

RESOLUCIÓN N°: 1154/15

ASUNTO: Acreditar con compromisos de mejoramiento la carrera de Especialización en Marketing y Dirección Comercial, de la Universidad Nacional de La Rioja, Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas, que se dicta en la ciudad de La Rioja, Prov. de La Rioja.

Buenos Aires, 15 de diciembre de 2015

Carrera N° 21.262/14

VISTO: la solicitud de acreditación de la carrera de Especialización en Marketing y Dirección Comercial, de la Universidad Nacional de La Rioja, Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas, que se dicta en la ciudad de La Rioja, Prov. de La Rioja, el informe del Comité de Pares, la respuesta a la vista de la institución y lo dispuesto por la Ley 24.521, las Resoluciones del Ministerio de Educación N° 51/10, N° 160/11 y N° 2385/15, la Ordenanza N° 059 – CONEAU, la Resolución N° 468 - CONEAU - 13, y

CONSIDERANDO:

Los fundamentos que figuran en el Anexo de la presente resolución.

Por ello,

**LA COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN
Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA**

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- ACREDITAR la carrera de Especialización en Marketing y Dirección Comercial, de la Universidad Nacional de La Rioja, Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas, que se dicta en la ciudad de La Rioja, Prov. de La Rioja, por un periodo de 3 años, con el compromiso que se establece en el artículo 3°.

ARTÍCULO 2°.- CATEGORIZAR la mencionada carrera como C.

ARTÍCULO 3°.- ESTABLECER los siguientes compromisos para el mejoramiento de la calidad de la carrera:

- Se fortalezcan los mecanismos de seguimiento de los alumnos a fin de lograr que culminen sus estudios en los plazos previstos.

- Se especifique en el marco de qué asignatura se desarrolla la práctica externa prevista y se establezca la carga horaria asignada a esta actividad.

ARTÍCULO 4°.- RECOMENDAR:

- Se incorporen contenidos de inteligencia de mercados y comportamiento del consumidor.
- Se revisen los programas de las actividades curriculares a fin de evitar la superposición de contenidos entre las diversas asignaturas y actualizar la bibliografía.
- Se incentive la participación en proyectos de investigación y la producción académica de los integrantes del cuerpo docente.

ARTÍCULO 5°.- Al vencimiento del término expresado en el Art. 1°, la institución deberá solicitar una nueva acreditación, conforme a las convocatorias que establezca la CONEAU. La vigencia de esta acreditación se extiende hasta que la CONEAU se expida sobre la carrera una vez que ésta se presente en la convocatoria correspondiente. En esa oportunidad, la CONEAU verificará el cumplimiento de los compromisos y analizará la situación de la carrera según los estándares de calidad establecidos en la normativa vigente.

ARTÍCULO 6°.- Regístrese, comuníquese, archívese.

RESOLUCIÓN N° 1154 - CONEAU - 15



ANEXO

EVALUACIÓN ANTERIOR DE LA CARRERA

Esta carrera fue evaluada anteriormente como proyecto y obtuvo dictamen favorable en el año 2006. Las recomendaciones y observaciones efectuadas en esa oportunidad fueron:

CRITERIOS	RECOMENDACIONES / OBSERVACIONES
Normativa	- Se formalicen convenios específicos que permitan realizar actividades de formación (pasantías, prácticas no rentadas y actividades de investigación)
Plan de estudios	- Se establezcan mecanismos de nivelación para todos los aspirantes que no provengan de las Ciencias Económicas.
Infraestructura y equipamiento	- Se mejore el fondo bibliográfico y se incorporen bases de datos con artículos de revistas especializadas en la temática de la carrera.

De acuerdo con la información presentada, se han realizado una serie de modificaciones que a continuación se consignan:

CRITERIOS	MODIFICACIONES
Normativa	- En respuesta al informe de evaluación, se presentan 4 actas compromiso suscriptas con diversas instituciones para la realización de actividades prácticas.
Estructura de gestión y antecedentes de sus integrantes	- Se designó un nuevo Director y al Coordinador Académico de la carrera.
Plan de estudios	- Se aprobó la implementación de un curso de nivelación para aquellos aspirantes que no provengan del área de las Ciencias Económicas.
Formación Práctica	- Se implementaron actividades prácticas que se desarrollan en el marco de los convenios suscriptos con empresas e instituciones del medio.
Estables/Invitados	- Se reemplazó a un integrante del cuerpo académico.
Acceso a bibliotecas	- En respuesta al informe de evaluación, se presenta un listado en el que se detallan las publicaciones, revistas especializadas y bases de datos disponibles.

I. INSERCIÓN, MARCO INSTITUCIONAL Y ESTRUCTURA DE GESTIÓN

Inserción institucional y marco normativo

La carrera de Especialización en Marketing y Dirección Comercial, de la Universidad Nacional de La Rioja, Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas, se inició en el año 2008 en la ciudad de La Rioja, Provincia de La Rioja, posee una modalidad de dictado presencial y de carácter continuo.

En respuesta al informe de evaluación, se presenta la siguiente normativa: Resolución del Consejo Superior (Res. CS) N° 344/07, que aprueba la creación de la carrera de Especialización en Marketing y Dirección Comercial, el plan de estudios y el Reglamento específico; Res. Consejo Directivo (CD) N° 267/15, que aprueba la propuesta de Laboratorios de Prácticas Integradas de la carrera; Res. del Decano del Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas N° 401/15, que aprueba la "Propuesta de trabajos prácticos"; Res. CD N° 268/15, que aprueba la implementación de un curso de nivelación y Res. CD N° 479/09, que designa al Director y al Coordinador Académico.

En la evaluación anterior se recomendó formalizar convenios específicos que permitan realizar actividades de formación práctica. Al respecto, en respuesta al informe de evaluación se presentan 4 actas compromiso, suscriptas por la Universidad con las siguientes instituciones: las empresas Burdeos S.A. y Zalaya Electromec, la Fundación de la Universidad de La Rioja y el Colegio William Morris. Mediante estos documentos las instituciones firmantes se comprometen a impulsar acciones conjuntas con el propósito de fomentar actividades científicas, académicas y de extensión en el marco de la Especialización. Asimismo, se especifica que estas actividades podrán comprender la realización de trabajos prácticos, investigaciones, formulación de proyectos, prácticas profesionalizantes, pasantías, trabajo final de la carrera y toda otra actividad tendiente a promover la integración de los conocimientos y competencias de los estudiantes del posgrado. Además, en las respectivas actas se explicita que la Universidad designará tutores y/o directores responsables de supervisar y realizar el seguimiento de los alumnos que se encuentren efectuando prácticas profesionales y demás actividades.

Por otra parte, se presentan 2 acuerdos marco para la realización de pasantías académicas, celebrados por la Universidad con la empresa Arisco S.A. y el Banco Macro. También se presentan 2 convenios marco suscriptos con el Centro Comercial e Industrial de La Rioja y la Fundación Rioja Andina.

La normativa presentada contempla los principales aspectos del funcionamiento de la carrera.

Estructura de gestión y trayectoria de sus integrantes

La estructura de gobierno está conformada por un Director, un Coordinador Académico y un Comité Académico integrado por el Director, el Coordinador y 3 miembros. Las funciones de los órganos de gobierno se consignan en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

A continuación, se enumera la información presentada sobre el Director de la carrera:

Director de la carrera	
Información referida a los títulos obtenidos	Contador público, título otorgado por la Universidad de Buenos Aires; Master in Business Administration (Pacific Western University – EE.UU); Doctor en Ciencias Económicas - Orientación Administración (Universidad de Buenos Aires); Phd in Marketing (Pacific Western University – EE.UU)
Información referida a los cargos que desempeña en la actualidad	Titular de la Cátedra de Creatividad e Innovación en la Organización, Facultad de Ciencias Económicas (UBA); Profesor titular de la Cátedra de Marketing Estratégico, Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad de la República (Uruguay)
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.	No
Informa participación en proyectos de investigación	No
Informa antecedentes en la dirección de tesis	Sí
Informa producción en los últimos 5 años	No
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	Sí, ha realizado evaluaciones para comité editorial

evaluación de becarios, investigadores, proyectos o programas	
---	--

La estructura de gobierno se considera apropiada y los antecedentes del Director de la carrera resultan suficientes y adecuados para desempeñar las funciones asignadas. En el Acta de entrevista consta que el Director de la carrera cuenta con antecedentes en investigación y producción científica. Del análisis sobre las trayectorias de los demás integrantes de la estructura de gestión, se advierte que cuentan con las competencias necesarias para desempeñarse en sus funciones.

El Director de la carrera no reside en la zona de dictado de la Especialización. Al respecto, considerando que la carrera se dicta los días viernes y sábado cada 2 semanas, y que en el Acta de entrevista consta que existe un vínculo constante entre el Director y el Coordinador de la carrera, quien reside en la ciudad de La Rioja, se evalúa que la carrera cuenta con los canales institucionales que permiten resolver la situación excepcional que implica la radicación del Director fuera de la zona de dictado del posgrado.

Por lo expuesto, la carrera se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial N° 160/11 en lo que hace a los aspectos incluidos en este núcleo de análisis.

II. PLAN DE ESTUDIOS

Se consigna la siguiente información respecto del plan de estudios:

Plan de estudios		
Aprobación del Plan de Estudios por Resolución del Consejo Superior N° 344/07		
Tipo de actividad curricular	Cantidad	Carga horaria
Materias comunes (cursos, seminarios o talleres)	15	360 horas
Materias electivas (cursos, seminarios o talleres)	-	-
Actividades obligatorias de otra índole:	-	-
Carga horaria total de la carrera		360 horas
Duración de la carrera en meses reales de dictado (sin incluir el trabajo final): 12 meses		
Plazo para presentar el trabajo final, a partir de la finalización del cursado: 6 meses		

Organización del plan de estudios: Según la Resolución del Consejo Superior N° 344/07, el plan de estudios es estructurado y está organizado en 3 partes: Parte I: La Estrategia comercial (comprende 5 asignaturas teórico-prácticas); Parte II: La Política Comercial (comprende 4 asignaturas teórico-prácticas y el Taller de Integración “Plan estratégico y operativo de Marketing”) y Parte III: Marketing en Acción (comprende 3 asignaturas teórico-prácticas y 2 talleres: Taller de simulación en Marketing y Taller de Integración “Gestión de Marketing y Trabajo Final”). Cada una de las 3 partes se desarrolla en un cuatrimestre. Las clases se dictan semana por medio, los días viernes y sábado. La carga horaria de todas las asignaturas es obligatoria y presencial.

En respuesta al informe de evaluación, se completan las fichas de actividades curriculares de todas las asignaturas contempladas en el plan de estudios. Asimismo, se adjuntan los respectivos programas actualizados, en los que se contemplan objetivos, contenidos, descripción de actividades prácticas, bibliografía, modalidad de evaluación y requisitos de aprobación y promoción.



El plan de estudio se considera adecuado, en tanto incluye los contenidos básicos de cada una de las disciplinas a las que alude su denominación. Asimismo, se observa que la fundamentación del plan de estudios es pertinente y adecuada en función de la disciplina. En general, los contenidos específicos de las actividades curriculares resultan adecuados. Se recomienda actualizar la bibliografía de las asignaturas, a fin de garantizar que se incorporen los últimos conocimientos en materia de Marketing y Dirección comercial. Asimismo, se recomienda incorporar al plan de estudios contenidos sobre inteligencia de mercados y comportamiento del consumidor.

Por otra parte, se observa un desajuste entre los contenidos y la carga horaria propuesta para la asignatura Estadística aplicada para administradores. Al respecto, sería deseable adecuar la cantidad de horas asignadas a la materia. En cuanto a la materia Taller de introducción “Gestión de marketing y trabajo final”, se observa que se incluye bibliografía que aborda aspectos metodológicos para la construcción de una tesis doctoral; lo que no resulta pertinente para una carrera de especialización.

Finalmente, se recomienda revisar los programas a fin de evitar la superposición de contenidos propuestos entre las diversas asignaturas.

Actividades de formación práctica

Horas prácticas incluidas en la carga horaria total de la carrera	(288 horas de cursos teórico-prácticos y 72 horas de talleres prácticos)
Se consignan expresamente en la Resolución de aprobación del Plan de Estudios: SÍ	

Las actividades prácticas comprenden 72 horas que los alumnos llevan a cabo en el Taller de simulación en Marketing, el Taller de Integración “Plan estratégico y operativo de Marketing” y el Taller de Integración “Gestión de Marketing y Trabajo Final”. En cada uno de estos talleres los alumnos desarrollan 24 horas de actividades prácticas. Asimismo, en el marco de la asignatura Estadística aplicada para administradores, los alumnos llevan a cabo 8 horas de prácticas en laboratorios informáticos. Además, en los programas de las restantes actividades curriculares también se describen actividades prácticas.

En el plan de estudios se especifica que las actividades de formación práctica comprenden: análisis y discusión bibliográfica, debates, trabajos de investigación, resolución de casos, prácticas de observación, de inventiva, de interacción (role-playing) y otras similares. Asimismo, en respuesta al informe de evaluación, se presentan los programas de todas las asignaturas, y en todos los casos se especifica cuáles son las actividades prácticas previstas. Entre las actividades descritas, se observa que las prácticas comprenden: desarrollo de trabajos individuales de aplicación de herramientas para la implementación de la mezcla comercial (organización, presupuesto, sistemas internos de apoyo administrativo, incentivos, liderazgo); análisis y discusión de bibliografía; análisis, resolución de casos y desarrollo de planes de modificación de estrategias de negocios; prácticas en laboratorio de informática con el software INFOSTAT; diagnóstico de situaciones y elaboración de propuestas y diseños estratégicos basados en conceptos de comercialización; análisis de las acciones comerciales de una PyME local; prácticas de diagnóstico comunicacional; prácticas de simulación y trabajos de aplicación, análisis y evaluación de la gestión de un punto de venta a partir del cual se deberán efectuar propuestas de mejora.

Las actividades prácticas descritas en los programas resultan adecuadas al perfil de esta carrera.

Por otra parte, en respuesta al informe de evaluación, se comunica que con el objetivo de integrar la formación académica con experiencias prácticas de evaluación y desarrollo de proyectos públicos y privados y capacitar a los alumnos en la formulación de proyectos; los alumnos deberán desarrollar actividades prácticas de campo en las instituciones con las que la Universidad ha suscripto convenios. Asimismo, se informa que las actividades prácticas previstas se ajustan a las temáticas abordadas en los módulos que integran el plan de estudios.

Por otra parte, en la normativa presentada se prevé que los alumnos puedan desarrollar el trabajo final integrador tomando como insumo la práctica realizada en las empresas o instituciones, o realicen un estudio de pre-inversión relativo al área de influencia de la Universidad.

La puesta en práctica de estas actividades ha dado como resultado la creación de un Laboratorio de Prácticas Pre-profesionales de la Especialización. En el Reglamento de prácticas de la carrera se establece que un docente tutor tendrá a cargo la confección y planificación de las prácticas y el Director de la carrera coordinará la definición de los objetivos y las tareas prácticas asignadas a los alumnos. Asimismo, el Director definirá el crédito horario que deberá cumplir cada alumno en cada institución. Por su parte, los estudiantes deberán presentar un informe final, avalado por sus tutores, donde consten las actividades realizadas y una evaluación personal de la experiencia. Además, se especifica que los docentes responsables del dictado de los módulos tendrán a su cargo la vinculación con los tutores.

Las funciones de los tutores se encuentran contempladas en la normativa. Asimismo, se presenta la designación de 2 docentes de la carrera para desempeñarse como tutores de actividades prácticas y se informa que los integrantes del Comité Académico supervisan el desarrollo de los trabajos prácticos propuestos.

Las actividades prácticas detalladas resultan satisfactorias y permiten que los alumnos desarrollen las competencias previstas en el plan de estudios de la carrera. Se observa que corresponde especificar en el marco de qué asignatura se desarrolla la práctica externa prevista y explicitar cuál es la carga horaria estipulada para esta actividad.

Requisitos de admisión

Para el ingreso al posgrado se exige que el aspirante cuente con título universitario correspondiente a carreras de grado de duración no menor a 4 años, con un nivel mínimo de licenciatura o equivalente. Los postulantes provenientes de carreras diferentes a las Ciencias Económicas deberán demostrar al menos 2 años de experiencia laboral en ámbitos de gestión empresarial u organizacional. Excepcionalmente, podrán ser admitidos postulantes que carezcan de grado universitario y que puedan demostrar, a través de las evaluaciones y requisitos que establezca la Universidad, poseer preparación y experiencia laboral acorde y las aptitudes y conocimientos suficientes para cursar la especialización.

Por otra parte, se establece que los postulantes deberán realizar una “Prueba de admisión para estudios de posgrado” (PAEP), conforme a lo dispuesto en la Ordenanza CS N° 200/02. El Comité Académico analizará los antecedentes de los postulantes y los resultados de la prueba PAEP. Asimismo, convocará a una entrevista personal a todos los postulantes provenientes de carreras diferentes a las Ciencias Económicas y en cualquier otro caso que considere necesario para determinar la eventual necesidad de nivelación.

En la evaluación anterior se recomendó establecer mecanismos de nivelación para todos los aspirantes que no provengan de las Ciencias Económicas. Al respecto, en respuesta al informe de evaluación, se presenta la Res. CD N° 268/15, mediante la cual se aprueba la implementación de un curso de nivelación destinado a los aspirantes que provengan de carreras que no sean del área de las Ciencias Económicas. Se adjunta a la presentación el programa correspondiente al curso de nivelación propuesto.

Los requisitos de admisión resultan adecuados. Asimismo, el curso de nivelación resulta apropiado, en tanto se abordan los contenidos básicos del área de estudio de la carrera.

Por lo expuesto, la carrera se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial N° 160/11 en lo que hace a los aspectos incluidos en este núcleo de análisis.

Se establece el siguiente compromiso:

- Se especifique en el marco de qué asignatura se desarrolla la práctica externa prevista y se establezca la carga horaria asignada a esta actividad.

Asimismo, se formulan las siguientes recomendaciones:

- Se incorporen contenidos sobre inteligencia de mercados y comportamiento del consumidor.
- Se revisen los programas de las actividades curriculares a fin de evitar la superposición de contenidos entre las diversas asignaturas y actualizar la bibliografía.

III. CUERPO ACADÉMICO

Se presentan las fichas docentes de los 10 integrantes del cuerpo académico:

Docentes	Título de Doctor	Título de Magister	Título de Especialista	Título de Grado	Otros
Estables: 10	3	6	1	-	-

Invitados: -	-	-	-	-	-
Mayor dedicación en la institución	4				
Residentes en la zona de dictado la carrera	4				

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

Áreas disciplinares en las que se han formado los docentes	Administración (5), Management (1), Ciencias de la Comunicación (1), Marketing (1), Economía (1), Estadística (1)
Cantidad de docentes con antecedentes en la dirección de tesis	10
Cantidad de docentes con producción en los últimos 5 años	1
Cantidad de docentes con participación en proyectos de investigación	7 (ninguno en proyectos vigentes)
Cantidad de docentes adscriptos a organismos de promoción científico-tecnológica	3
Cantidad de docentes con trayectoria profesional ajena al ámbito académico	6

Todos los docentes de la carrera son estables y cuentan con título igual o superior al que otorga esta carrera.

Las trayectorias de los integrantes del plantel muestran que cuentan con antecedentes adecuados para desarrollar los temas propuestos en el plan de estudios. Asimismo, se observa que sólo uno de los docentes informa producción académica en los últimos 5 años. Al respecto, se recomienda incentivar la participación en proyectos de investigación y la producción académica de los integrantes del cuerpo docente.

Supervisión del desempeño docente

Se informan mecanismos de seguimiento del desempeño docente a cargo del Director de la carrera, quien debe producir informes de evaluación del desempeño docente. Asimismo, al finalizar el dictado de cada asignatura, se administra a los alumnos una encuesta mediante la que deben valorar los aspectos de contenidos, didácticos y organizativos de cada curso.

Los mecanismos de supervisión del desempeño docente resultan apropiados.

Por lo expuesto, la carrera se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial N° 160/11 en lo que hace a los aspectos incluidos en este núcleo de análisis.

Asimismo, se formula la siguiente recomendación:

- Se incentive la participación en proyectos de investigación y la producción académica de los integrantes del cuerpo docente.

IV. ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA VINCULADAS A LA CARRERA

Total de actividades de investigación informadas	4
Cantidad de actividades vigentes a la fecha de presentación (y hasta el año anterior)	-
Participación de docentes de la carrera	Sí
Participación de alumnos de la carrera	Sí

Se presentan 4 fichas de actividades de investigación, de las cuales ninguna está vigente. En 3 de ellas se informa la participación de docentes y en uno de los proyectos concluidos ha participado un alumno de la carrera.

Se observa que una de las actividades de investigación desarrolladas se vincula con las temáticas de esta Especialización.

Por otra parte, se presentan 8 fichas de actividades de transferencia, en las cuales se consigna la participación de docentes y alumnos de carrera. Dichas actividades se consideran representativas del área de incumbencia de la Especialización.

V. EVALUACIÓN FINAL / REQUISITOS PARA LA GRADUACIÓN

Características

La modalidad de evaluación final consiste en un trabajo final individual que debe dar cuenta de una elaboración personal original y de una integración curricular. Asimismo, se especifica que el trabajo final puede consistir en la formulación de un plan de marketing para un caso real (empresa en marcha) o para un proyecto (nueva empresa o producto), o en un trabajo de investigación original individual e inédito, que tenga como eje el desarrollo de un área de la disciplina comercial.

En la nota de respuesta al informe de evaluación, se comunica que el Comité Académico se encuentra trabajando en la especificación de las pautas para el desarrollo de los trabajos finales que se realicen en el área de Dirección comercial.

La realización de un plan de marketing es una adecuada modalidad de evaluación final. En cuanto a la otra opción, se considera que el desarrollo de una actividad de investigación original e inédita excede el alcance de este posgrado.

Por otra parte, en el plan de estudios se establece que para la realización del trabajo final los alumnos podrán requerir de organizaciones que estén disponibles para brindarles información sobre situaciones reales relacionadas con el Marketing. Para ello, la carrera pondrá a disposición de los alumnos una base de datos conformada por emprendimientos productivos propios de la Universidad (Parque Tecnológico, Escuela de Negocios, Instituto de Lenguas, Taller de Ortesis y Prótesis, Obra social, Cantina universitaria, Área de Deportes, Coro universitario, Servicios de la carrera de Medicina, Institutos y Direcciones de las diferentes carreras). Además, la base de datos deberá contar con organizaciones externas con las cuales la Universidad tenga convenios.

Al momento de la evaluación, la carrera no contaba con graduados. No se presentan fichas de trabajos finales ni copias de proyectos. En respuesta al informe de evaluación, se presenta la Res. CD N° 269/15, mediante la cual se designa a los directores de trabajo final de 5 alumnos y se consignan los títulos de los 5 trabajos finales en curso.

Directores de evaluaciones finales

La cantidad de docentes que informan antecedentes en la dirección de trabajos finales es suficiente. Los antecedentes de los mismos resultan adecuados porque poseen trayectorias académicas y profesionales relacionadas con los temas de la Especialización.

Jurado

El jurado evaluador debe estar compuesto como mínimo por 3 miembros titulares y 3 suplentes.

La evaluación de los trabajos finales tendrá 2 instancias. La primera, estará destinada al contenido, planteo metodológico y originalidad de las conclusiones. La segunda instancia estará vinculada a la demostración, argumentación y aplicación de las conclusiones y será oral y pública.

Las previsiones establecidas en la normativa para la constitución de los jurados resultan adecuadas.

Seguimiento de alumnos y de egresados

Se informan mecanismos institucionales de seguimiento de alumnos a cargo del Director de la carrera, quien entre sus funciones tiene la de actuar como facilitador y guía de los alumnos durante el desarrollo de las distintas actividades formativas de la carrera, monitoreando el desempeño de los alumnos en base a las evaluaciones efectuadas por los docentes. Para el cumplimiento de dichas funciones, contará con los informes de cátedra que debe presentar cada docente al finalizar el dictado de su asignatura, las encuestas de satisfacción de los alumnos y los informes estadísticos que realiza el Secretario. Asimismo, el Director podrá concretar reuniones de orientación, individuales o grupales, por propia iniciativa o a pedido de los alumnos, o instrumentar otros mecanismos de orientación y seguimiento. Además, los docentes de la carrera realizan el seguimiento de los alumnos en el marco de cada asignatura.

Por otra parte, durante el período de elaboración del trabajo final, los alumnos cuentan con el seguimiento de un docente director de trabajo final.

Se observa que no se ha completado la información solicitada del cuadro de alumnos del formulario electrónico. En el acta de entrevista consta que en el año 2010 ingresaron 37 alumnos y que a la fecha terminaron de cursar la carrera 21, de los cuales ninguno ha entregado el trabajo final. La duración de la carrera desde el ingreso hasta la defensa del trabajo final es de 18 meses.

En el plan de estudios se contempla un régimen de becas aunque en la presentación de la carrera no se informan alumnos becados.

La carrera no cuenta aún con graduados. Asimismo, se observa que no se ha podido evaluar con detalle la evolución de las cohortes, en tanto no se aportó suficiente información. No obstante, se informa que la carrera inició sus actividades en el año 2008, por lo tanto resulta de suma importancia fortalecer los mecanismos de seguimiento de alumnos (aunque no puede evaluarse en qué tramo de la carrera son más necesarios) a fin de lograr que los mismos puedan entregar sus trabajos finales en el plazo previsto.

Por lo expuesto, se establece el siguiente compromiso:

- Se fortalezcan los mecanismos de seguimiento de alumnos a fin de lograr que se gradúen dentro de los plazos previstos.

VI. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

En respuesta al informe de evaluación, se comunica que se dispone de 4 aulas, un laboratorio de informática equipado con 30 computadoras con software para análisis estadístico (Infostat, SPSS y DYANE) y un aula multimedia con equipo de videoconferencia.

La infraestructura y el equipamiento disponible resultan suficientes para el dictado de este posgrado.

La biblioteca de la Universidad cuenta con 1.154 volúmenes relacionados con la temática de la carrera y 5 suscripciones a publicaciones especializadas. Se informa la disponibilidad de acceso a la biblioteca virtual del MINCyT. En respuesta al informe de evaluación, se adjunta un listado de publicaciones especializadas, bases de datos y bibliotecas virtuales asociadas.

En la evaluación anterior se recomendó incrementar el fondo bibliográfico e incorporar bases de datos con acceso a revistas especializadas en la temática de la carrera. Al respecto, en la actual evaluación se observa que el acervo bibliográfico disponible es adecuado. Considerando la información aportada en respuesta al informe de evaluación, se advierte que las bases de datos disponibles resultan suficientes.

Por lo expuesto, la carrera se adecua a lo establecido en la Resolución Ministerial N° 160/11 en lo que hace a los aspectos incluidos en este núcleo de análisis.

La Universidad presenta las certificaciones referidas al cumplimiento de las condiciones de seguridad e higiene de edificios e instalaciones donde se desarrolla la carrera. La instancia responsable de la implementación y supervisión de estos aspectos es la Unidad de Higiene y Seguridad en el Trabajo de la Universidad Nacional de La Rioja.

CONCLUSIONES

Esta carrera fue evaluada anteriormente como proyecto y obtuvo dictamen favorable en el año 2006.

En la actual evaluación se pudo constatar que la normativa presentada contempla los principales aspectos del funcionamiento de la carrera. La estructura de gobierno resulta apropiada y los integrantes de la estructura de gestión cuentan con adecuados antecedentes para desempeñar las funciones asignadas.

En cuanto al plan de estudios, se observa que incluye los contenidos básicos de cada una de las disciplinas a las que alude la denominación de la carrera. Los contenidos específicos de las respectivas actividades curriculares resultan pertinentes. Se recomienda actualizar la bibliografía de las asignaturas a fin de garantizar que se incorporen los últimos conocimientos en materia de Marketing y Dirección comercial. Asimismo, se recomienda incorporar al plan de estudios contenidos sobre inteligencia de mercados y comportamiento del consumidor y revisar los programas a fin de evitar la superposición de contenidos entre las diversas asignaturas. Los requisitos de admisión resultan adecuados. Las prácticas descritas en los programas son adecuadas al perfil de esta carrera. Asimismo, las prácticas externas permiten que los alumnos desarrollen las competencias previstas en el plan de estudios. Se observa que corresponde especificar en el marco de qué asignatura se desarrolla la práctica externa prevista y la carga horaria estipulada para esta actividad. Existe consistencia entre la denominación de la carrera, sus objetivos, el plan de estudios y el perfil del graduado a lograr.

Las trayectorias de los integrantes del plantel docente muestran que cuentan con antecedentes adecuados para desarrollar los temas propuestos en el plan de estudios. Se recomienda incentivar la participación en proyectos de investigación y la producción académica de los integrantes del cuerpo docente. Los mecanismos de supervisión de docentes son adecuados.

En cuanto a las actividades de investigación informadas, se observa que una de ellas se vincula con las temáticas de esta Especialización.

Con respecto a la modalidad de evaluación final, se advierte que la realización de un Plan de Marketing es una modalidad de evaluación apropiada. Al momento de la evaluación, la carrera no contaba con graduados. Se señala que no se ha podido evaluar con detalle la evolución de las cohortes, en tanto no se aportaron datos suficientes. Se advierte que es de suma importancia fortalecer los mecanismos de seguimiento de alumnos (aunque no puede evaluarse en qué tramo de la carrera son más necesarios) a fin de lograr que los mismos puedan entregar sus trabajos finales en el plazo previsto.

La infraestructura y el equipamiento resultan adecuados para el dictado de este posgrado.

CONEAU