

Carrera nueva N° 11.261/12: Especialización en Construcción de Marcas, modalidad a distancia, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado. Dictamen considerado por la CONEAU el día 06 de octubre de 2014 durante su Sesión N° 408.

Ante la solicitud de reconocimiento oficial provisorio del título de la carrera nueva de Especialización en Construcción de Marcas, modalidad a distancia, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado, y considerando lo dispuesto por la Ley 24.521, las Resoluciones del Ministerio de Educación N° 51/10 y N° 160/11, la Ordenanza N° 056 – CONEAU, y las conclusiones del Anexo del presente Dictamen, la CONEAU recomienda que se otorgue el reconocimiento oficial provisorio de su título a la carrera nueva de Especialización en Construcción de Marcas, modalidad a distancia, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado.

ANEXO

I. INSERCIÓN, MARCO INSTITUCIONAL Y ESTRUCTURA DE GESTIÓN

La carrera nueva de Especialización en Construcción de Marcas, de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Departamento de Posgrado, propone una modalidad a distancia. Su dictado será de carácter continuo.

Se presenta la siguiente normativa: Resolución (Res.) Rectoral (Rect.) N° 14/12 por la cual se crea la Carrera y se aprueba su plan de estudios (que se anexa); Res. Rect. N° 29/12 que designa al director de la carrera. En oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, se presenta la Res. Rect. N° 40/13 mediante la que se designa al Co-Director de la Especialización. Además, en esa misma oportunidad, se presenta la Res. Rect. N° 02/14 que aprueba el nuevo reglamento de la carrera (que se anexa); Res. Rect. N° 30/12 por la cual se designa a los integrantes del Comité Académico; Res. Rect. N° 31/12 mediante la cual se designa a los docentes integrantes del cuerpo académico; Res. Rect. N° 14/10 que aprueba el Reglamento modificado de Alumnos de Posgrado (que se anexa); Res. de la Secretaría Académica de Posgrado que aprueba el formulario de trabajo final de especialización y Res. Rect. N° 01/12 por la cual se aprueba la creación de la Unidad académica UCES Virtual que reemplazará al departamento de Educación a distancia y Tecnologías Educativas. Por otro lado, se acompaña el Manual de Procedimientos de la Especialización.

En la respuesta al informe de evaluación, la Institución presenta 2 convenios específicos celebrados con empresas en los que se especifican las actividades a llevarse a cabo por los estudiantes, los modos de supervisión y evaluación de las mismas y las responsabilidades de cada una de las partes firmantes. En el convenio celebrado con una de las empresas, se establece que los alumnos serán incorporados en proyectos de investigación de mercado y actividades de consultoría y que la Universidad designará a un profesor para desempeñar la función del tutor del alumno, el que tendrá a su cargo el seguimiento de las actividades previstas y el cumplimiento de los objetivos, así como la evaluación del desempeño del mismo. Por otro lado, la empresa designará a un tutor institucional como responsable para la supervisión general del cumplimiento de las actividades del alumno. El alumno, orientado por su tutor, deberá elaborar un plan de actividades y presentarlo ante la Institución para su aprobación. Las horas de práctica profesional se harán de manera virtual, a través de la plataforma Adobe Connect Pro de la Universidad y/u otra plataforma que la empresa

podiera llegar a proveer. El alumno deberá cumplir con las normativas internas de la Institución y con las establecidas para su carrera por la Universidad.

En el convenio celebrado con la otra empresa se establece que las actividades prácticas tendrán por objeto posibilitar a los estudiantes adquirir experiencia profesional de campo de la auditoría, desarrollo y construcción de marcas en las instituciones públicas, Organismos internacionales, Organismos no gubernamentales y empresas privadas que trabajen con la Institución. La empresa se compromete a incorporar a los alumnos en proyectos de investigación de mercado y actividades de consultoría entre otras.

El clima académico en el que se desarrollará la Carrera resulta adecuado. Existe una amplia vinculación de la Carrera con otras que se ofrecen en la misma Unidad académica. Por un lado, existe una especialización que lleva la misma denominación que esta carrera que se dicta en forma presencial, sirviendo la misma como antecedente directo en la temática propuesta, y cuatro maestrías relacionadas (Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales, Maestría en Análisis y Marketing Político, Maestría en Investigación de Mercado, Medios y Opinión, y Maestría en Marketing Estratégico). Por otro lado, la mayoría de los proyectos de investigación informados están vinculados con la temática de la carrera.

El marco normativo en el que se apoya esta carrera es adecuado. Los convenios para la realización de las prácticas presentados en oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, especifican correctamente las actividades a llevarse a cabo por los estudiantes, los modos de supervisión y evaluación de las mismas, y las responsabilidades de cada una de las partes firmantes.

La estructura de gobierno está conformada por un Director y un Comité Académico conformado por 4 integrantes, entre los que se incluye al Director. En oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, se incluye a un Co-Director. A continuación, se detalla la información presentada sobre el Director de la carrera nueva y sobre el Co-Director:

Director de la carrera	
Información referida a los títulos obtenidos	Licenciado en Educación egresado de la Universidad Nacional de Quilmes y Especialista en Planificación Estratégica de Medios egresado de la Universidad de Palermo.
Información referida a los cargos que desempeña en la actualidad	Profesor titular de la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales
Informa antecedentes en la docencia universitaria	Sí
Informa antecedentes en la gestión académica	Sí

Informa antecedentes en ámbitos no académicos	Sí
Informa participación en proyectos de investigación	No
Informa antecedentes en la dirección de trabajos finales	Sí
Informa producción en los últimos 5 años	Sí. 2 libros y un trabajo presentado en reuniones científicas
Informa haber integrado jurados de concursos docentes y/o de tesis, ha sido convocado a instancias de evaluación y/o acreditación de carreras, ha conformado comités editoriales y ha participado en la evaluación de becarios, investigadores, proyectos o programas	Sí. Informa haber integrado jurados de concursos docentes y haber participado en la evaluación proyectos y programas
Co-Director de la carrera	
Información referida a los títulos obtenidos	Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magíster en Análisis del Discurso (ambos títulos expedidos por la Universidad de Buenos Aires-UBA-).
Información referida a los cargos que desempeña en la actualidad	Profesor titular en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y profesor adjunto en la UBA.
Informa antecedentes en la docencia universitaria	Sí.
Informa antecedentes en la gestión académica	Sí.
Informa antecedentes en ámbitos no académicos	Sí.
Informa adscripción a organismos de promoción científico-tecnológica.	Sí. A la categoría 3 del Programa Nacional de Incentivos.
Informa participación en proyectos de investigación	Sí.
Informa antecedentes en la dirección de trabajos finales	Sí.
Informa producción en los últimos 5 años	Sí.
Informa haber integrado jurados de concursos docentes y/o de tesis, ha sido convocado a instancias de evaluación y/o acreditación de carreras, ha conformado comités editoriales y ha participado en la evaluación de becarios, investigadores, proyectos o programas	Sí. Informa haber integrado jurado de tesis y jurado de concurso y haber participado en evaluación para comité editorial

La estructura de gobierno es adecuada.

Del análisis sobre las trayectorias de sus integrantes se advierte que el Director es especialista y acredita suficiente experiencia laboral en comunicaciones publicitarias, lo cual se considera pertinente y necesario para una carrera profesional de este tipo. Asimismo, cuenta con experiencia de docencia y gestión académica, así como también en dirección de trabajos finales e informa

suficientes productos académicos. En oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, la Institución ha incorporado un Co-Director, y del análisis de la información presentada en su ficha docente se desprende que posee antecedentes suficientes para desempeñarse en el cargo. Con respecto al Comité Académico, se considera que todos sus miembros presentan antecedentes suficientes para el desempeño de las funciones establecidas en la normativa.

Por lo expuesto, la carrera nueva se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial de estándares con respecto a: la inserción institucional, marco normativo, su estructura de gestión y los antecedentes de sus integrantes.

I- PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios es estructurado. Se consigna la siguiente información respecto del mismo:

Plan de estudios		
Resolución de aprobación del Plan de Estudios: Resolución Rectoral N° 14/12		
Duración en meses reales de dictado (no incluye el plazo para presentar el trabajo final, una vez finalizado el cursado): 16.		
Plazo para presentar el trabajo final, una vez finalizado el cursado: 12 meses		
Carga horaria total de la carrera nueva : 564 horas	Horas Teóricas: 192 horas	Horas de Prácticas: 192 horas áulicas y 80 horas de trabajo de campo o pasantía
Actividades obligatorias de otra índole: 100 hs. destinadas al Taller de trabajo final integrador		
Organización del plan de estudios: La carrera es estructurada y está organizada en 3 ejes formativos: 1º- Eje de Fundamentos: comprende las actividades de formación que proporcionan los fundamentos teóricos y metodológicos para establecer bases diagnósticas para los proyectos de desarrollo o reposicionamiento de marcas. 2º - Eje Técnico: comprende las actividades curriculares destinadas a formar en el uso de las técnicas de marketing, diseño y comunicación, destinadas a proporcionar los instrumentos que el egresado utilizará en los procesos de construcción de marca. 3º - Eje Estratégico: comprende las actividades curriculares destinadas a la aplicación de las competencias desarrolladas en los otros 2 ejes, a través de estrategias de resolución de casos en el campo de la construcción de las marcas. Las asignaturas del plan, que pertenecen a los distintos ejes se distribuyen a lo largo de 4 cuatrimestres, más el período para el proyecto de trabajo final. Se informa que el alumno que ingresa al Campus Virtual UCES cuenta con un Manual del Usuario que presenta las distintas secciones y herramientas, sus usos y funciones. Cada alumno tiene además el apoyo del área técnica quien a través de foros, mail y telefónicamente acompaña a los estudiantes en el uso de las tecnologías. Por otra parte se han elaborado tutoriales para facilitar el uso de las diversas herramientas que propone la Modalidad. A modo de orientar mejor al alumno y definir el tipo de trabajo que se realizará en conjunto con el área técnica, se solicitará a los alumnos que respondan un cuestionario a fin de conocer la experiencia previa de los estudiantes con los entornos virtuales de aprendizaje, el uso que le dan frecuentemente a la computadora, el tipo de conexión a Internet		

que poseen, lugar de residencia, los ámbitos desde los que se conectan y el tipo de herramientas de comunicación que utilizan habitualmente.		
Cantidad de Ciclos, Tramos o Módulos: 3 (Eje de Fundamentos, Eje Técnico, Eje Estratégico)	Materias comunes: 16	Materias electivas: 0
Oferta propia de cursos del tramo electivo informada por la institución: No corresponde		

La denominación de la Carrera resulta adecuada y se encuentra alineada a los objetivos y perfil del egresado pretendido. La estructura curricular es adecuada y se considera pertinente la forma en la que están dispuestos cada uno de los Ejes (Eje Fundamentos, Eje Técnico y Eje Estratégico). Las asignaturas propuestas cubren apropiadamente los contenidos relevantes a la Especialización y la bibliografía presentada en oportunidad de la respuesta al informe de evaluación es pertinente y actualizada.

La práctica profesional del alumno es un requisito para cerrar su ciclo de capacitación. Esta actividad tiene por objetivo que el alumno despliegue una práctica reflexiva con apoyatura en el trayecto de formación provisto por la carrera. De ese modo, se evaluará el desempeño profesional del alumno en el área de especialización. Las actividades involucradas en dicha práctica implican el cumplimiento de horas de práctica profesional en sectores de organizaciones relacionados a la formación de origen del alumno, y de su actividad profesional, y en las áreas que se detallan a continuación: Estudios de Diseño gráfico; Medios de comunicación; Agencias de Publicidad; Áreas de activación de marcas en empresas de consumo masivo; Gerencia de marcas (brand manager) o de marketing; Consultoras en imagen y comunicación; Departamento de comunicaciones institucionales de empresas, ONG's o instituciones públicas o privadas, entre otras. Para la realización de dichas prácticas los alumnos contarán con un tutor. El tutor deberá ser un docente de esta carrera con competencias en el campo de las actividades elegidas por el estudiante. También podrá proponerse para cubrir la función un profesional que no integre el cuerpo académico de la Carrera, pero que posea antecedentes en educación y experiencia en la formación de recursos humanos en el área. La designación del tutor estará a cargo del Director. La Institución receptora donde el profesional realizará la práctica profesional podrá designar un segundo tutor interno que organice la actividad y colabore con la tarea de seguimiento que deberá realizar el tutor docente designado. Para aprobar la práctica profesional, el alumno deberá elaborar un informe final, el cual será evaluado por el tutor, y luego elevado a la dirección de la carrera. Una vez terminada la pasantía el alumno tendrá un plazo máximo de 3 meses para la entrega del informe, con la

posibilidad de solicitar una prórroga. El informe se constituye como un insumo necesario para la elaboración del trabajo final de carácter integrador

Se presentan 2 convenios para la realización de las prácticas, celebrados con empresas en los que se especifican las actividades a llevarse a cabo por los estudiantes, los modos de supervisión y evaluación de las mismas y las responsabilidades de cada una de las partes firmantes.

Para el ingreso al posgrado se requiere que el aspirante posea título de grado universitario o de nivel superior no universitario de 4 años de duración como mínimo. En casos excepcionales de postulantes que se encuentran fuera de esos términos, podrán ser admitidos siempre que demuestren poseer antecedentes vinculados al área profesional de la carrera, acreditar experiencia laboral relevante en áreas afines al perfil profesional de las comunicaciones de marcas, formación en el nivel técnico (terciario no universitario) en trayectos menores a 4 años en áreas afines como publicidad, comunicación, relaciones públicas, entre otras y se solicitará un trabajo monográfico sobre un tema consensuado con la dirección de la carrera durante la entrevista de admisión. El trabajo deberá ser sobre las comunicaciones de marca, a los fines de evaluar si posee las competencias académicas adecuadas para cursar una carrera universitaria de posgrado. Además se informa que los aspirantes graduados en Administración, Marketing, Comunicación y otras titulaciones afines deberán poseer como mínimo 2 años de experiencia laboral en ámbitos profesionales afines. Se priorizarán los candidatos que se desempeñen en áreas de comunicaciones de marketing, publicidad, consultoras de investigación u otras funciones vinculadas al perfil de la Carrera. Los aspirantes que no posean titulaciones afines a Administración, Marketing y Comunicación deberán aprobar un curso introductorio de nivelación sobre comunicación de marketing de, al menos, 20 hs. de duración. Asimismo, en oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, se ha incluido en el formulario electrónico, el requisito de lecto-comprensión de idioma inglés para el ingreso a la carrera.

Los requisitos y mecanismos de admisión son adecuados.

Por lo expuesto, la carrera nueva se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial de estándares con respecto a: carga horaria, contenidos, bibliografía de los programas, actividades prácticas, requisitos de admisión, tipo de carrera y su denominación.

II- CUERPO ACADÉMICO

En oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, se ha incorporado a un docente. De las fichas presentadas en esa oportunidad, se desprende que el cuerpo académico se compone de 16 docentes, de quienes se presentan las correspondientes notas de conformidad:

Docentes	Título de Doctor	Título de Magister	Título de Especialista	Título de Grado
Estables: 16	2	8	4	2
Invitados: 0	0	0	0	0
Mayor dedicación en la institución:	13			
Residentes en la zona de dictado la carrera:	1			

De acuerdo con los antecedentes informados, el plantel docente presenta las siguientes características:

Áreas Disciplinarias en las que se han formado los docentes	Cantidad de docentes que informan antecedentes en la dirección de tesis/trabajo final	Cantidad de docentes que informan producción en los últimos 5 años	Cantidad de docentes que informan participación en proyectos de investigación	Cantidad de docentes que informan adscripción a organismos de promoción científico-tecnológica	Cantidad de docentes que informan antecedentes en ámbitos no académicos
Ciencias de la Comunicación, Lingüística, Derecho, Administración, Investigación Social y Ciencias de la comunicación, Psicología, Sociología, Marketing, Relaciones Públicas, Administración y Ciencias de la comunicación, Publicidad	14	12	8	2 (Uno investigador superior CONICET y categorizado 3 en el Programa Nacional de Incentivos, 2 categorizado 3 en el programa Nacional de Incentivos)	13

Las trayectorias de los integrantes del plantel muestran que poseen suficientes antecedentes y experiencia tanto académica como profesional. Además, en oportunidad de respuesta al informe de evaluación, la Institución informa que se está implementando una Diplomatura en educación a distancia que finalizará en noviembre 2014, en la cual se encuentran inscriptos 14 integrantes del cuerpo académico de la carrera. Además, presenta la fundamentación y el plan de estudios de la Diplomatura en el documento Respuesta a la vista. Si bien el titular de la asignatura Derecho marcario y franquiciado no posee título de posgrado, cuenta con antecedentes y una extensa trayectoria profesional en el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual, la que se juzga pertinente a la temática que impartirá en

la carrera. Por otro lado, el titular de la asignatura Fundamentos Psicológicos de la marca también posee titulación de grado, pero informa una aceptable experiencia en el campo profesional y una amplia trayectoria en docencia universitaria.

Existen adecuados mecanismos de seguimiento del desempeño docente.

Por lo expuesto, la carrera nueva se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial de estándares con respecto a: la proporción de docentes estables e invitados, su formación, trayectorias.

III- EVALUACIÓN FINAL

La modalidad de evaluación final consiste en un trabajo final de elaboración personal e individual en el cual el estudiante demuestre su capacidad para aplicar con solvencia los conocimientos y habilidades adquiridos en algún tema relacionado con el área de aplicación profesional que encuadra a la Carrera, de acuerdo al estado del arte de la misma. Se pretende que el estudiante demuestre su capacidad de reflexionar acerca de los diversos abordajes, oposiciones y confrontaciones, de una manera dinámica, integrando los conocimientos y habilidades que formen parte de su recorrido en el plan de estudios. Deberá testimoniar que ha alcanzado una formación epistemológica y metodológica suficiente para estar en condiciones de dar cuenta de su práctica desde un marco conceptual consistente. Deberá probar la capacidad del alumno de establecer un nexo entre los conocimientos y los campos de acción profesional. El plazo previsto para la presentación del trabajo final es de 12 meses, una vez finalizadas las actividades curriculares, de acuerdo a lo informado en respuesta al informe de evaluación.

La modalidad de evaluación final es adecuada, al igual que el plazo previsto para su presentación.

Los docentes que informan antecedentes en la dirección trabajos finales son 13.

La cantidad de directores de trabajo final informada es suficiente.

Existen adecuados mecanismos de seguimiento de los alumnos.

Por lo expuesto, la carrera nueva se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial de estándares con respecto a tipo de trabajo final, normativa que pauta su elaboración, antecedentes de los directores y co-directores; mecanismos de seguimiento de alumnos.

IV- INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

Matrícula máxima prevista	30
Matrícula mínima prevista	12

Los alumnos disponen de un aula con capacidad para 22 personas y 1 aula con capacidad para 50 personas. También se informa que tendrán acceso a 6 laboratorios de informática equipados con 78 PC's en total, y a un aula de videoconferencias equipada con un dispositivo de Videoconferencias de alta definición Life Size Team 200, 2 cañones digitales NEC, 2 PC's y un equipo de sonido y grabación.

La infraestructura y el equipamiento informados en el formulario resultan adecuados.

El fondo bibliográfico consta de 2978 volúmenes vinculados con la temática del posgrado y 56 suscripciones a revistas especializadas. Además se dispondrá de acceso a bases de datos (Springer 1995-2006; Lexis Nexis 2005; Océano Universitas 2000; Trivia 2000; IEEE 1995; Nature 1995) y a bibliotecas virtuales (Portal BVSA que incluye BINACIS, UNISALUD y LIS; Biblioteca Virtual UCES)

El acervo bibliográfico disponible según lo consignado en el formulario es adecuado.

Por lo expuesto, la carrera nueva se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial de estándares con respecto a adecuación y suficiencia de las aulas, del equipamiento informático y laboratorios; suficiencia del fondo bibliográfico vinculado con la temática específica de la carrera nueva y acceso a bases de datos.

Asimismo, corresponde a la Universidad asumir plenamente su responsabilidad en cuanto a los aspectos de seguridad concernientes al ámbito en el que se desarrolla la carrera, así como en todo aquello que hace al cumplimiento de lo establecido en la legislación vigente con respecto a las condiciones de higiene, seguridad y riesgos del trabajo.

V- EDUCACIÓN A DISTANCIA

La presentación resulta completa y exhaustiva respecto de los elementos de marco teórico y metodológico que configuran un sistema de enseñanza a distancia. Respecto del modelo de Educación a Distancia, se presenta una estructura sustentada por las bases de aprendizaje situado, activo y colaborativo. En cuanto a la enseñanza, se organiza un entorno con los elementos estructurantes que permiten alcanzar el tipo de aprendizaje descripto: el entorno virtual; la estructuración y organización del aprendizaje; la determinación del tipo de

conocimiento que se desea alcanzar; el contexto en el que va a utilizarse dicho conocimiento; los formatos en que se va a presentar el contenido y en los medios; las actividades de aprendizaje; las estrategias de evaluación. Se proporciona acceso al entorno virtual del curso (UCES Campus Virtual) en el que se ha podido acceder a la presentación del entorno y los manuales de uso general (manuales del profesor y del alumno), a la presentación de la carrera y a los materiales de las siguientes asignaturas: "Comunicaciones de la marca", "Extensión y Comunicación" (Presentación de la carrera), "Fundamentos psicológicos de la marca", "Marketing estratégico en marcas". En todas ellas se observa presencia de diseño instruccional y gráfico en los materiales organizadores de los contenidos, pautas de orientación al alumno sobre su itinerario de recorrido y estudio (guías de estudio, cronograma, recomendaciones varias acerca de cómo acceder a los materiales), diversos tipos de actividades que cumplimentan los principios expresados como compromiso institucional en el marco teórico, y evaluaciones coherentes con el tipo de trabajo realizado. Se ofrece incluso, una rúbrica para la evaluación y el formato de planilla de seguimiento que se realiza del desempeño de los alumnos. Conforme a lo establecido por la Resolución Ministerial N° 160/11 para las carreras a dictarse bajo la modalidad a distancia, en oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, se presentan en el entorno de la carrera los materiales a utilizar por los estudiantes en el primer cuatrimestre de la Carrera. Respecto del acceso a los materiales, la Institución posee acceso a diferentes repositorios y bibliotecas que facilitan a los alumnos el acceso a fuentes primarias. En relación al sistema de atención al estudiante, se presentan adecuadamente las diferencias conceptuales entre docentes y tutores, con sus competencias y tareas específicas. Asimismo, la existencia de la Unidad Académica UCES Virtual ofrece capacitación permanente y asesoría en temas de metodología de enseñanza a distancia.

En cuanto a la práctica profesional fuera de la Institución, la Carrera propone "una práctica reflexiva con apoyatura en el trayecto de formación provisto por la carrera. De ese modo, se evaluará el desempeño profesional del alumno en el área de especialización. El alumno podrá desarrollar la práctica bajo la modalidad de trabajo de campo". La metodología de seguimiento de esa práctica será personalizada, mediante una propuesta en la que el alumno propone un espacio de práctica y un tutor asignado acompaña, supervisa y valida cada tramo. A esta evaluación formativa, se agrega un informe final, que debe ser evaluado y aprobado por el tutor. El modelo de evaluación de la carrera es exhaustivo y considera las variables adecuadas para evaluar un sistema de enseñanza a distancia. Además, en oportunidad de la

respuesta al informe de evaluación, la Institución informa que el tutor podrá asegurarse que el alumno es quien realiza la práctica a través del sistema Adobe Connect Pro, que permite establecer un vínculo sincrónico (en tiempo real). Asimismo, cada sesión puede grabarse, quedando registrado el trabajo realizado por cada alumno en cada momento. Por otra parte, informa que el tutor se relacionará con el espacio de práctica seleccionado por el estudiante a través de referentes en el espacio que tomen contacto con el tutor de la carrera que realiza el seguimiento de la práctica).

Con respecto al cuerpo académico, la información brindada en oportunidad de la respuesta al informe de evaluación, en cuanto a que en la Institución informa que se está implementando una Diplomatura en educación a distancia que finalizará en noviembre 2014, en la cual se encuentran inscriptos 14 integrantes del cuerpo académico de la carrera resulta pertinente y se recomienda que esta formación se continúe con todos los docentes que formen parte de esta carrera.

En el documento referido a la modalidad a distancia presentado por la Institución, los conceptos de entorno virtual, plataforma, aula virtual y campus se presentan como sinónimos, cuando se refieren a diferentes conceptos y herramientas. En este sentido, es importante que se utilice siempre la misma palabra para referirse al mismo concepto. Se recomienda entonces utilizar el concepto de "Entorno Virtual de Enseñanza y Aprendizaje" (EVEA) en el nivel macro y los conceptos de "aula virtual" y/o "cursos" para cada asignatura.

Por lo expuesto, la carrera nueva se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial de estándares 160/11 con respecto a sistema institucional de educación a distancia, procesos de enseñar y aprender y materiales presentados.

CONCLUSIONES

La carrera nueva cumple con las normas de calidad establecidas en la Resolución Ministerial N° 160/11 con respecto a inserción, marco institucional y estructura de gestión, plan de estudios, cuerpo académico, actividades de investigación, evaluación final e infraestructura y equipamiento; así como con las establecidas para las carreras con modalidad a distancia.