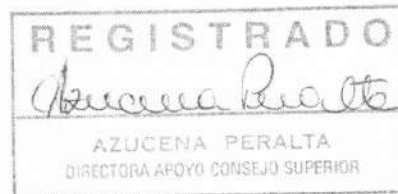




Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



Buenos Aires, 4 de marzo de 2004.

ADECUA EL DISEÑO CURRICULAR DE LA CARRERA LICENCIATURA EN
GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA-DEROGA ORDENANZA N° 962

VISTO la Ordenanza N° 962 que aprueba el diseño curricular de la carrera
Licenciatura en Gestión de la Producción Gráfica, y

CONSIDERANDO.

Que por expediente N° 9252 / 03 la Universidad Tecnológica Nacional solicitó al
Ministerio de Educación el reconocimiento oficial y validez nacional del título
LICENCIADO EN GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA que figuran en la citada
ordenanza.

Que la Dirección Nacional de Gestión Universitaria evaluó la propuesta y envió
oportunamente algunas observaciones con la intención de producir mejoras en la carrera
presentada.

Que la Secretaría Académica y de Planeamiento de la Universidad analizó
las sugerencias recibidas y procedió a efectuar las correspondientes adecuaciones al
diseño curricular.

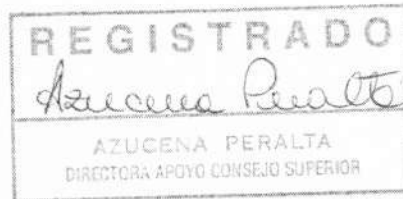
Que la Comisión de Enseñanza avaló la citada adecuación y aconsejó su
aprobación.

Que el dictado de la medida se efectúa en uso de las atribuciones otorgadas por
el Estatuto Universitario


Por ello,



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



2

EL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO DE LA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL

ORDENA:

ARTICULO 1°.- Adecuar el diseño curricular de la carrera LICENCIATURA EN GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA, que se agrega como Anexo I y es parte integrante de la presente ordenanza.

ARTICULO 2°.- Derogar la Ordenanza N° 962

ARTICULO 3°.- Registrese. Comuníquese y archívese.

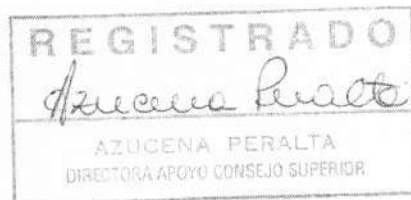
ORDENANZA N° 1011

Ing. HÉCTOR CARLOS BROTTO
RECTOR

Ing. Ing. HÉCTOR RENÉ GONZÁLEZ
Secretario Académico y de Planeamiento



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



ORDENANZA N° 1011

ANEXO I

LICENCIATURA EN GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA

1. MARCO INSTITUCIONAL

1.1. Fundamentos y Justificación de la Carrera

El gran desarrollo del complejo papelerero gráfico se debe, por una parte, a la relación utilidad/precio que le ha permitido imponerse frente a otros materiales en numerosos usos; pero sobre todo, en un mundo preocupado por la defensa del medio ambiente y el máximo aprovechamiento de los recursos, a que se trata de un producto natural, reciclable y biodegradable.

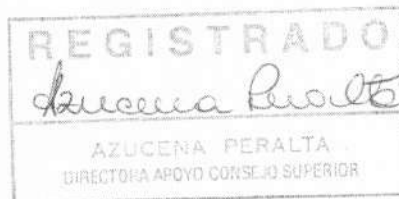
Los bienes gráficos, continuamente presentes en nuestras vidas, satisfacen necesidades de comunicación, culturales, educativas, artísticas, higiénicas, sanitarias, de distribución, almacenamiento y transporte de todo tipo de mercancías. Son los instrumentos de comunicación y cultura por excelencia, sin los cuales no puede entenderse el desarrollo de un pueblo.

Los avances en la transmisión electrónica de datos no han reducido la presencia de los impresos –sino todo lo contrario–. Inicialmente se creyó ver en las nuevas tecnologías al gran enemigo del papel impreso (ordenadores, correo electrónico, fax, etc.). El resultado sin embargo ha sido bien distinto. No sólo se ha demostrado su compatibilidad, sino que además se ha producido un gran impulso en el consumo de papel, soporte básico de la industria gráfica y si observamos los títulos publicados en una muestra importante de países veremos que en los últimos años en USA, México, España, Italia, Alemania, Brasil y Argentina aumentaron la cantidad de títulos publicados.

X



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



4

No siempre somos conscientes de la importancia de los otros productos gráficos como los envases y embalajes en nuestra vida diaria. En forma de cajas y estuches de cartón, sacos, bolsas o expositores, el papel es hoy imprescindible para individualizar y agrupar unidades de venta, dar información sobre el producto, protegerlo, transportarlo y almacenarlo. De hecho, el desarrollo del comercio (hipermercados, marcas, exportación de todo tipo de productos) no hubiera sido posible sin los envases. El consumo de papel para la producción de envases y embalajes ha crecido poco más del 40% en los últimos diez años.

A estos tipos de bienes gráficos hay que añadir un sinfín de variedades de productos especiales como los sellos, los papeles de seguridad –papel moneda, lotería, acciones–.

El consumo de papel y cartón actúa como índice del nivel de desarrollo de un país; no en vano se trata de un producto estrechamente vinculado a la cultura, la educación, la comunicación, el comercio y el transporte, la sanidad y la higiene...

El consumo per cápita mundial ronda los 50 Kg. al año por habitante. En los países en desarrollo, la media es de algo más de 10 Kg. por habitante, mientras en los países desarrollados el consumo medio per cápita supera los 150 Kg.

En Argentina está en el orden de los 33 kg. por habitante por año.

En las tres últimas décadas el consumo de papel creció una media cercana al 6% anual en los países en desarrollo y algo más del 2% en los países desarrollados.

En Argentina se imprimieron en el año 2000 73,9 millones de ejemplares de libros, correspondientes a 13.149 títulos consumiéndose en esos ejemplares 16 mil toneladas de papel.

1.2. Caracterización general de la Industria Gráfica: La Industria Gráfica Argentina comprende bienes finales.

Ediciones gráficas: Libros, Diarios y Revistas; Catálogos y Manuales de



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



5

Instrucción, Guías Comerciales, Folletos, Afiches; Cuadernos para dibujar o colorear; Cartografía; Tarjetas; Sellos de correo, Cheques y Valores;

Impresos Comerciales: Sobres; Envases y estuches (cajas, sacos, bolsas, cucuruchos, fundas para discos), cartonajes de oficina; Libros de registro y contabilidad, talonarios, agendas, memorandos, cuadernos, carpetas, artículos escolares y de oficina; Etiquetas; Naipes.

Se consideran parte de la Industria también los insumos técnicos empleados en el proceso de producción (Fotocromos, Fotolitos, etc.).

Estos productos presentan la característica de la universalidad de su consumo, si bien el grado de analfabetismo y semianalfabetismo constituyen una restricción para su demanda, que afecta con mayor intensidad a los bienes tipo "Ediciones Gráficas".

Los bienes finales producidos por el sector gráfico satisfacen necesidades de orden formativo; informativo; recreativo; científico; técnico; de difusión y transmisión cultural; de promoción y publicidad; de preservación y presentación de productos, institucional, constituyendo a su vez insumos necesarios para el desarrollo de actividades educativas, comerciales, impositivas, financieras, laborales, legales, etc.

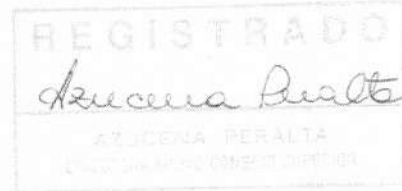
Asimismo participan en el proceso de generación de externalidades positivas, interviniendo en la provisión de bienes deseables como los procesos educativos determinantes para la formación de capital humano y por ende en la tasa de crecimiento de la economía.

Dentro de la estructura del Índice de Precios al por Mayor los bienes finales del sector gráfico participan dentro del sector de Productos Manufacturados Nacionales con un porcentaje equivalente al 4,8 sobre el total del índice.

Registra un crecimiento del 6.6% respecto al Índice de Precios Mayoristas base 1981.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



6

Dentro del Producto Bruto Interno de la Industria Manufacturera, según el cálculo de las Cuentas Nacionales elaborado por el Banco Central de la República Argentina (BCRA) base 1986, tiene una participación total de 2.85%, distribuida en tres subsectores:

Diarios y Revistas	1.19%
Imprenta y Encuadernación	1.56%
Electrotipia y otros servicios relacionados con imprenta	0.10%

1.3. Productos de la Industria Gráfica: Características

Cabe destacar que los cambios en la economía internacional orientados hacia una mayor apertura comercial, globalización y cambio tecnológico muestran una tendencia creciente en el largo plazo de incorporación de bienes considerados no transables al comercio exterior.

Para la industria gráfica nacional el proceso de apertura comercial conlleva a un escenario de mayor transabilidad de sus productos finales, limitado esencialmente por razones de tipo técnico-económicas:

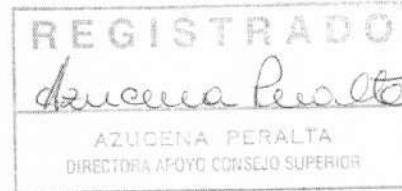
El factor tiempo, limita la producción en el exterior de bienes esencialmente de tipo Ediciones Gráficas, si bien se observó durante la última década una sostenida y creciente tendencia de publicaciones mensuales nacionales a ser impresas en el extranjero.

Esta restricción temporal opera en menor medida sobre los bienes Impresos Comerciales.

Pero a su vez, el volumen demandado por nuestro mercado limita la factibilidad de producción en el exterior de bienes con bajo valor agregado, dado los costos operativos del comercio exterior y del flete.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



7

1.4. Demanda de Ediciones Gráficas

Al estudiar las funciones de demanda de un producto debe analizarse el comportamiento de la demanda de los bienes complementarios (el consumo de un bien implica el consumo de otro; v.g.: viaje en automotor y combustible) y de los bienes sustitutivos (aquellos que en forma alternativa pueden satisfacer similar necesidad; bebidas gaseosas y jugos naturales).

Con relación a los bienes complementarios, el consumo de los bienes Ediciones Gráficas, es tiempo-intensivo. El proceso de lectura implica necesariamente consumir un determinado intervalo de tiempo, notablemente superior al de la mayoría de los bienes de consumo, de precio equivalente. En los últimos años se han producido cambios en cuanto al empleo del tiempo libre, dentro del cual se destaca el mayor consumo de medios audiovisuales (televisión, video, videojuegos, etc.).

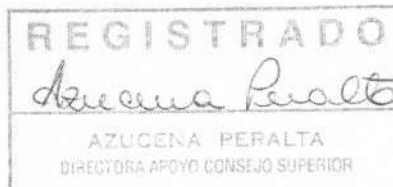
El tiempo potencial de lectura formativa, y en menor medida informativa, evidencia un paulatino incremento dado los profundos cambios que se manifiestan en los procesos productivos.

Frente al anterior modelo industrial fordista, en las últimas décadas, las economías desarrolladas evolucionaron hasta la tercerización donde el trabajador debe producir o elaborar un caudal superior de información en tareas cada vez más cerebro-intensivas; aspectos que conllevan mayor tiempo de lectura al lugar de trabajo.

El nivel de alfabetización y el de tiempo de educación son dos elementos que también explican la necesidad de mayor demanda de bienes Ediciones Gráficas. Un progreso del 1% en los niveles de alfabetización podría traducirse en un aumento del 1% en el consumo anual de estos bienes en los países en desarrollo. Existe una demanda potencial creciente derivada de la asistencia a niveles de educación secundaria, terciaria y universitaria.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



8

Los bienes Ediciones Gráficas tienen una fuerte complementariedad con los procesos de formación e información, difusión y el tiempo potencialmente superior destinado a los mismos.

Con respecto a los bienes sustitutos de las Ediciones Gráficas, el cambio tecnológico ha producido en las décadas recientes la denominada revolución informática, comunicacional y del video; y su acceso a través de pantallas.

Estos medios presentan algunas ventajas sobre los medios gráficos para la faz informativa, de difusión y recreativa, dada la velocidad, facilidad con que permite el acceso de personas iletradas, y economía ya que una vez adquirido el bien durable el costo de acceso estará determinado por el consumo energético y en algunos casos el pago de un derecho mensual relativamente bajo.

Uno de los factores sustitutos de la demanda de Ediciones Gráficas es el rápido crecimiento de las tecnologías del fotocopiado. La reprografía ilegal perjudicó a los editores de libros técnicos y científicos, propios de la enseñanza universitaria.

La competencia entre material gráfico y medios audiovisuales ha llevado a una disminución de la rentabilidad de los primeros, por una desaceleración en el ritmo de crecimiento de sus ventas, y una disminución en la cantidad de publicidad, que se desplaza hacia otros medios de alcance masivo.

Finalmente cabe agregar que otras variables explicativas de la demanda de Ediciones Gráficas en el largo plazo son el crecimiento vegetativo de la población, la prolongación de la edad promedio, la prolongación de la edad de formación, la formación de nuevas familias y la tendencia a hogares con menor cantidad de miembros.

1.5. Demanda de Impresos Comerciales

La función de demanda de los bienes Impresos Comerciales, presenta valores de elasticidad precio levemente superiores a los verificados para los bienes



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



9

Ediciones Gráficas.

La variable explicativa más adecuada es una aproximación al ingreso, el nivel de actividad. Debido a que los Impresos Comerciales son insumos del proceso productivo, su demanda será analizada como derivada de los procesos de producción.

De acuerdo a lo expuesto, en un análisis de más largo plazo, se deben incluir los cambios en la conformación del nivel del tipo de actividad económica. Nuevamente aquí se observa la tendencia a la tercerización dentro de los procesos productivos, ya sea vía incremento del sector servicios o de las actividades administrativas dentro de la industria.

La tendencia decreciente de participación del sector industrial dentro del PBI se explica por efecto-precio, no por efecto-cantidad. Los procesos de innovación tecnológica y de apertura económica permiten una reducción de los precios de venta de los bienes industriales. No obstante, presentan una tasa de crecimiento sostenida en los volúmenes de producción en mercados internacionales globalizados, en los cuales el packaging resulta un elemento crecientemente diferenciador.

Como consecuencia, la tendencia de largo plazo de la demanda derivada de bienes Impresos Comerciales para presentación y preservación de productos por parte de la industria, será creciente.

En tanto el mayor monto de actividad generado en el sector servicios conlleva a una demanda derivada de papelería comercial impresa también en aumento.

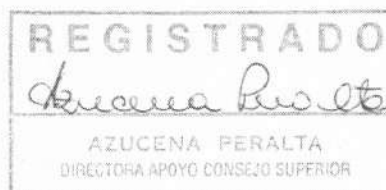
1.6. Función de producción

1.6.1. Escenario actual de la empresa

En la actualidad, el empresario se ve sometido a dos procesos que determinan su comportamiento en el mercado:



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



10

La necesidad de satisfacer al consumidor.

El factor de innovación tecnológica a incorporar en la función de producción, en el proceso y en el producto.

La administración estratégica de las empresas está definida en gran medida por el marketing estratégico, donde las tendencias en la demanda definen la programación de la empresa en el mediano plazo.

La satisfacción al consumidor constituye un concepto globalizador que implica cubrir las necesidades objetivas y subjetivas demandadas al bien o servicio, cumplir con la atención correlacionada con el acto presente y futuro de compra, pago, financiación, entrega, distribución, mantenimiento, asesoramiento, pertenencia, etc.

La satisfacción total del cliente, supone un proceso estratégico de Calidad dentro de la empresa.

El concepto de calidad tradicional se basaba en primer término, en el control de los defectos del producto terminado. Luego este concepto se extiende a la realización de controles de calidad cada vez más amplios en el proceso de producción, en los insumos y finalmente en la planta proveedora de insumos; para lograr el producto de cero defecto.

La Calidad asume lo anterior como un subconjunto, tendiendo a que todo el servicio brindado por la empresa satisfaga las expectativas del demandante. Deberá existir a tal fin una compenetración total de todos los actores del proceso productivo en la búsqueda del mencionado objetivo, lo que implicará, entre otros, un accionar cooperativo con los proveedores y empleados en este esquema estratégico.

Por otra parte el empresario enfrenta un proceso creciente de cambio tecnológico en el proceso: con nuevas posibilidades de insumos, bienes de capital, y formas de producción –series cortas y flexibles–; en el producto; en la comercialización,



con nuevas posibilidades de sistemas de venta, distribución, promoción, financiamiento, servicios post-venta, etc.

El empresario que se ve enfrentando a mercados globalizados, competitivos, sujetos a esta dinámica de demanda y producción debe implementar una estrategia flexible en forma sistemática y sistémica que se adapte a los procesos de cambio descriptos. Esto lleva a generar una organización empresarial horizontal –frente a la estructura de pirámide tradicional– que absorba y transmita el cambio.

Con bienes de capital de tecnología ligada al complejo electrónico, con personal con mayor nivel de capacitación y entrenamiento continuo para toma de decisiones parciales, con una relación cooperativa hacia los proveedores y un marketing estratégico definido por los consumidores.

1.6.2. Estructura de la oferta

La Industria Gráfica Nacional constituye un sector atomizado compuesto por 6.226 empresas con una dotación de personal de 47.511 empleados. El análisis estructural permite observar que el 80% de las empresas emplean a menos de 5 trabajadores, cuya dotación de personal representa el 12% del total.

Los establecimientos de más de 100 empleados representan sólo el 1% y emplean el 50% de los trabajadores del sector.

Localización geográfica de los establecimientos gráficos -CNE 1994-

PROVINCIAS	LOCALES
Totales	7.086
Capital Federal	2.594
GBA	1.793
Pampa Húmeda	2.563
Resto Buenos Aires	956
Entre Ríos	183



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



12

Córdoba	654
Santa Fe	770
NEA	246
Misiones	83
Corrientes	61
Chaco	79
Formosa	23
NOA	295
Salta	74
Jujuy	50
Tucumán	91
Santiago del Estero	44
Catamarca	36
Nuevo Cuyo	452
Mendoza	289
San Luis	53
San Juan	78
La Rioja	32
Patagonia	326
La Pampa	57
Neuquen	77
Rio Negro	79
Chubut	59
Santa Cruz	37
Tierra del Fuego	17

Volumen y Valor de Producción Gráfica

En el período intercensal (C.N.E. '84 / '94) el valor agregado bruto de la Industria Gráfica registra un incremento de 433.1%, triplicando el registrado por valor agregado total de la industria (153.2%). Los Impresos Comerciales impulsan este crecimiento con 442.9% de variación porcentual 94/84, por sobre las Ediciones Gráficas que registran 429.8%.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



13

El sector gráfico participa en el PBI total con 1.33%, mientras su participación en el PBI Manufacturero es 7.3%.

Los datos desagregado del sector permiten observar una participación mayor de las "Ediciones Gráficas" que representan el 5% del PBI Manufacturero (0.89% PBI total), los impresos comerciales representan el 2.3% PBI Manufacturero (0.43% PBI total)

1.7. Características básicas de las industrias de producción gráfica

1.7.1. El Mundo: nuevos paradigmas productivos:

El mundo en general y la sociedad argentina en particular, están preocupados por la reinserción de las PYMES en el sector productivo, y por la influencia de las PYMES en el empleo, en la producción, en el sistema social y en el espacio federal.

Para exponer la situación de las empresas gráficas, sus problemas y proponer líneas de acción nos basaremos en el análisis de la nueva estrategia de producción sectorial, que puede resumirse en el siguiente resumen:

1.7.2. Competitividad

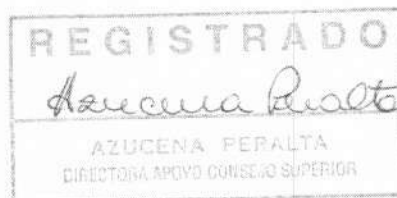
El concepto significativo de la competitividad es la productividad. Su crecimiento sostenido requiere su perfección continua. Pero para ello, la composición del sector productivo juega un papel clave.

Para alcanzar el éxito competitivo, las empresas han de poseer una ventaja competitiva en forma de costos inferiores o bien de productos diferenciados que obtengan precios superiores. El nuevo orden económico ha llevado a la creciente especialización de sectores y segmentos intrasectoriales estrechamente definidos. Pero estos sectores no son simplemente participantes aislados sino sectores específica y estrechamente definidos que impulsan y distribuyen la innovación y la capacitación constante.

1.7.3. Nueva concepción estratégica



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



14

La ventaja competitiva es el resultado de una efectiva combinación de estrategia de empresa y circunstancias nacionales. El país sigue creando el entorno en el cual las empresas puedan alcanzar una ventaja competitiva. La determinación de una ventaja competitiva deriva de percibir nuevas formas de configurar y gestionar todo el sistema de valor.

Las empresas reestructuran o integran sus actividades con las de los proveedores y clientes. Uno de los determinantes de la ventaja en un sector es la existencia de sectores proveedores o sectores conexos que sean internacionalmente competitivos.

1.7.4. Nueva dinámica de la producción

Desde un enfoque tradicional, en el que el stock de factores determinaban la frontera de posibilidades de producción, nos ubicamos, en la actualidad, en otro sistema donde prima el rol protagónico del conocimiento para generar nuevos productos y procesos, agregar valor y capacidad creativa, en un contexto de alta movilidad que traspone las fronteras geográficas. Esto constituye una ampliación de los límites de la frontera de producción. En esta realidad, las economías de escala son insuficientes como fuente de competitividad. La apertura de las economías en un sistema globalizado alteró los patrones de competitividad, encontrando en el conocimiento y la capacitación profesional el principal soporte.

Es importante detenerse en los factores avanzados. Estos factores tienen nuevas características, consecuencia de los elementos "agregados" a los básicos. Son "creados" porque se generan en base a la decisión de los actores sociales para realizarlos. Esto implica que los niveles de los nuevos factores dependerán de las políticas nacionales y de la estrategia sectorial consecuente y que, por lo tanto, sus



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



15

efectos no serán neutrales para el modelo de crecimiento y mucho menos para el desarrollo. El convencimiento de que el nuevo factor de producción absolutamente decisivo y determinante de la productividad es el conocimiento, lleva a Reich a generar la categoría "trabajadores del conocimiento". La calidad y productividad de una economía se apoya cada vez más en el conocimiento científico y los avances en la tecnología.

1.8. Objetivos

La carrera se propone complementar, mediante la articulación curricular, la formación de Nivel Superior no Universitaria de Técnico Superior en Gestión de la Producción Gráfica, y de graduados universitarios intermedios, integrando las capacidades adquiridas en ambos trayectos de la formación profesional en la aplicación al campo gráfico específico.

La Licenciatura en Gestión de la Producción Gráfica tiene como objetivos:

- Preparar profesionales capaces de encarar integralmente el proceso de producción gráfica y multimediática, desde la perspectiva gerencial.
- Desarrollar competencias polivalentes para la dirección de pequeñas, medianas y grandes empresas gráficas y multimediáticas, así como la dirección de áreas o sectores.
- Integrar capacidades para el aprendizaje y el trabajo en equipo.
- Afianzar actitudes positivas para la actualización y perfeccionamiento constante en las áreas tecnológicas y de gerenciamiento.
- Desarrollar capacidades específicas para la investigación científico-tecnológica.
- Promover competencias para la adaptación constante a los cambios en organizaciones complejas.

1.9. Perfil del graduado



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



16

El Licenciado en Gestión de la Producción Gráfica será un profesional capaz de:

- Abordar con pensamiento estratégico el análisis y resolución de los problemas relacionados con la producción gráfica.
- Integrar los saberes de especialidad, con los conocimientos científico-tecnológicos en su aplicación a la realidad industrial gráfica del país y la región.
- Analizar la problemática de la producción gráfica industrial con sentido crítico, creativo y reflexivo sobre sus alcances, posibilidades y perspectivas.
- Interpretar procesos sistemáticamente y transmitirlos con objetividad y precisión.
- Coordinar grupos de trabajo en el contexto de las organizaciones gráficas.

1.10. Alcances del título

La carrera, denominada «Licenciatura en Gestión de la Producción Gráfica», otorga el títulos de «Licenciado en Gestión de la Producción Gráfica».

Se establecen como alcances del título:

- Planificar y organizar el desarrollo de la empresa gráfica como sistema integral.
- Diseñar, gestionar y evaluar proyectos de producción gráfica en su totalidad, incluyendo la creación de nuevos productos y de los procesos requeridos en su realización.
- Gestionar proyectos de desarrollo e investigación tendientes a mejorar la competitividad tecnológica y productiva de la industria gráfica.
- Asesorar en términos técnicos y económicos sobre la conveniencia de innovaciones en la tecnología o en los procesos productivos gráficos.
- Realizar arbitrajes, peritajes y auditorías en cuestiones gráficas.

1.11. Criterios metodológicos



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



17

Considerando lo que hasta hoy se conoce acerca de cómo aprenden las personas, el objetivo no es tanto definir un modelo metodológico único sino buscar tipos de intervención que posibiliten aprendizajes significativos.

Luego de hacer un análisis sobre los medios metodológicos generales proponemos aplicar en cada circunstancia aquellos que mejor respondan a las características, competencias y habilidades del alumnado. Por ello, según cada circunstancia, se pondrán en juego aquellos recursos que mejor respondan a las características, competencias y habilidades de los cursantes.

Se define a la tecnología como la aplicación de procedimientos que, fundados en conocimientos teóricos, se implementan a través de un proceso de uso.

La formación en gestión de la tecnología gráfica y sus procesos de producción, supone un aprendizaje de los procedimientos aplicados a áreas específicas, integrando así lo teórico con lo práctico a partir de las necesidades propias de la especialidad generando un aprendizaje con sentido.

La observación directa, la experimentación, el trabajo en grupo, la realización de proyectos, los talleres, se traducen en escenarios de aprendizaje, según cada etapa o área, y la integración constituye la instancia privilegiada para lograr la mejor articulación y significación de los contenidos.

Un aprendizaje es significativo en tanto se logre establecer la mayor cantidad de vínculos sustantivos, y no arbitrarios, entre los conocimientos previos y los nuevos contenidos del aprendizaje. Por lo tanto, las situaciones educativas que se propongan deberán enmarcarse en un enfoque globalizador y multidisciplinario que permita el mayor número posible de relaciones entre los múltiples y variados conocimientos, disponibles y nuevos. La presentación de los contenidos, como interrelacionados e interrelacionables, facilitará a los cursantes otorgar sentido a lo que aprenden y transferir y aplicar esos



aprendizajes en distintos campos y situaciones.

El aprendizaje estará orientado, entonces, no por decisiones arbitrarias, sino en función de las necesidades de dar respuesta a problemas más amplios que los disciplinares estrictamente; de este modo, los cursantes dispondrán de recursos para la comprensión y actuación en contextos y situaciones reales. En este marco, la práctica profesional será un elemento relevante en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La formación propuesta en el Ciclo de Licenciatura se enmarca en una clara intención educativa: sólo en función de las finalidades de la enseñanza es que se puede dar respuesta a las preguntas ¿qué hay que enseñar? y ¿por qué y para qué hay que enseñarlo?

Los criterios metodológicos se sintetizan en:

-Partir de los conocimientos previos, de allí la importancia de establecer mecanismos de evaluación inicial.

-Proporcionar estímulos positivos en función del "valor" atribuido por el cursante al conocimiento o a una acción a partir de las expectativas de éxito que se perciben en la futura acción.

-Asegurar que el cursante sabe lo que hace.

-Utilizar la metodología que sea más adecuada a cada grupo o tipo de contenido (pues las metodologías no son buenas o malas por sí mismas, sino que ello depende de la elección realizada en cada caso).

-Llevar a cabo una evaluación continua y formativa; y en función de los resultados de la misma (y de la autoevaluación de los cursantes), modificar la propuesta pedagógica (tipo de intervención del profesor, aspectos organizativos del aula, temporalización, actividades, etc.)

1.12. Normas de funcionamiento



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



1.12.1. Condiciones de admisión

Podrán inscribirse al Ciclo de Licenciatura en Gestión de la Producción Gráfica los aspirantes que cumplan con:

a) Títulos

Poseer títulos de Nivel Superior no universitario:

- Técnico Superior en Artes Gráficas (R.M. 890/89 y R.S.E. 583/01)
- Técnico Superior en Gestión de la Producción Gráfica (R.S.E. 442/02)
- Técnico Superior Industrial en Diseño Gráfico (R.M. 530/90)
- Diseñador Gráfico (R.S.E. 584/01 y 444/02)
- Técnico Superior en Gestión de la Producción Editorial (R.S.E. 248/02)
- Poseer títulos universitarios intermedios de carreras de grado que implementa la Universidad Tecnológica Nacional:
 - Analista Universitario de Sistemas
 - Técnico Universitario en Electrónica
 - Técnico Universitario en Química

Los títulos serán analizados por los integrantes de la Coordinación de la carrera para elevar los antecedentes al Consejo Académico, el cual será el Organismo que autorizará la inscripción.

En todos los casos estos títulos base deben corresponder a carreras con una duración no menor a tres (3) años y con una carga horaria no menor a 2100 horas.

b) Ciclo de Articulación o Ciclo Complementario

- Los Técnicos Superiores en Artes Gráficas, Técnicos Superiores en Gestión de la Producción Gráfica, Técnicos Superiores Industriales en Diseño Gráfico, Diseñadores Gráficos y Técnicos Superiores en Gestión de la Producción Editorial deberán cursar, previo al ingreso al Ciclo de Licenciatura, el Ciclo de Articulación, integrado por cuatro (4)



unidades de formación que totalizan 320 horas, con el objetivo de nivelar sus conocimientos en ciencias básicas requeridos para el Ciclo de Licenciatura.

- Los Graduados intermedios deberán cursar, previo al ingreso al Ciclo de Licenciatura, el Ciclo Complementario, integrado por dos (2) unidades de formación que totalizan 320 horas, con el objetivo de brindarles los conocimientos básicos en tecnología y gestión de los procesos gráficos requeridos para el Ciclo de Licenciatura.

c) Competencias previas

- Los aspirantes deberán demostrar ante una comisión ad-hoc del Gabinete de Informática competencias mínimas relativas al manejo de Windows 98 (o similar), procesador de texto (Word o similar), planilla de cálculo con incrustación de objetos y cálculos (Excel o similar) y un Soft de desarrollo de presentaciones (Power Point o similar).

- Asimismo deberán acreditar o aprobar dos (2) niveles de idioma extranjero, preferentemente del idioma Inglés.

1.12.2. Condiciones de la Evaluación, la Promoción y la Graduación

La evaluación es el instrumento con que cuenta el equipo docente para ir mejorando la calidad de la enseñanza. Efectuar el seguimiento de los procesos de enseñanza y aprendizaje implica la realización de evaluaciones que contemplen el punto de partida, la evolución y el tipo y grado de aprendizaje alcanzado.

De este modo la evaluación no es sólo de resultados, sino que se convierte en un proceso integrador que permite el seguimiento continuo y la valoración de todo el recorrido que ha seguido el estudiante.

Se prevén instancias sistemáticas de evaluación al término de cada unidad formativa, escritas u orales, y de evaluación a través de la presentación del proyecto de término de carrera o Tesina.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



21

Las evaluaciones deberán registrarse en actas de examen, cumpliendo con las disposiciones vigentes relativas a las carreras de grado, se utilizará calificación numérica con una escala de UNO (1) a DIEZ (10) y la aprobación será con un mínimo de CUATRO (4).

Se podrán reconocer créditos académicos hasta un máximo de 45% del currículo por seminarios y/o cursos dictados en Instituciones Educativas de relevancia. La acreditación se realizará de acuerdo con lo estipulado en el Régimen de Créditos Académicos de la Universidad Tecnológica Nacional.

Graduación: El cursante ha completado la carrera cuando cumpla con los requisitos académicos exigidos, a saber:

- a) Aprobar la totalidad de asignaturas que conforman el plan de estudios.
- b) Aprobar los Niveles de Idioma Extranjero correspondientes.
- c) Aprobación del trabajo final o Tesina.

1.12.3. Condiciones de implementación

Las Facultades Regionales autorizadas por el Consejo Superior Universitario a implementar la Licenciatura en Gestión de la Producción Gráfica deberán contar con:

- a) Equipo responsable de la Dirección/Coordinación Académica de la carrera.
- b) Cuerpo Docente acorde a la filosofía y exigencias académicas que requiere la carrera.
- c) Infraestructura y equipamiento adecuado que asegure la disponibilidad de laboratorios físico-químicos, de computación y de tecnología gráfica.

1.12.4. Financiamiento

La Licenciatura en Gestión de la Producción Gráfica, por ser una carrera de características especiales, deberá autofinanciarse y se desarrollará en la Universidad Tecnológica Nacional a través de sus Facultades Regionales, las que deberán hacerse