaje de Programación? Variables de Ingreso de Datos.	Entender el funcionamiento del Sistema. Comprender funcionamientos de algoritmos.	Clases Asincrónicas Virtuales grabadas y subidas al Aula Virtual.	Material Bibliográfico. Foro de Debate. Guía de Lectura.	Cuestionario Múltiple Choice.



Universidad Nacional del Nordeste

Rectorado

1983/2023

40 años de democracia

Denominación de la propuesta: Gestión de redes sociales + Diseño y contenido de marca

Modalidad de cursado de la clase: Virtual Sincrónica

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales/ sincrónicas)	Recursos	Evaluación
Clase 1	<p>> Definición de marca/identidad. Fundamentos, Importancia.</p> <p>> Iso – logotipo.</p> <p>>Redes Sociales: tipo y utilidad.</p> <p>>Usos y estrategias. Público: Mensajes/ lenguaje.</p>	<p>>Que el estudiante logre desarrollar la identidad gráfica de su emprendimiento.</p> <p>>Que pueda reconocer los usos dependiendo el tipo de marca.</p> <p>>Que el estudiante defina el público y el alcance de las diferentes redes sociales.</p> <p>>Que logre a través de un correcto mensaje y lenguaje llegar a un público específico.</p>	<p>Presentación de profesionales a cargo y ocupación actual. Introducción y presentación de la modalidad, condiciones, metodología, objetivos y duración del curso.</p> <p>MÓDULO TEÓRICO: Desarrollo teórico de los contenidos con el acompañamiento de recursos visuales.</p> <p>MÓDULO PRÁCTICO Análisis en conjunto de marcas conocidas. Conceptual y gráfica. Reconocimiento de los elementos de su propia marca, identificación de tipo y concepto de la misma. Importancia de definir estrategias. Análisis FODA sobre cómo están actualmente con sus propios emprendimientos/negocios/instituciones en las redes sociales.</p>	<p>Teórico: Prezi/power point.</p> <p>Práctico: Google forms.</p>	<p>Puesta en común de factores comunes. Aciertos y desaciertos.</p>



Curso sobre Gestión Integral del Turismo como Negocio y Empresa

Modalidad de cursado de la clase: Virtual

Clase	Tema	Objetivos	Actividades (virtuales: asincrónicas – sincrónicas/presenciales)	Recursos	Evaluación
Clase 1 Semana 1	Modulo de Turismo. Tema: Actividad Turística. ¿Quiénes forman parte de la actividad turística? Beneficios	Comprender en que consiste la actividad turística. Permitir diferenciar quienes forman parte de los prestadores turísticos. Conocer los beneficios de ser considerado un Prestador Turístico.	Clases virtuales asincrónicas grabadas y subidas en Aula Virtual. Material de lectura en Aula Virtual. Videos interactivos en Aula Virtual.	Guías de Lectura.	Encuestas en Aula Virtual.

Hoja de firmas