

RESOLUCIÓN Nº: 217/10

ASUNTO: Acreditar la carrera de Especialización en Marketing, de la Universidad de San Andrés, Departamento de Administración, que se dicta en la localidad de Victoria, Prov. de Buenos Aires.

Buenos Aires, 12 de abril de 2010

Carrera N° 20.292/08

VISTO: la solicitud de acreditación de la carrera de Especialización en Marketing, de la Universidad de San Andrés, Departamento de Administración, que se dicta en la localidad de Victoria, Prov. de Buenos Aires, el informe del Comité de Pares, y lo dispuesto por la Ley 24.521, la Resolución del Ministerio de Cultura y Educación N° 1168/97, la Ordenanza N° 045 - CONEAU y la Resolución N° 741 - CONEAU - 07, y

CONSIDERANDO:

1. Características de la carrera

La carrera de Especialización en Marketing, de la Universidad de San Andrés, Departamento de Administración, se inició en el año 1994 y se dicta en la localidad de Victoria, Prov. de Buenos Aires. Propone una modalidad presencial y su dictado es de carácter continuo. Cuenta con reconocimiento oficial y validez nacional del título (R.M. N° 1612/04).

Las carreras de grado que se dictan en la unidad académica son Licenciatura en Administración de Empresas (con título oficialmente reconocido mediante R.M. N° 1610/91); y Contador Público (con título oficialmente reconocido mediante R.M. N° 1123/95). Las carreras de posgrado que se dictan en la unidad académica son Especialización en Gestión Estratégica de los Recursos Humanos (acreditada mediante Res. CONEAU N° 053/05); Maestría en Estudios Organizacionales (con dictamen favorable de la CONEAU en oportunidad de su presentación como proyecto); Especialización en Organizaciones sin Fines de Lucro (acreditada mediante Res. CONEAU N° 680/99); Especialización en Management Estratégico (acreditada mediante Res. CONEAU N° 668/04); Especialización en Gestión de Servicios Tecnológicos y de Telecomunicaciones (con dictamen favorable de la CONEAU en

oportunidad de su presentación como proyecto); Maestría en Administración de Negocios (acreditada como proyecto mediante Res. CONEAU N° 443/05); Maestría en Organizaciones sin fines de Lucro (presentada ante la CONEAU y en proceso de evaluación); Maestría en Gestión de Servicios Tecnológicos y de Telecomunicaciones (con dictamen favorable de la CONEAU en oportunidad de su presentación como proyecto); Maestría en Marketing y Comunicación (con dictamen favorable en oportunidad de su presentación como proyecto); Maestría en Gestión de Recursos Humanos (aún no presentada ante la CONEAU a efectos de su acreditación).

Se presenta la siguiente normativa: Res. Rectoral N° 98/95 de creación de la carrera, Res. Rectoral N° 18/08 de modificación del plan de estudios y Reglamento Interno de la carrera con los Anexos I y II correspondientes y Ordenanza N° 3/03 de aprobación del reglamento de posgrado con el anexo.

La estructura de gobierno está conformada por un Director, una Coordinadora Académica, un Consejo Asesor integrado por 3 miembros y un Consejo Académico integrado también por 3 miembros.

El Director tiene títulos de Licenciado en Economía, expedido por la Universidad de Buenos Aires, Magister en Economía por el Instituto Tecnológico de Israel y Especialista en Marketing e Investigaciones de Mercado por A.C Nielsen Lucerna International. Tiene experiencia en gestión académica y trayectoria en docencia universitaria. Ha dirigido trabajos de posgrado, ha participado en proyectos de investigación como director y como investigador. Ha desarrollado experiencia profesional en el ámbito privado. Su producción científica comprende la publicación de 10 artículos en revistas sin arbitraje y un libro.

La modificación del plan de estudios fue aprobada en el año 2008, por Resolución N° 18 del Rectorado. La duración de la carrera es de 10 meses, con un total de 420 horas obligatorias (250 teóricas y 170 prácticas).

Para el ingreso a la carrera se exige que el aspirante posea título de grado y competencia en la lectura y comprensión oral del inglés, además aprobar el examen de admisión (examen de lógica matemática y de idioma castellano).

La modalidad de evaluación final consiste en la elaboración de un trabajo final. El plazo para la aprobación de esta evaluación es de 18 meses, una vez finalizadas las actividades curriculares previstas.

Los ingresantes a la carrera, desde el año 1996 hasta el año 2008, han sido 625. El número de alumnos becados asciende a 16 y la fuente de financiamiento es la Universidad de San Andrés. Los graduados, desde el año 1996, han sido 296. Se anexan 2 trabajos completos, 3 índices y 10 fichas de trabajos finales.

El cuerpo académico está formado por 25 integrantes, 22 estables y 3 invitados. De los estables, 7 poseen título máximo de doctor, 12 título de magister, 1 título de especialista y 2 título de grado. De los invitados, 1 tiene título máximo de doctor, 1 título de especialista y 1 título de grado. Los integrantes del cuerpo académico se han formado y han desarrollado su trayectoria en las áreas disciplinares de Administración, Economía, Sociología, Estadística, Ciencias Contables, Marketing, Ciencias de la Comunicación. En los últimos cinco años 10 han dirigido tesis de posgrado, 17 cuentan con producción científica y 16 han participado en proyectos de investigación. Cuatro tienen adscripción a organismos de promoción científico – tecnológica y 19 han desarrollado experiencia en el ámbito no académico, (ámbito privado y ámbito público).

La biblioteca dispone de 2083 volúmenes vinculados con la temática del posgrado y 16 suscripciones a revistas especializadas. El posgrado posee un Laboratorio de Tecnología Informática que está disponible para el uso de los alumnos.

Se informan 7 actividades de investigación que pertenecen al Departamento de Administración y 3 de transferencia desarrolladas en el ámbito de la institución, de las cuales participan docentes y alumnos.

La carrera ha sido evaluada anteriormente por la CONEAU y acreditada por Res. N° 411/00. En esa oportunidad se recomendó revisar la bibliografía de las asignaturas, implementar medidas para posibilitar la graduación de los alumnos dentro de los plazos establecidos, garantizar que el trabajo final sea integrador y promover convenios con instituciones para realizar pasantías.

2. Evaluación global de la carrera

En la unidad académica, existe un desarrollo académico adecuado en el área temática de la especialización presentada.

Teniendo en cuenta la distribución de las responsabilidades y de las funciones asignadas a los distintos componentes, la estructura de gestión de la carrera es adecuada.

La normativa es suficiente y pertinente para regular el desarrollo del posgrado.

La forma de organización de las actividades curriculares es adecuada para una Especialización. La carrera comparte 12 asignaturas con la Maestría en Marketing y Comunicación. La correlación entre el diseño del plan, su duración total y su distribución en el tiempo es adecuada. Los contenidos de los programas de las actividades curriculares y la bibliografía consignada son suficientes y actualizados. Existe un ajuste adecuado entre el plan de estudios y la denominación del posgrado aunque en la Res. Rectoral N° 18/08 se señala que el título a otorgar es el de Especialista en Marketing con especificación del título de grado. Esto no se considera adecuado pues la Especialización no tiene vinculación con los títulos de grado.

Las actividades de formación práctica son adecuadas para este posgrado. Consisten en análisis de videos, diversas dinámicas de grupo, análisis de casos reales actuales y casos aportados por la cátedra, entrenamiento en el manejo del paquete estadístico SPSS, asistencia de invitados especiales que aportan su experiencia práctica en empresas.

Dada la diversidad de títulos que admite la carrera, es necesario que los mecanismos de admisión garanticen un nivel de conocimientos compatible con las exigencias del posgrado.

La carrera cuenta con un plantel docente calificado compuesto por profesores investigadores de alta dedicación en su gran mayoría, con competencia en el área específica de la carrera. Se encuentran algunos además, vinculados a la carrera por su actuación profesional en ese campo.

Los alumnos tienen un perfil bastante heterogéneo, habiendo originalmente cursado carreras diversas desde filosofía hasta ingeniería. Suelen provenir mayormente de la UBA. Todos tienen un fuerte interés por el área de marketing y buscan un cambio profesional. En los últimos años viene aumentando la cantidad de extranjeros, principalmente de Latinoamérica, lo que contribuye a la diversidad del grupo. Tienen en promedio 27 años y 4 años de experiencia laboral. En general es su primer posgrado.

Las aulas son apropiadas y suficientes para el desarrollo de las actividades curriculares.

El fondo bibliográfico especializado que está disponible en biblioteca, el equipamiento y las bases de datos son suficientes.

El equipamiento informático a disposición de los alumnos es adecuado y suficiente.

La modalidad elegida para la evaluación final es de carácter integrador y resulta adecuada para el posgrado presentado. Los trabajos finales adjuntados tienen la calidad apropiada.

Aunque no constituye un requerimiento para una especialización, se informan 3 actividades de transferencia desarrolladas en el ámbito de la institución, en 2 de las cuales participan docentes y alumnos.

Los mecanismos de seguimiento y evaluación de desempeño docente son adecuados. Además, existen buenos mecanismos de seguimiento y supervisión del proceso de formación y de alumnos.

La tasa de graduación es de alrededor del 50% lo que se considera adecuada. En la entrevista con el Director se señaló que la tasa de graduación se ve afectada porque muchos alumnos continúan con la carrera de Maestría pero no cumplen con el trabajo final de la Especialización.

A partir de las recomendaciones efectuadas en la evaluación anterior se han actualizado los programas, se ajustó la modalidad de trabajo final y se mejoró la tasa de graduación.

Por ello,

LA COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN
Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- ACREDITAR la carrera de Especialización en Marketing, de la Universidad de San Andrés, Departamento de Administración, que se dicta en Victoria, Prov. de Buenos Aires, por un periodo de 6 años.

ARTÍCULO 2º.- RECOMENDAR:

- Se expida el título correspondiente sin la especificación del título de grado.
- Se garantice en los ingresantes un nivel de conocimientos compatible con las exigencias del posgrado.

Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria
MINISTERIO DE EDUCACION

ARTÍCULO 3°.- 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 se resuelva al respecto.

ARTÍCULO 4°.- Regístrese, comuníquese, archívese.

RESOLUCIÓN N° 217 - CONEAU – 10