

responsables de la inscripción, recepción y evaluación de las solicitudes de admisión y fijación de los montos de los mismos, así como de brindar el apoyo técnico y administrativo para su dictado.

2. ESTRUCTURA CURRICULAR

2.1 Organización Curricular

El currículo de la Licenciatura en Gestión de la Producción Gráfica se organiza en dos Ciclos:

a) Ciclo de Articulación / Ciclo Complementario

Ofrece una nivelación de la formación de base en cuanto a los conocimientos requeridos para la Licenciatura, diferenciada según el título del aspirante. Duración: 320 horas.

b) Ciclo de Licenciatura

Formación específica, organizada en tres áreas: Tecnología Gráfica, Gestión y Comercialización, integradas por DOCE (12) unidades de formación que contemplan instancias de trabajo áulico, de laboratorio, de práctica profesional supervisada y seguimiento tutorial en la elaboración de tesis, totalizando MIL SETECIENTAS SEIS (1706) horas.

El Ciclo de Licenciatura se organiza a su vez en tres Áreas de Conocimiento:

El Área Tecnológica aborda todos los aspectos que hacen a los procesos técnico-productivos en los distintos sistemas y entornos tecnológicos gráficos, profundizando los conocimientos de base con un enfoque integrador orientado a la planificación y gestión de recursos y procesos involucrados.

El Área de Gestión desarrolla las competencias requeridas para el gerenciamiento de la empresa gráfica en todos sus aspectos, incluyendo la planificación,



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



23

la economía de la empresa, la normativa vinculada con la actividad, y la gestión integrada de la organización.

El Área de Comercialización se concentra en la inserción de la empresa y de sus productos y servicios gráficos en el mercado, tanto en el contexto nacional como internacional, con una perspectiva de desarrollo e innovación.

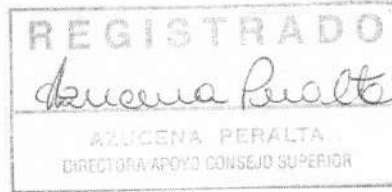
Perfil / Unidades de Formación	Carga horaria	Total
Ciclo de Articulación		320
Ensayos de materiales	64	
Informática y Comunicaciones	64	
Estadística	96	
Físico-Química	96	
Ciclo Complementario		320
Tecnología Gráfica	256	
Administración de la Empresa Gráfica	64	

Ciclo de Licenciatura

Áreas / Unidades de Formación	Carga horaria	Total
Área Tecnológica		930
Procesos Gráficos I	310	
Procesos Gráficos II	310	
Procesos Gráficos III	310	
Área Gestión		384
Planificación Estratégica	64	
Investigación Operativa	64	
Economía de la Empresa Gráfica	64	
Legislación aplicada a la Gráfica	64	
Gestión de Proyectos	64	
Sistemas de Gestión Integral	64	
Área Comercialización		192
Comercialización	64	
Marketing Estratégico	64	



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



Desarrollo de Producto	64	
Taller de Tesina	200	200
Total de horas de formación		2026

Distribución horaria

Ciclo de Articulación

Primer cuatrimestre | 320 horas

Ensayos de materiales

Tecnología Gráfica

Informática y Comunicaciones Administr. de la Empresa Gráfica.

Estadística

Físico-Química

Ciclo de Licenciatura

Segundo cuatrimestre | 502 horas

Procesos Gráficos I

Investigación Operativa

Economía de la Empresa Gráfica I

Legislación aplicada a la Gráfica

Tercer cuatrimestre | 502 horas

Procesos Gráficos II

Comercialización

Planificación Estratégica

Gestión de Proyectos

Cuarto cuatrimestre | 502 horas

Procesos Gráficos III

Marketing Estratégico

Desarrollo de Producto



Sistemas de Gestión Integral

Quinto cuatrimestre | 200 horas

Tesina con seguimiento tutorial

Acreditación horaria

Formación / Actividades	Carga horaria	Total
Tecnicatura Superior		
Trabajo áulico, de taller y de laboratorio	1920	1920
Ciclo de Articulación	320	320
Ciclo de Licenciatura		1706
Práctica Profesional Supervisada:	501	
Total horas de formación		3946

2.2 Estructura Curricular

2.2.1 Ciclo de Articulación [Técnicos Gráficos]

Ensayos de materiales

Objetivos:

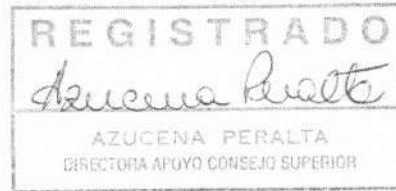
- Conocer, interpretar y realizar ensayos de materiales para la determinación del control de calidad de las materias primas relacionadas con la industria gráfica.
- Conocer los métodos de obtención y aplicaciones de las diferentes materias primas e insumos usados en los procesos gráficos.
- Capacitar en validación y especificación técnica de materias primas e insumos según su adecuación a los procesos productivos y a las exigencias del consumidor final.

Contenidos Mínimos:

Análisis instrumental de control de calidad en materias primas e insumos: soportes celulósicos (papel, cartón y cartulina), soportes no celulósicos (polímeros, metálicos, textiles, cerámicos y vítreos, matrices, adhesivos, soluciones químicas, solventes, films



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



26

fotográficos, tintas en pasta, líquidas, de seguridad y digitales Análisis de printabilidad y maquinabilidad de soportes. Características mecánicas y físico químicas de materiales simples y combinados.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación y análisis de casos propios del ámbito tecnológico; supone además, instancias de evaluación final.

Informática y Comunicaciones

Objetivos:

- Conocer los programas en vigencia para las comunicaciones inter e intraempresa.
- Conocer el funcionamiento de redes e interconexiones de empresas, organismos e instituciones para poder realizar estudios de factibilidad en su implementación.
- Determinar y asesorar técnicamente, dentro del ámbito de su especialidad, con relación a las acciones necesarias para la provisión de suministros.

Contenidos Mínimos:

Fundamentos de redes de área local y de área extensa. Uso de la red. Sistemas en red. Fundamentos de Internet, Intranet y Extranet. Páginas Web: gestión de sitios, publicación electrónica. Informática corporativa. Estándares para el área gráfica: tipos y soluciones múltiples vendedores abierta: JDF, CIP4, CIP3, MIS.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de diferentes conceptos y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Estadística

Objetivos:

- Adquirir los conocimientos estadísticos necesarios para su actividad profesional e



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



27

implemente el análisis estadístico como una herramienta de control exacta.

- Conocer y aplicar diferentes parámetros para el análisis de variables.
- Incrementar su conocimiento lógico-matemático que el será útil para su desenvolvimiento posterior en toda el área de gestión gráfica.

Contenidos Mínimos:

Teoría elemental del muestreo: al azar, con y sin desplazamiento, pequeñas muestras, distribución t de Student, grados de libertad, distribución Chi Cuadrado, distribución muestral de medidas y proporciones. Estimación estadística: grandes muestras, estimas integradas, estimas eficientes, estimas por puntos y por intervalos de confianza para medias y desviaciones típicas. curva de ajuste y mínimos cuadrados: ecuaciones de curvas de aproximación, método libre y de mínimos cuadrados. Teoría de correlación: Correlación y regresión, error típico en la estima, correlación de muestras. Análisis de varianzas: test de F, test de Tukey, test de Duncan, test de Sohoffe, intervalos de varianza y determinación del número necesario de repeticiones.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de informes individuales escritos y su presentación en un coloquio final.

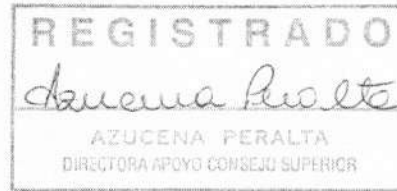
Físico-química

Objetivos:

- Desarrollar la capacidad de investigación y análisis necesarios para la determinación analítica.
- Utilizar su creatividad en la búsqueda de alternativas en distintas situaciones.
- Lograr un correcto manejo del material de laboratorio más comúnmente usado y algunas técnicas de rutina aplicando previamente la resolución matemática-deductiva de las consignas propuestas.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



28

Contenidos Mínimos:

Soluciones: tipos y unidades de concentración: unidades físicas, molaridad, normalidad, molalidad, fracción molar. Ley de Henry. Ley de Rault. Propiedades coligativas. Presión Osmótica. Electrolitos fuertes y débiles. Grado de disociación. Sistemas coloidales: clasificación, estructuras, equilibrios de peptización-floculación, adsorción. Reacciones fotoquímicas. Compuestos orgánicos: hidrocarburos, funciones nitrogenadas, oxigenadas, derivados carbonilados y carboxilado. Acústica: producción y propagación del sonido, velocidad del sonido, variación de presión y desplazamiento, intensidad, diagrama de audición y espectograma, tono y timbre, batidos o pulsaciones. Hidrotáctica. Hidrodinámica. Calor. Electrónica: efecto termoiónico y fotoeléctrico. Difracción y polarización.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados, su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

2.2.2 Ciclo Complementario [Graduados intermedios]

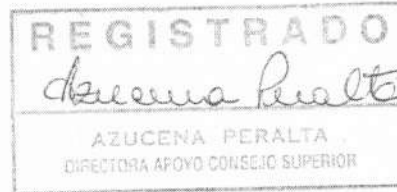
Tecnología Gráfica

Objetivos:

- Ubicar a la Industria Gráfica en el contexto actual y su incidencia en el desarrollo económico del país.
- Conocer la evolución histórica de la imagen gráfica teniendo en cuenta tiempo y espacio en los que ocurrieron los hechos más representativos para su desarrollo.
- Conocer las distintas etapas involucradas en el proceso gráfico.
- Incorporar el conocimiento de los principios teórico-prácticos del funcionamiento de la



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



27

implemente el análisis estadístico como una herramienta de control exacta.

- Conocer y aplicar diferentes parámetros para el análisis de variables.
- Incrementar su conocimiento lógico-matemático que el será útil para su desenvolvimiento posterior en toda el área de gestión gráfica.

Contenidos Mínimos:

Teoría elemental del muestreo: al azar, con y sin desplazamiento, pequeñas muestras, distribución t de Student, grados de libertad, distribución Chi Cuadrado, distribución muestral de medidas y proporciones. Estimación estadística: grandes muestras, estimas integradas, estimas eficientes, estimas por puntos y por intervalos de confianza para medias y desviaciones típicas. curva de ajuste y mínimos cuadrados: ecuaciones de curvas de aproximación, método libre y de mínimos cuadrados. Teoría de correlación: Correlación y regresión, error típico en la estima, correlación de muestras. Análisis de varianzas: test de F, test de Tukey, test de Duncan, test de Sohoffe, intervalos de varianza y determinación del número necesario de repeticiones.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de informes individuales escritos y su presentación en un coloquio final.

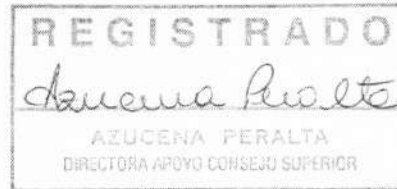
Físico-química

Objetivos:

- Desarrollar la capacidad de investigación y análisis necesarios para la determinación analítica.
- Utilizar su creatividad en la búsqueda de alternativas en distintas situaciones.
- Lograr un correcto manejo del material de laboratorio más comúnmente usado y algunas técnicas de rutina aplicando previamente la resolución matemática-deductiva de las consignas propuestas.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



28

Contenidos Mínimos:

Soluciones: tipos y unidades de concentración: unidades físicas, molaridad, normalidad, molalidad, fracción molar. Ley de Henry. Ley de Raoult. Propiedades coligativas. Presión Osmótica. Electrolitos fuertes y débiles. Grado de disociación. Sistemas coloidales: clasificación, estructuras, equilibrios de peptización-floculación, adsorción. Reacciones fotoquímicas. Compuestos orgánicos: hidrocarburos, funciones nitrogenadas, oxigenadas, derivados carbonilados y carboxilados. Acústica: producción y propagación del sonido, velocidad del sonido, variación de presión y desplazamiento, intensidad, diagrama de audición y espectograma, tono y timbre, batidos o pulsaciones. Hidrotáctica. Hidrodinámica. Calor. Electrónica: efecto termiónico y fotoeléctrico. Difracción y polarización.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados, su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

2.2.2 Ciclo Complementario [Graduados intermedios]

Tecnología Gráfica

Objetivos:

- Ubicar a la Industria Gráfica en el contexto actual y su incidencia en el desarrollo económico del país.
- Conocer la evolución histórica de la imagen gráfica teniendo en cuenta tiempo y espacio en los que ocurrieron los hechos más representativos para su desarrollo.
- Conocer las distintas etapas involucradas en el proceso gráfico.
- Incorporar el conocimiento de los principios teórico-prácticos del funcionamiento de la



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



29

producción gráfica y su implementación en la Industria, atendiendo a los diferentes productos desde el original hasta el producto terminado, sus posibilidades, materiales y desarrollos.

Contenidos Mínimos:

Introducción a la Tecnología Gráfica. Posicionamiento geográfico y económico actual en el país y el mundo. Aplicaciones y campos abarcados. Evolución de la Reprografía. Introducción a las etapas del proceso gráfico: Flujo de trabajo o workflow: Diseño y planeamiento. Color: fundamentos de color, conceptos de física de color, síntesis aditiva, síntesis sustractiva. El color en la reproducción. Pre-Impresión. Impresión. Clasificación y tecnología general de los sistemas de impresión: características físicas básicas de los procesos de impresión y campos de aplicación. Post-Impresión: tipos de terminaciones según los productos. Densitometría y colorimetría.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de informes individuales escritos y su presentación en un coloquio final.

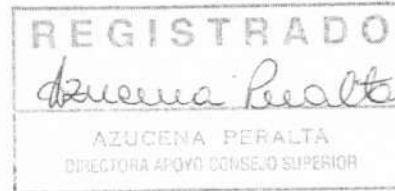
Administración de la Empresa Gráfica

Objetivos:

- Conocer herramientas para el control de una empresa gráfica.
- Desarrollar la capacidad de análisis del negocio gráfico en su conjunto.
- Evaluar los aspectos técnicos económicos de la industria gráfica.

Contenidos Mínimos:

Modelos de empresas. Sistemas de dirección. Sistemas operativos. Objetivos. Orientación. Sentido. Identidad. Filosofía empresarial. Política empresarial. Cultura empresarial. Imagen de la empresa. Sistemas normativos. Sistemas de información. Planificación. Sistemas de control. Los recursos. La producción. El producto.



Administración de la calidad total. TQM. Control de calidad. Uso y desuso de ISO 9000/ISO 14000. Administración de cambios en la industria gráfica. Agentes de cambio. Avances tecnológicos. Comunicación. Just in case vs. just in time. Cambios en el sector gráfico en general en el editorial y el de packaging en especial. Administración financiera. Formas de financiación. Control financiero. Índices. Rentabilidad. Liquidez. Capital de trabajo. Capital propio. Planeamiento a largo plazo. Administración de las ventas. Análisis de ventas. Costos. Control de Costos vs. planeamiento de costos. Inversiones. Decisión de inversiones. Planeamiento. Necesidades. Comparativas.

Capital necesario. Intereses. Amortización. Tipos de inversión. Rendimiento. Capacidad. Productividad. La hoja diaria. Medición de tiempos productivos y no productivos. Grado de ocupación y grado de uso. Administración de personal. Acuerdo sobre objetivos a alcanzar por persona, área y empresa. Herramientas del administrador para la conducción de personal.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de diferentes procedimientos de determinación de calidad y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

2.2.3 Ciclo de Licenciatura

2.2.3.1 Área Tecnológica

Procesos Gráficos I

Objetivos:

- Proyectar, determinar especificaciones técnicas, dirigir y controlar la instalación de aparatos, máquinas y equipos para la fabricación de los distintos productos gráficos.
- Conocer con profundidad las distintas fases de la gestión de la producción gráfica.
- Efectuar investigaciones que propendan al desarrollo de la tecnología en la empresa



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



31

gráfica.

- Realizar calibraciones de los dispositivos y equipos empleados en el proceso gráfico.
- Proporcionar asistencia de carácter técnico a los responsables de las diferentes áreas de gestión empresarial en el área de Rotograbado y Serigrafía.

Contenidos Mínimos:

Rotograbado y Serigrafía: gestión de procesos; manejo de materiales e insumos, distribución de tiempos, organización, control y calibración de equipos utilizados a en el proceso. Gestión de color y producción: factores que intervienen y su control. Introducción de grandes formatos y trabajos semicomerciales. Estimación de tiempos de preparación y puesta a punto de máquina. Operaciones claves en el área de impresión y post-impresión: identificaciones y controles. Análisis y comparación cualitativa con otros procesos. Acabados especiales y convencionales en y fuera de línea: tecnología e implementación en otros mercados. Automatización de procesos; controles electrónicos, mecánicos e hidráulicos. Evaluación técnica para la implementación de reformas, reingeniería, actualizaciones e innovaciones en el proceso gráfico.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados y su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

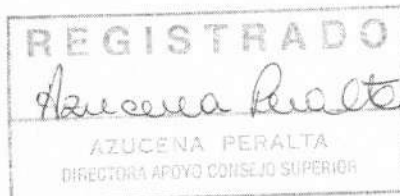
Procesos Gráficos II

Objetivos:

- Proyectar, determinar especificaciones técnicas, dirigir y controlar la instalación de aparatos, máquinas y equipos para la fabricación de los distintos productos gráficos.
- Conocer con profundidad las distintas fases de la gestión de la producción gráfica.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



32

-Efectuar investigaciones que propendan al desarrollo de la tecnología en la empresa gráfica.

-Realizar calibraciones de los dispositivos y equipos empleados en el proceso gráfico.

-Proporcionar asistencia de carácter técnico a los responsables de las diferentes áreas de gestión empresarial en el área de Offset y Flexografía.

Contenidos Mínimos:

Offset y Flexografía: gestión de procesos; manejo de materiales e insumos, distribución de tiempos, organización, control y calibración de equipos utilizados a en el proceso.

Gestión de color y producción: factores que intervienen y su control. Introducción de grandes formatos y trabajos semicomerciales. Estimación de tiempos de preparación y puesta a punto de máquina. Operaciones claves en el área de impresión y post-impresión; identificaciones y controles. Análisis y comparación cualitativa con otros procesos. Acabados especiales y convencionales en y fuera de línea: tecnología e implementación en otros mercados. Automatización de procesos; controles electrónicos, mecánicos e hidráulicos. Evaluación técnica para la implementación de reformas, reingeniería, actualizaciones e innovaciones en el proceso gráfico.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados y su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Procesos Gráficos III

Objetivos:

-Proyectar, determinar especificaciones técnicas, dirigir y controlar la instalación de aparatos, máquinas y equipos para la fabricación de los distintos productos gráficos.



- Conocer con profundidad las distintas fases de la gestión de la producción gráfica.
- Efectuar investigaciones que propendan al desarrollo de la tecnología en la empresa gráfica.
- Realizar calibraciones de los dispositivos y equipos empleados en el proceso gráfico.
- Proporcionar asistencia de carácter técnico a los responsables de las diferentes áreas de gestión empresarial en el área de Impresión Digital y Sistemas no convencionales.

Contenidos Mínimos:

Impresión Digital y Sistemas no convencionales: gestión de procesos; manejo de materiales e insumos, distribución de tiempos, organización, control y calibración de equipos utilizados a en el proceso. Situación de la pre-impresión. Formatos Gráficos intermedios: EPS, DCS, Tiff-IT, PDF. Configuraciones específicas. Esquematización de grupos de impresión múltiples: flexografía, letterpress, serigrafía, hot-stamping, troquelado. Sistemas CTP, CTFlexo, CTPress. Gestón de color y producción: factores que intervienen y su control. Introducción de grandes formatos y trabajos semicomerciales. Implementación en el mercado actual: ventajas y desventajas. Impresión bajo demanda. Análisis y comparación cualitativa con otros procesos. Acabados especiales y convencionales en y fuera de línea: tecnología e implementación en otros mercados. Automatización de procesos; controles electrónicos, mecánicos e hidráulicos. Evaluación técnica para la implementación de reformas, reingeniería, actualizaciones e innovaciones en el proceso gráfico.

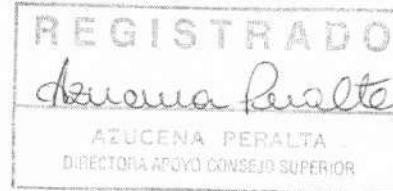
Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados y su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

2.2.3.2 Área de Gestión



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



34

Planificación Estratégica

Objetivos:

- Proyectar, implementar y evaluar el proceso destinado a la producción de bienes y servicios.
- Realizar la planificación, organización, conducción y control de gestión del conjunto de operaciones necesarias para la producción.
- Realizar estudios de factibilidad en la implementación de nuevos procesos de producción de bienes y servicios gráficos.

Contenidos Mínimos:

Definición del negocio mediante la redacción de la Misión. Diagnóstico (FODA- factores críticos del éxito actual y futuro). Desarrollo de una Visión Empresarial. Definición de Valores Empresariales.

Transformación de la Visión en Estrategia y ubicación en el centro del Proceso Gerencial. Funciones gerenciales y de Dirección. Conceptos sobre el "Tablero de Comando Balanceado" (TCB) y perspectivas. TCB como integrador de emprendimientos. Validación de la Estrategia a través de las relaciones causa-efecto. Objetivos estratégicos, indicadores, inductores e iniciativas estratégicas. Sistemas de Remuneración Variable. Ejemplos de implementación de TCB.

Evaluación:

La evaluación contempla la realización de informes escritos desarrollados a través de dinámicas grupales y la defensa de un trabajo final grupal en forma de coloquio.

Investigación Operativa

Objetivos:

- Programar y organizar el movimiento y almacenamiento de materiales para el desarrollo del proceso productivo y de los bienes industrializados resultantes.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



35

-Participar en el diseño de productos en lo relativo a la determinación de la factibilidad de su elaboración industrial.

-Determinar las condiciones de instalación y de funcionamiento de redes que aseguren el conjunto de las operaciones necesarias para la producción y distribución bienes.

-Establecer especificaciones de equipos, dispositivos y elementos de protección y control en su utilización.

Contenidos Mínimos:

Investigación operativa y toma de decisiones. Modelos cuantitativos. Procesos de solución. Modelo de programación lineal. Modelos de transporte y asignación. Modelos de inventario. Modelos de líneas de espera. Teorías de redes: nociones sobre Teoría de Grafos. Optimización. Casos de minimización y maximización. Administración de proyectos por análisis de redes.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de diferentes procedimientos y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Economía de la Empresa Gráfica

Objetivos:

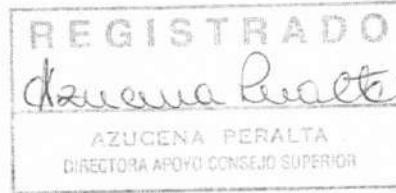
-Colaborar con el diseño y tácticas financieras y económicas para la dirección de la Empresa gráfica, así como el análisis y evaluación de proyectos de inversión no financieros y financieros nacionales o internacionales.

--Realizar el seguimiento y análisis del planeamiento de recursos humanos y evaluación económica de los respectivos proyectos.

-Colaborar en el seguimiento y análisis entre los precios, el riesgo y las rentabilidades de activos y pasivos financieros, problemas económicos, localización estructura competitivas



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



36

de mercado.

-Evaluar y analizar las campañas de marketing para los servicios que brinda la empresa gráfica.

-Preparar, implementar, exponer y controlar el presupuesto financiero.

Contenidos Mínimos:

Microeconomía. Economía; actos y leyes económicas. Teoría de demanda. Necesidades, clasificación ley general de la demanda. Teoría de la utilidad. Preferencia revelada. Teoría de la producción. Función. Producto total, medio, y marginal. Rendimientos a escala. Teoría de costos. Teoría de los mercados. Mercado: concepto y clasificaciones. Mercado de competencia perfecta. Mercado de monopolio. Monopolio de oferta. Equilibrio de la empresa en el corto y largo plazo. Demanda y oferta de insumos. Fijación de retribución y del nivel de empleo de los factores, según la combinación de mercados.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de diferentes procedimientos y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Legislación aplicada a la Gráfica

Objetivos:

-Conocer, implementar y controlar la normativa vigente para los temas relacionados con el personal y la producción, así como en el cuidado del medio ambiente.

-Colaborar en la redacción de normas para el control de calidad y protección del medio ambiente, en lo referente a su especialidad.

Contenidos Mínimos:

Derecho intelectual y Derecho Industrial. Leyes argentinas referentes a estos temas.

Derecho de autor. Marcas. Tipos de marcas. Procedimiento para la adquisición del



derecho marcario y su protección. Cotejo y selección de marcas. Publicidad comparativa. Lealtad comercial ley 22.802. Identificación de mercadería. Ley de defensa del consumidor. Ley de patentes. Modelos y diseño. Concepto de secreto industrial. Pérdida de la novedad.

Legislación Laboral: Remuneraciones y compensaciones. Relaciones gremiales. Evaluación de desempeño. Contrato de trabajo. Desvinculaciones. Derecho colectivo. Distintas formas de negociación colectiva. Formación y retribución en el sector. Análisis de necesidades. Elaboración de un plan de formación a medida. Fuentes de información del plan de formación. Sistemas de retribución. Medicina del trabajo. Higiene y seguridad industrial. Legislaciones internacionales y nacionales vigentes.

Legislación sobre Medio Ambiente: contaminación y corrección. Desarrollo sostenible. Normas vigentes.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados, su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Gestión de Proyectos

Objetivos:

- Realizar estudios de factibilidad para la utilización de sistemas de procesamiento y de instalaciones, maquinarias, e instrumentos destinados a la industria gráfica.
- Realizar el planeamiento, organización y dirección integral del proceso gráfico.
- Realizar la dirección de proyectos par el análisis, diseño e implementación de nuevos procesos y sistemas.

Contenidos Mínimos:

Origen y evolución de la teoría económica vinculada con la evaluación de proyectos.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



38

Tipos de proyectos de inversión. Evaluación financiera y económica de proyectos. Ciclo de un proyecto de inversión: fases y etapas. Organización y presentación del proyecto de inversión. Estudios parciales. Criterios de evaluación financiera y económica. Inversiones y financiamiento. Evaluación privada o comercial de proyectos. Evaluación nacional de proyectos y de su contexto. Optimización de proyectos de inversión y de carteras de proyectos. Proyectos sociales: procesos y evaluación. Evaluación del impacto ambiental de un proyecto de inversión. Inventario ambiental, programa de Vigilancia Ambiental. Control y seguimiento de un proyecto: técnicas de programación, seguimiento y control; evaluación post-proyecto.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados y su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Sistemas de Gestión Integral

Objetivos:

- Lograr una visión general e integral de la empresa gráfica mediante la aplicación de sistemas de control a través de parámetros estadísticos relacionables con la productividad.
- Gestionar sistemas de control integral, especialmente en el área de producción y calidad.
- Gestionar las capacidades y competencias personales y organizativas, facilitando el desarrollo y desempeño integral de los valores humanos, que permitan la relación interpersonal en la empresa.

Contenidos Mínimos:

Gestión de los recursos humanos: Planeamiento estratégico: planificación, ejecución y evaluación. La calidad total y los Recursos Humanos, Entrenamiento de personal.



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



39

Normas de seguridad. Gestión en Seguridad, Higiene y Medioambiente: diagnóstico inicial, implementación de la política ambiental, auditoría y mejora permanente. Sistemas de aseguramiento de la calidad: Manual de Calidad y Manual de Procedimientos. Sistematización de controles específicos. Implementación de sistemas de calidad. Auditorías de la Calidad. Control de gestión: Índices de Capacidad de Procesos (CP, CPK, PP, PPK). Aplicación de Gráficos de Control. TPM (Gerenciamiento productivo Total) y PSP (proceso para la Solución de Problemas) en la Industria Gráfica.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados y su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

2.2.3.3 Área de Comercialización

Comercialización

Objetivos:

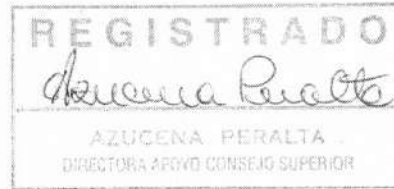
- Colaborar en el análisis y estudio cualitativo de mercado locales, regionales, nacionales e internacionales, así como proyecciones de oferta y demanda de productos y servicios en importación y exportación.
- Colaborar en estudios y proyectos de promoción y políticas industriales y económicas con respecto a la comercialización.
- Analizar estudios referentes a publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y servicios, en lo que se refiere a estrategias y políticas.
- Organizar operativos de comercialización directa.

Contenidos Mínimos:

Sistemas de comercialización en una empresa. Sistema comercial moderno. Modelos de



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



40

comportamiento de compras. Pronóstico de demanda. Decisiones de producto. Decisiones de precios. Decisiones sobre logística. Estrategias de comercialización. Organización del departamento comercial. Control de la comercialización. Introducción al planeamiento estratégico en comercialización.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la presentación de diferentes procedimientos y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Marketing Estratégico

Objetivos:

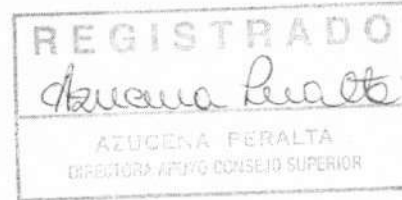
- Evaluar las investigaciones de mercado desde el punto de vista del marketing empresarial.
- Evaluar el actual posicionamiento de la empresa y desarrolle estrategias par mejorar o ingresar a nuevos mercados.
- Colaborar en operativos de publicidad y promociones, asesorando técnicamente en cuanto al producto y servicio a promocionar.

Contenidos Mínimos:

Introducción al concepto de investigación de mercado: método científico de investigación, análisis de situación, prueba piloto, cuestionario, recopilación de datos, definición de muestras, interpretación de resultados. Investigación de producto: metodologías. Investigación publicitaria: aplicaciones pre y post-campaña. Investigación del mensaje y de los medios. Investigación de precios: metodología. Motivación: campos de aplicación y métodos. Sistematización de las investigaciones. Mercados de prueba.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados y su



implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

Desarrollo de Producto

Objetivos:

- Conocer la metodología de desarrollo de producto para implementar un acompañamiento integral a su cliente.
- Asesorar a su cliente en cuanto a nuevos procesos o innovaciones aplicables en su producto a una línea de productos.

Contenidos Mínimos:

Relevamiento y tipos de clientes. Comunicación. Producto: tipos, ciclo de vida, creatividad e innovación. Estrategia de producto. Metodología de desarrollo de producto: diseño, prueba, especificación. Asistencia a clientes: técnica, de desarrollo y toma de decisiones con respecto al producto. Producto y producción: diseño y desarrollo del proceso de fabricación de bienes o servicios. Productividad y eficiencia. Análisis e integración de estrategias y decisiones. Retroalimentación.

Evaluación:

La promoción incluye exposiciones destinadas a la profundización de temas tratados y su implementación en el ámbito de su profesión y la realización de informes escritos a través de dinámicas grupales; supone además instancias de evaluación final.

2.2.4 Régimen de Correlatividades

Ciclo de Articulación	
Para Rendir	Tener Aprobada
Procesos Gráficos I	Ensayos de materiales



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



42

	Físico-Química
Investigación Operativa	Informática y Comunicaciones Estadística

Ciclo Complementario	
Procesos Gráficos I	Tecnología Gráfica
Economía de la Empresa Gráfica	Administración de la Empresa Gráfica

Ciclo de Licenciatura	
Para Rendir	Tener Aprobada
Procesos Gráficos II	Procesos Gráficos I
Planificación Estratégica	Investigación Operativa
Comercialización	Economía de la Empresa Gráfica
Gestión de Proyectos	Legislación aplicada a la Gráfica
Procesos Gráficos III	Procesos Gráficos II
Marketing Estratégico	Comercialización
Desarrollo de Producto	Planificación Estratégica
Sistemas de Gestión Integral	Gestión de Proyectos

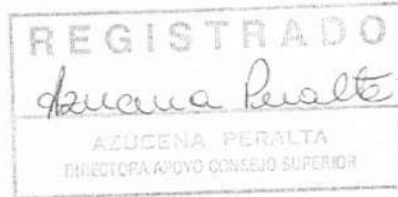
Para la defensa de la Tesina, se deberá tener aprobada la totalidad de las asignaturas que integran el plan de estudios, el segundo nivel de idioma extranjero y un nivel de Metodología de Investigación.

2.2.5. Tesina

La producción, presenta y defensa de la Tesina constituye una instancia de reelaboración y síntesis del ciclo de formación que da cuenta de los niveles de



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



apropiación alcanzados por los estudiantes.

El trabajo final o tesina será dirigido por un profesor que actuará en carácter de tutor o director. El jurado que tendrá a su cargo la evaluación de la tesina estará integrado por tres profesores, uno por la Facultad Regional, otro de Fundación Gutenberg y uno externo a la Universidad. El jurado será designado por el Consejo Académico a propuesta de la Coordinación de la Carrera.
