



RESOLUCION R-Nº 0947-2025

Universidad Nacional de Salta
Rectorado

SALTA, 25 AGO 2025

Expte. Nº 345/2025-ECO-UNSa

VISTO estas actuaciones y el CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS CON ORIENTACIÓN EN HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MARKETING DIGITAL suscripto entre LA MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SALTA y la UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA a través de la FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES; y

CONSIDERANDO:

QUE el presente convenio se celebró en el ámbito del Convenio Marco suscripto oportunamente, para el cursado de la citada Diplomatura. Para ello, la FACULTAD a través de la Secretaría de de Investigación y Extensión y de la Coordinación de Capacitación, propone un espacio de formación para la acción, contribuyendo a mejorar las condiciones económicas de todos aquellos interesados en poner en marcha emprendimientos personales denominado "Diplomatura en Gestión de Emprendimientos con orientación en herramientas de comunicación efectiva y marketing digital", cuyo contenido, fundamentación y demás aspectos programáticos obran como ANEXO I del presente convenio. Los destinatarios del presente curso de formación son ciudadanos con nivel de secundario completo que llevan adelante pequeños emprendimientos, o que tengan ideas de negocio o simplemente que quieren realizar un cambio en su vida para lograr desarrollar un trabajo en forma independiente a la luz de una mirada holista del concepto de desarrollo.

QUE ASESORÍA JURÍDICA de esta Universidad tomó intervención mediante Dictamen Nº 23.251.

QUE la COMISIÓN DE INTERPRETACIÓN Y REGLAMENTO del CONSEJO SUPERIOR emite Despacho Nº 61/2025-CS-IYR-UNSa, aconsejando la aprobación del mencionado convenio.

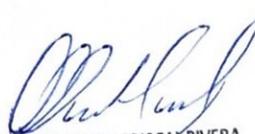
Por ello y atento a lo aconsejado por la SECRETARÍA DE COOPERACIÓN TÉCNICA y RELACIONES INTERNACIONALES y a lo dispuesto por la Resolución CS Nº 093/08,

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS CON ORIENTACIÓN EN HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MARKETING DIGITAL, suscripto entre la MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SALTA y la UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA a través de la FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES, que como ANEXO forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º.- Publíquese en el Boletín Oficial de la Universidad y notifíquese a los interesados. Cumplido, siga a la SECRETARÍA DE COOPERACIÓN TÉCNICA y RELACIONES INTERNACIONALES a sus efectos y archívese.




Cr. JUAN ALBERTO MARISCAL RIVERA
SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA


Mg. MIGUEL MARTÍN NINA
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA


Dra. NELSA MARÍA SARMIENTO BARRIERA
SECRETARIA DE COOPERACIÓN TÉCNICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



ANEXO
RESOLUCIÓN R.Nº 0947-2025
EXPTE. Nº 345/2025-ECO-UNSa



CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA A TRAVÉS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES Y LA MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SALTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS CON ORIENTACIÓN EN HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MARKETING DIGITAL

Entre la **MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SALTA**, representada en este acto por su Intendente **Dr. Jorge Mario Emiliano DURAND**, DNI Nº **25.069.719**, con domicilio en Av. Paraguay Nº 1240 de la Ciudad de Salta, en adelante **LA MUNICIPALIDAD**, por una parte; y la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA** a través de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales, representada en este acto por el Sr. Rector, **Mg. Miguel Martín NINA**, DNI Nº **17.738.750** y por la Sra. Decana de la Facultad **Esp. Teodelina Inés ZUVIRÍA**, DNI Nº **23.365.316**, con domicilio en Av. Bolivia Nº 5150 de la Ciudad de Salta, en adelante **LA FACULTAD**, por la otra parte; ambas denominadas en conjunto **LAS PARTES**, convienen en celebrar el presente convenio en consideración a lo siguiente:

Antecedentes:

Que, oportunamente, la Municipalidad de la Ciudad Salta como la Universidad Nacional de Salta suscribieron un Convenio Marco de Colaboración aprobado por Resolución Rectoral Nº 0685/2020, cuyo objeto es “mancomunar esfuerzos para concretar acciones y proyectos de cooperación institucional, comprendiendo ello todas las actividades necesarias para su organización en cuanto a prestaciones académicas, administrativas, asistenciales, así como las demás acciones que se acuerden en protocolos adicionales”, habilitando para ello la celebración de convenios específicos.

Que **LA MUNICIPALIDAD** tiene entre sus ejes de trabajo acompañar la economía social y el emprendedurismo a través del impulso de programas y capacitaciones en desarrollo y gestión de negocios que promuevan el crecimiento económico de la población y de la ciudad, que garanticen el empleo digno y el trabajo autónomo de calidad, incorporando estándares acordes con un mercado económico y laboral en constante innovación y cambio tecnológico.

Que **LA FACULTAD** tiene entre sus actividades de Extensión Universitaria, estimular acciones de vinculación generando espacios de intercambio entre la comunidad



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



universitaria y la sociedad que la sustenta, mediante acciones que promuevan el cumplimiento del rol social.

Que en virtud de ello **LA FACULTAD** ha puesto en marcha el Dictado de Diplomaturas de Extensión que se consolidan como proyectos formativos extracurriculares, que representan actividades de proyección social, educativa, organizada y sistemática, ofrecidas para satisfacer las necesidades de aprendizaje de la sociedad en su conjunto con el objetivo de promover la democratización del conocimiento y el enriquecimiento de la formación de los participantes.

Que **LA MUNICIPALIDAD**, tiene como función la de promover el desarrollo humano y social dirigido al bien común, fomentando la educación y la cultura en todos sus niveles con el fin de instrumentar los medios para que sus resultados conviertan en realidad una mejor calidad de vida de los habitantes de la comuna.

Que **LA MUNICIPALIDAD**, a través de la Escuela de Emprendedores, está facultada para crear programas de capacitación y formación en oficios que promuevan el desarrollo de los empleados municipales, vecinos, organizaciones públicas y privadas de la ciudad de Salta.

Que, la Coordinación de la Escuela de Emprendedores de la Municipalidad, podrá desarrollar programas de capacitación y formación que generen valor para el desarrollo económico social, cultural y medio ambiental, además de supervisar el funcionamiento y el desarrollo de los dispositivos relacionados a la atención y contención de la comunidad.

Por todo ello, **LAS PARTES** acuerdan celebrar el presente convenio específico para el cursado de la **“Diplomatura en Gestión de Emprendimientos con orientación en herramientas de comunicación efectiva y marketing digital”**, que se regirá por las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OBJETO.-

LA FACULTAD a través de la Secretaría de Investigación y Extensión y de la Coordinación de Capacitación propone un espacio de formación para la acción, contribuyendo a mejorar las condiciones económicas de todos aquellos interesados en poner en marcha emprendimientos personales denominado **“Diplomatura en Gestión de Emprendimientos con orientación en herramientas de comunicación efectiva y marketing digital”**, cuyo contenido, fundamentación y demás aspectos programáticos obran como ANEXO I del presente convenio.

Los destinatarios del presente curso de formación son ciudadanos con nivel secundario

2 | 21



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



completo que llevan adelante pequeños emprendimientos, o que tengan ideas de negocio o simplemente que quieren realizar un cambio en su vida para lograr desarrollar un trabajo en forma independiente a la luz de una mirada holista del concepto de desarrollo.

SEGUNDA: OBLIGACIONES DE LAS PARTES. -

En el marco de la “**Diplomatura en Gestión de Emprendimientos con orientación en herramientas de comunicación efectiva y marketing digital**”:

LA FACULTAD a través de la Secretaría de Investigación y Extensión y de la Dirección de Posgrado y Recursos Propios se compromete a:

1. Dictar la Diplomatura conforme al Contenido Modular previsto en el Anexo del presente convenio y según la metodología detallada en el mismo.
2. Crear un Aula Virtual en la Plataforma Moodle de **LA FACULTAD** para el trabajo asincrónico de seguimiento y consulta entre asistentes y docentes.
3. Poner a disposición el espacio físico para el desarrollo de los encuentros presenciales previstos.
4. Proveer el Aula Zoom para el trabajo interactivo previsto durante el dictado de la misma.
5. Realizar un seguimiento de los asistentes para acompañarlos ante eventuales dificultades.
6. Analizar y valorar la presentación y trabajo de diseños aplicados.
7. Entregar a la Municipalidad el listado de Aprobados de la Diplomatura.
8. Encargarse del diseño e impresión de los certificados para los asistentes y de todas las cuestiones académicas relativas al normal desarrollo del dictado.

LA MUNICIPALIDAD se compromete a:

1. Poner en marcha una convocatoria para alcanzar el cupo de 100 inscriptos que cumplan los requisitos para cursar la mencionada Diplomatura.
2. Dar a conocer a **LA FACULTAD** el listado de participantes a la Diplomatura.
3. Tramitar ante la Universidad el pago de los costos asociados al dictado de la Diplomatura en cuestión.

TERCERA: CLAUSULAS PARTICULARES

1. El presente Protocolo no persigue fines de lucro.
2. Las coberturas de los riesgos de trabajo de los responsables designados para el desarrollo de las actividades que surjan como consecuencia de este Protocolo, estará a cargo de quien designó a cada uno de aquellos responsables.



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



CUARTA: PRESUPUESTO

LA MUNICIPALIDAD se compromete al pago de los costos asociados al dictado de la Diplomatura, por un monto final único, total y definitivo de \$ 9.750.000 (pesos nueve millones setecientos cincuenta mil), el que se distribuirá según el siguiente detalle:

| CONCEPTO | MONTO |
|---|------------------|
| HONORARIOS DOCENTES | 3.000.000 |
| HONORARIOS COORDINACIÓN | 1.000.000 |
| GASTOS MATERIAL DIDÁCTICO E INFORMÁTICO | 1.000.000 |
| GASTOS CATERING TALLERES Y ACTO DE CIERRE Y ENTREGA DE CERTIFICADOS | 2.500.000 |
| SUB TOTAL | 7.500.000 |
| CANON UNIVERSIDAD | 2.250.000 |
| TOTAL | 9.750.000 |

LA MUNICIPALIDAD efectuará los pagos mediante acreditación en la Cuenta Corriente de la Universidad Nacional de Salta en el Banco de la Nación Argentina Nº 4532022622, Sucursal Salta, CBU Nº 0110453420045320226220, y enviará copia del depósito al correo: unsateso@unsa.edu.ar, indicando como destinatario: **FCEJyS-UNSA**.

LA MUNICIPALIDAD efectuará los pagos según el siguiente cronograma:

- 1 (un) pago inicial de **\$3.750.000** (pesos tres millones setecientos cincuenta mil) al comenzar la Diplomatura: **Agosto 2025**.
2. **3 (tres)** pagos de **\$ 2.000.000** (pesos dos millones), en cada uno de los meses de dictado: **Septiembre, Octubre y Noviembre 2025**.

QUINTA: RESPONSABLES DESIGNADOS. -

LA MUNICIPALIDAD designa como responsable a la Lic. Claudia Vilte Domagala, Coordinadora de la Escuela de Emprendedores.

LA FACULTAD designa como responsable a la Cra. Viviana Rodriguez.



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



SEXTA: AUTONOMÍA DE LAS PARTES. -

En todas las circunstancias o hechos que tengan lugar como consecuencia del funcionamiento del presente convenio, **LAS PARTES** mantendrán la individualidad y autonomía de sus respectivas estructuras técnicas y administrativas.

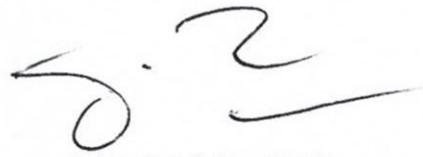
SÉPTIMA: VIGENCIA.-

El presente Convenio tendrá una duración de seis (6) meses a partir de su suscripción, pudiendo oportunamente ser prorrogado automáticamente por igual período y estará condicionado al dictado de los módulos de la Diplomatura conforme al programa que obra en el Anexo del presente convenio, en consideración a que puedan existir situaciones imprevistas que afecten la duración tentativa del proyecto y/o la modificación de su cronograma. _

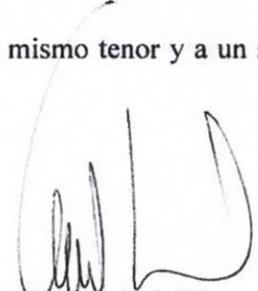
OCTAVA: JURISDICCIÓN.-

LAS PARTES manifiestan que llevarán a cabo de buena fe todas las acciones derivadas del presente convenio, por lo que pondrán todo su empeño para el debido cumplimiento del mismo. En caso de desacuerdos o desinteligencias en la interpretación o implementación del presente, se comprometen a resolverlos directa y voluntariamente entre ellas. En caso de que las eventuales controversias persistiesen, y no se pudiese llegar a entendimiento alguno, **LAS PARTES** deberán someterse a la jurisdicción de los Tribunales Federales de la Ciudad de Salta, con renuncia expresa a cualquier otro fuero o jurisdicción que por cualquier otra causa pudiese corresponder.

En prueba de conformidad se firman tres (3) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto, a los 6 días del mes de agosto del año 2025.

Dr. Jorge Mario Emiliano DURAND
Intendente
Municipalidad Nacional de Salta



Mg. Lic. Miguel Martín NINA
Rector
Universidad Nacional de Salta



Esp. Feodolina Inés ZUVIRIA
Decana
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Soc.



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



ANEXO I

Diplomatura en Gestión de emprendimientos con orientación en herramientas de comunicación efectiva y marketing digital

Fundamentación

Según lo establecen las bases del Estatuto de la Universidad Nacional de Salta, resulta indispensable estimular las actividades de Extensión Universitaria, generando espacios de intercambio entre la comunidad universitaria y la sociedad que la sustenta, mediante acciones de vinculación que promuevan el cumplimiento del rol social de esta institución. Es por ello que, como miembros de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales, se trabajó en la puesta en marcha de una Diplomatura de Extensión Universitaria con participación de profesores y auxiliares de diferentes asignaturas con la finalidad de cubrir una necesidad de capacitación evidenciada en nuestro medio.

Las consecuencias de la paralización de la actividad económica que se ha venido sosteniendo en el tiempo ha impactado a muchas empresas de nuestra provincia, dejando fuera del mercado de trabajo a numerosos actores sociales que necesitan de conocimiento y acompañamiento para lograr su reinserción a la economía. Si a la vez consideramos la vertiginosidad con la que se han desarrollado los canales digitales de comunicación, resulta innegable la necesidad de trabajar para restablecer los vasos comunicantes sociales y productivos. Este nuevo entorno obliga a los emprendedores a atravesar un obligado proceso de alfabetización digital que les permita readaptar sus estrategias de inserción en el mercado o como una alternativa de permanencia y crecimiento de las actividades que se encuentran desarrollando.

Desde la Facultad de Ciencias Económicas se ha elaborado un programa de formación denominado **“Diplomatura en Gestión de Emprendimientos con orientación en herramientas de comunicación efectiva y marketing digital”** orientado a favorecer el desarrollo de habilidades de gestión para emprendedores, contribuyendo no sólo en términos de formación en torno a ciertos contenidos específicos habilitantes para el desarrollo de modelos de negocio de bajo riesgo, rentables y escalables, sino también generando un espacio de alfabetización digital dentro del entorno tecnológico imperante, fortaleciendo las posibilidades de reinserción futura de los emprendedores dentro del mercado de trabajo, o haciendo más rentables y eficientes sus emprendimientos, a partir de la readaptación de sus procesos productivos. Emprender implica asumir desafíos complejos que van más allá del desarrollo de una idea o producto y uno de los más importantes es lograr que el emprendimiento sea visible, valorado y elegido por los consumidores. Para ello, la comunicación efectiva y el marketing digital se convierten en herramientas clave que permiten construir relaciones sólidas con los públicos y fortalecer



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



el crecimiento de los proyectos.

En la región del noroeste argentino, y particularmente en la provincia de Salta, muchas personas emprenden con entusiasmo y creatividad, pero sin contar con una formación específica que les permita comunicar adecuadamente su propuesta de valor o diseñar estrategias de marketing acordes a las dinámicas actuales del mercado. Esta situación puede limitar el alcance, la sostenibilidad y el impacto de sus iniciativas.

La empresa concebida como una mera organización generadora de riqueza y beneficios para sus propietarios, es un concepto que ha quedado incompleto, ya que con el tiempo la forma de hacer negocios ha evolucionado y se ha incorporado la responsabilidad social como un aspecto fundamental de la empresa moderna. El Dr. De Zuani (2016) define a la empresa como “la organización con finalidad económica y con responsabilidad social, generadora de productos y servicios que satisfacen necesidades del ser humano” (p 53).

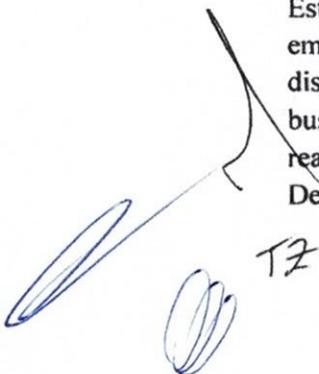
A raíz de esta evolución y de nuevas formas de hacer negocios, y nuevas modalidades de consumo, surge la necesidad de brindar formación en nuevos aspectos, como responsabilidad social, modelo de negocio, trabajo colaborativo, marketing digital y comunicación efectiva, entre otros.

La comunicación efectiva no se limita a transmitir información: implica conectar con las personas desde mensajes claros, coherentes y auténticos, utilizando los medios adecuados, respetando el contexto cultural y apelando a valores compartidos. Para los emprendimientos, comunicar bien significa ser comprendidos, recordados y elegidos. Como señala Costa (2004), “comunicar es construir sentido, posicionar significados y generar vínculos”. Por su parte, el marketing digital ofrece oportunidades concretas para los emprendedores que buscan promocionar sus productos o servicios de manera estratégica, económica y medible. Herramientas como las redes sociales, el email marketing, los anuncios digitales, el marketing de contenidos o el posicionamiento en buscadores permiten crear una presencia digital efectiva, fortalecer la marca y generar engagement con los consumidores (Kotler, Kartajaya y Setiawan, 2017). Uno de los aspectos centrales para lograrlo es comprender con claridad a quién se dirige el emprendimiento. La identificación y análisis del público objetivo, a partir de variables geográficas, demográficas, psicográficas y comunicacionales, permite segmentar con mayor precisión y diseñar estrategias personalizadas.

En este sentido, conceptos como el “Buyer Persona” resultan especialmente útiles para pensar los mensajes desde la perspectiva del cliente ideal y no solo desde el producto.

Esta diplomatura surge como una propuesta formativa orientada a brindar a los emprendedores las herramientas necesarias para fortalecer su presencia en el mercado, diseñar estrategias de comunicación claras y desarrollar campañas digitales efectivas. Se busca generar capacidades prácticas, desde un enfoque accesible y contextualizado a las realidades de nuestra provincia.

De esta manera se redefine el sentido del éxito empresarial, mediante la implementación


TZ


7 | 21



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



de un modelo de negocios que tiene en cuenta tanto su impacto económico, como también social y ambiental. Se busca entonces orientar la actividad emprendedora a un perfil sustentable, comunicacional y social.

El objetivo del trayecto formativo es que los participantes puedan conocer herramientas de gestión de negocios, trabajar una idea de negocio y el proceso necesario para convertir esta idea en un emprendimiento, como así también diseñar y aplicar las mismas en sus propios emprendimientos en marcha. La Diplomatura también aspira a lograr que los participantes puedan diseñar un Plan de Negocio, apropiarse de conceptos como producto, mercado, matriz F.O.D.A., CANVAS, comunicación efectiva, inteligencia artificial y marketing digital que le permitirán evaluar la viabilidad de un negocio, y generar una fuente de ingresos genuinos y mitigando de tal modo, los factores de riesgo y exclusión provocados por el contexto de la emergencia social.

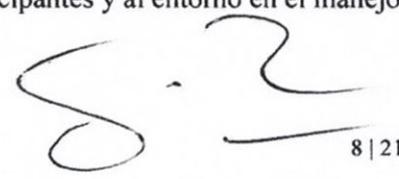
Este trayecto formativo, conlleva la participación conjunta de los docentes, graduados y profesionales especializados del medio, comprometidos con actividades de extensión universitaria de diferentes áreas de conocimiento (contabilidad, administración, impuestos, comunicación, organización, auditoría, derecho societario, costos e informática) con la finalidad de lograr un abordaje integral de las mismas, cargado de sentido práctico.

De este modo se efectuará un trabajo interdisciplinario e intercátedras, para conectar conocimientos e integrar a los profesionales, graduados y docentes (de diferentes cátedras y carreras) para compartir problemáticas comunes y permitir su abordaje desde las perspectivas de las respectivas especialidades, acompañando y motivando a los participantes para que cada uno de ellos pueda realizar un cambio importante de paradigmas.

Se busca, además, incorporar en la formación el uso práctico de herramientas digitales en situaciones que serán cotidianas en el ciclo comercial, de manera que puedan agilizar sus tareas, optimizando su tiempo y contando con cierta ventaja competitiva en el campo laboral.

Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) se han expandido a todos los ámbitos de actuación cotidiana. Las instituciones se deben reinventar cambiar su forma de ser, conocer y estar en el mundo, tal es así que existe una tendencia de los organismos públicos (tales como Agencia de Recaudación y Control Aduanero - ARCA, Dirección General de Rentas -DGR-, Administración Nacional de Seguridad Social - ANSES-, entidades bancarias, entre otros) a agilizar sus procesos mediante la incorporación de plataformas virtuales que evitan en gran medida la realización de trámites presenciales. En concordancia con esta tendencia, se propone aprovechar los beneficios del proceso de virtualización, mediante el dictado de la Diplomatura con modalidad híbrida, logrando así llegar a un mayor número de destinatarios que se puedan beneficiar con la formación propuesta, fortaleciendo a sus participantes y al entorno en el manejo de las nuevas tecnologías.


T2





Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales

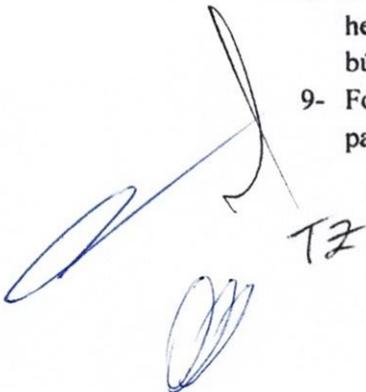


Objetivo General:

Crear un espacio de formación para la acción, contribuyendo a incrementar los conocimientos para que los participantes puedan ingresar a la Economía Emprendedora con la finalidad de mejorar las condiciones de la puesta en marcha de una idea de negocio o de un proyecto emprendedor y alcanzar sus objetivos. La presente Diplomatura está orientada a brindar una visión del ecosistema emprendedor y el cambio fundamental que vivimos en nuestra economía, toda vez que hemos pasado de la Economía Gerencial a la Economía Emprendedora. Se espera que los participantes logren una capacitación integral sobre la gestión emprendedora contemplando a su vez el fortalecimiento de las habilidades blandas de los participantes a través de herramientas útiles de análisis y comunicación, planeamiento, comercialización, técnicas de venta, publicidad y marketing.

Objetivos específicos:

- 1- Promover el espíritu emprendedor y la innovación, fortaleciendo así a la articulación de formación-necesidades del medio, priorizando siempre la conciencia ambiental y social.
- 2- Facilitar la autogestión empresaria de los participantes a partir de la puesta en valor de muchas actividades que poseen grandes potencialidades dentro de nuestra provincia y que se enmarcan en la sustentabilidad ambiental, social y económica.
- 3- Brindar herramientas concretas que permitan a los asistentes llevar adelante su idea/proyecto en el corto plazo con una gestión exitosa de la pequeña empresa.
- 4- Contribuir al desarrollo de ideas de negocio, culminando el armado de un Plan de negocio.
- 5- Brindar herramientas conceptuales y prácticas para que los emprendedores puedan diseñar e implementar estrategias de comunicación efectiva y marketing digital, orientadas a mejorar el posicionamiento de sus productos o servicios, fortalecer su identidad de marca y generar vínculos duraderos con sus públicos.
- 6- Echar luz sobre los mecanismos necesarios para la puesta en marcha de pequeños emprendimientos, y los requisitos para poder formalizarlos.
- 7- Favorecer la concientización en torno al impacto ambiental y social que pudiera tener todo emprendimiento en marcha.
- 8- Promover la alfabetización digital, no solamente a partir del empleo de herramientas de gestión digitales, sino además fortaleciendo los criterios de búsqueda de datos y uso de la información disponible en las redes.
- 9- Fortalecer los vínculos entre docentes de la Facultad de Ciencias Económicas, a partir de intercambios de miradas y del trabajo mancomunado.



TZ





Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



Destinatarios

Los destinatarios del presente curso de formación son ciudadanos que llevan adelante pequeños emprendimientos, o que tengan ideas de negocio o simplemente que quieren realizar un cambio en su vida para lograr desarrollar un trabajo en forma independiente a la luz de una mirada holista del concepto de desarrollo.

Requisitos

Nivel secundario completo.

Cupo de participantes: 100

Metodología:

La Diplomatura se dictará en forma bimodal combinando encuentros virtuales sincrónicos y asincrónicos con talleres presenciales. En cada encuentro, sincrónico y asincrónico, la propuesta metodológica incluye una introducción expositiva teórica para suministrar contenidos necesarios para el desarrollo de actividades prácticas, de manera que los alumnos se introduzcan en los temas a abordar en cada módulo. Los recursos a utilizar serán soportes virtuales tales como el uso de filmas, videos, imágenes y audios, como así también la guía elaborada por los docentes responsables del dictado de cada módulo. El material de lectura que se empleará en los distintos módulos será provisto con anticipación para que los participantes puedan disponer del mismo en forma previa a la clase a los fines de ayudar a la participación o consulta.

Durante el desarrollo de estos encuentros se procurará inducir a los alumnos a participar, ya que de esa manera se estimula el pensamiento crítico respecto a los temas abordados, y a desarrollar habilidades necesarias para el cursado.

La plataforma por la que se desarrollarán los encuentros será Zoom, provisto por el Departamento de Servicios Informáticos y de Tecnología de la Facultad de Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales, la cual permitirá el trabajo en salas de grupos reducidos fortaleciendo el intercambio entre los participantes y asimismo la grabación del encuentro que quedará como material de consulta. El dictado se complementará con el uso de un aula virtual en la Plataforma Moodle de la institución, como medio de comunicación asincrónica con los destinatarios, y la utilización del espacio para la puesta a disposición de material, foros de consultas y actividades prácticas.

Al finalizar la clase, se realizará una puesta en común de los resultados obtenidos, para favorecer el intercambio y que se puedan compartir conocimientos, despejar dudas y concluir sobre la actividad realizada. El rol docente en esta etapa será el de guía, apoyando los aciertos y dilucidando los errores.

Los docentes al finalizar cada módulo dejarán planteadas actividades de seguimiento que permitirán a los participantes resolver situaciones aproximadas a la realidad y que puedan



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



ANEXO
RESOLUCIÓN R. Nº 0947-2025
EXPTE. Nº 345/2025-ECO-UNSa



presentarse en el ejercicio laboral, futuro o actual, con la finalidad de lograr un aprendizaje significativo para un mejor desenvolvimiento laboral.

De esta manera, el Programa de Formación promueve la participación conjunta de los docentes de las diferentes áreas de conocimiento (contabilidad, administración, matemáticas, organización, auditoría, economía e informática) dentro de cada una de las actividades propuestas, a fin de que se logre un abordaje integral de las mismas, cargado de sentido práctico.

Se efectúa así un trabajo intercátedras, para conectar conocimientos e integrar a los docentes y alumnos de diferentes cátedras y carreras para compartir problemáticas comunes y permitir su abordaje desde las perspectivas de las respectivas especialidades, compartiendo nuevas experiencias de aplicación a situaciones reales y concretas.

Propuesta de Trabajo y Duración del Proyecto:

El proyecto está dividido en 5 tipos de actividades:

Clases sincrónicas: Estas clases taller tendrán una periodicidad semanal, los días miércoles de 15 a 18 hs, cuya metodología de trabajo fue descrita en el apartado precedente.

Clases asincrónicas: Estas instancias de aprendizaje son más flexibles brindando a las participantes posibilidades de formación ante problemas de limitación del tiempo que pueden asignar a la capacitación, incrementándose las oportunidades de acceso.

Foros de consultas: que permiten plantear dudas, resolver situaciones específicas, y compartir su aprendizaje entre los participantes.

Actividades de seguimiento docente:

Las actividades de seguimiento y acompañamiento docente son fundamentales toda vez que permiten el éxito en los aprendizajes de los alumnos, porque se traducen como un ciclo de reflexión- acción.

Estas actividades propician las condiciones para que los docentes reflexionen acerca de sus estrategias de enseñanza, permiten el intercambio de ideas con los estudiantes de manera de reforzar con explicaciones y ejemplos, e incorporar nuevas herramientas didácticas que permitan el logro de los aprendizajes esperados en sus alumnos

Encuentros presenciales:

Esta modalidad de enseñanza posibilita el acceso al aprendizaje de una manera significativa, creativa, motivadora y accesible a los alumnos porque se produce a través de la observación y la exploración de situaciones concretas, en un ambiente colaborativo teniendo como finalidad lograr el desarrollo de las competencias necesarias para el desarrollo de los diseños prácticos que les permitirán aprobar la Diplomatura.

Dentro de estas instancias presenciales se incluyen las siguientes actividades:



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



Talleres: que permiten realizar actividades de motivación y prácticas referidas a los diseños objeto de las evaluaciones, con la participación y acompañamiento de los docentes.

Presentación Final: Los participantes elegirán algunos de los diseños de herramientas elaborados durante el cursado, para presentar, comentar y compartir con sus compañeros.

Actividad de cierre: Esta última instancia incluirá la actividad de cierre y entrega de certificados.

Resultados Esperados

- 1) Que los asistentes elaboren su propio portafolio de herramientas.
- 2) Que los asistentes participen en las exposiciones al finalizar las clases sincrónicas.
- 3) Que los alumnos se puedan apropiar de los conocimientos aprendidos y manejar otras herramientas como procesadores de texto, uso de Microsoft Excel, para delinear planes de negocios y desarrollar los diseños aplicados.

Programa de Contenidos y Objetivos

Módulo I EMPRESA, ECOSISTEMA EMPRENDEDOR E IDEA DE NEGOCIO

Objetivos del Módulo

Conocer el concepto y características de un emprendedor, y la importancia de desarrollar ideas de negocios convirtiéndolas en un emprendimiento. Desarrollar habilidades para el armado de un plan de negocio.

- 1.1. Organizaciones: concepto y principales características. Tipos de organizaciones. Empresa: concepto y tipos. Emprendedores: concepto, características y habilidades. Ecosistema emprendedor.
- 1.2. Ideas de negocios. Creando valor desde la idea. Viabilidad de una idea de negocio en un emprendimiento: herramientas y planificación. Plan de negocio

Módulo II EL MERCADO, PRODUCTOS Y SERVICIOS

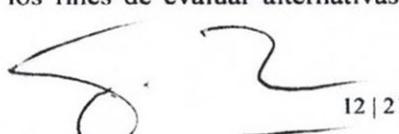
Objetivos del Módulo

Comprender el concepto de mercado, conocer cómo se realiza una investigación de mercado, en qué consiste la segmentación del mercado y cómo incide en un emprendimiento.

Conceptualizar productos y servicios, conocer su clasificación, y entender los procesos productivos y de servicios.

Considerar aspectos de proyección del producto a los fines de evaluar alternativas de


TZ


12 | 21



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



cambios y/o productos complementarios.

- 2.1. Mercado: concepto. Investigación de mercado. Descripción, características. Segmentos de mercados: definición y objetivos. Necesidades y oportunidades de negocios.
- 2.2. Producto y servicio: definición, conceptualización y diseño. Método Design Thinking: definición y fases. Proceso productivo y de servucción. Cadena de valor: definición y análisis. Valor agregado.
- 2.3. Proyección del producto. Análisis y evaluación de alternativas. Extensión y productos complementarios. Impacto en la rentabilidad del emprendimiento.

Módulo III: HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS

Objetivos del módulo:

Incursionar en el uso de herramientas informáticas y bancarias, propias del ciclo comercial. Su implementación como ventaja competitiva.

- 3.1. Procesadores de texto. Uso de Microsoft Word. Configuración de Hoja (Tamaño, márgenes, orientación, encabezados y pie de página, columnas). Estilos de textos. Tabulaciones. Accesos rápidos con el teclado.
- 3.2. Hoja de cálculo. Uso de Microsoft Excel. Configuración de Hoja (Tamaño, márgenes, orientación, encabezados y pie de página, columnas). Funciones: texto, lógicas, búsqueda, conversión, subtotales. Accesos rápidos con el teclado.
- 3.3. Home Banking: Descripción. Atributos diferenciales. Características generales. Requisitos. Alta de nuevo usuario. Servicios vinculados. Preguntas frecuentes. Banca móvil: Descripción. Requisitos. Características generales. Requisitos. Alta de usuario. Servicios vinculados. Preguntas frecuentes.

Módulo IV: COSTOS, PUNTO DE EQUILIBRIO Y RENTABILIDAD

Objetivos del módulo:

Definir los conceptos de costos, costos de producción, costos fijos y costos variables, costos ocultos e improductivos y mostrar con ejemplos prácticos su diferenciación.

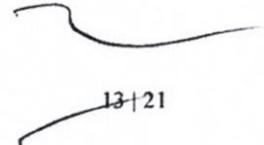
Conocer el concepto de punto de equilibrio y su importancia, y analizar la rentabilidad de un emprendimiento.

- 4.1. Determinación de los costos. Costos Fijos y Variables. Análisis de costos de Producción: materias primas, mano de obra y gastos de fabricación.
- 4.2. Determinación de un punto de equilibrio. Análisis de rentabilidad.
- 4.3. Costos ocultos e improductivos. Alternativas y optimización de costos.



TZ




13/21



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



Módulo V: NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA COMUNICACIÓN. COMUNICACIÓN EFECTIVA

Objetivos del módulo:

Lograr que el alumno logre explorar conceptos claves del marketing digital y reconocer su utilidad para la promoción de productos y servicios. Diseñar estrategias de comunicación acordes al perfil del emprendimiento y/o servicio en un todo de acuerdo a las características del entorno.

- 5.1. Nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación. Uso de tecnologías. Inteligencia Artificial. Ediciones de videos. Redacción en la web. Técnicas de escrituras para presentaciones en redes. Cómo comunicar en línea. Evaluación y selección de aplicaciones para emprendedores.
- 5.2. Comunicación efectiva y su aplicación en contextos emprendedores. Concepto de marketing digital y su utilidad en la promoción de productos y servicios. Distintos tipos de segmentación. Segmentación publicitaria. Herramientas digitales para mejorar la visibilidad e interacción con los clientes. Formas de evaluar el desempeño de las estrategias implementadas a partir de indicadores relevantes.

Módulo VI: ANÁLISIS F.O.D.A. Y C.A.N.V.A.S.

Objetivos del módulo:

Lograr planificar un modelo de negocio mediante la realización de diagnósticos, el reconocimiento de puntos fuertes y débiles, la proyección de la toma de decisiones. Hacer uso del estudio del modelo de negocio en la toma de decisiones, mediante la optimización en el uso de los recursos.

- 6.1. Conociendo mi emprendimiento. Análisis F.O.D.A.: diseño de matriz F.O.D.A., optimización en la gestión del emprendimiento a partir de su estudio.
- 6.2. Modelo de análisis empresarial CANVAS: principales características, diseño del lienzo de trabajo. Potencialidades de su implementación.
- 6.3. Cómo diseñar modelos de negocios sustentables. Emprendimientos de triple impacto. Pilares del emprendimiento del futuro. Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa.

Modulo VII: ESTRATEGIAS DE VENTAS Y CASH FLOW

Objetivos del módulo:

Conocer las estrategias de ventas para maximizar los emprendimientos, y las acciones necesarias para llevar a cabo el proceso de ventas.

Comprender los elementos que conforman un flujo de caja, su estructura y los beneficios

TZ

14 | 21



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



de utilizar un cash flow.

- 7.1. Finanzas personales y del emprendimiento. Flujo de caja: concepto. Estructura y elementos de un flujo de caja: saldo inicial, movimientos de fondos, saldo final. Armado de un presupuesto mensual.
- 7.2. Proyecciones financieras básicas. Evaluación del momento adecuado para invertir. Introducción a herramientas simples (Excel, apps como Trello, Google Sheets o apps de finanzas).

Módulo VIII: CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE UN PROYECTO

Objetivos del módulo:

Identificar herramientas para analizar los recursos, medir el cumplimiento de la Misión, Visión, los avances y el rendimiento de los proyectos. Conocer y aplicar métodos financieros de evaluación de proyectos.

- 8.1. Análisis de situación para el emprendimiento. Estadísticas de ventas. Elaboración de informes. Tablero de control.
- 8.2. Criterios de evaluación de un proyecto. El criterio del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de retorno. Otros medios de evaluación financiera.

Módulo IX MARKETING PARA EMPRENDEDORES

Objetivos del módulo:

Elaborar estrategias de marketing tendientes a una adecuada comunicación de la oferta y la demanda. Conocer a los consumidores y sus hábitos de consumo. Estudio de los productos, aspectos tangibles e intangibles. Conocer las principales herramientas informáticas a implementar en el ciclo comercial de un emprendimiento.

- 9.1. El Estudio de Mercado: Objetivos. El Consumidor. Estrategia Comercial. Análisis de la oferta. Análisis de la demanda. Análisis del Consumidor: Características de los Consumidores Actuales o Potenciales, hábitos de consumo. El proceso de Segmentación de Mercado: concepto y tipos. El producto: definición desde el marketing, tipos, aspectos tangibles e intangibles.
- 9.2. Marketing estratégico y operacional: de un marketing masivo a un marketing hacia mercados meta. Publicidad. Formas de presentación de productos y servicios ofrecidos. Logos y marcas. Uso de redes sociales para publicidad y promoción - Marketing en entornos digitales: Campaña publicitaria en redes sociales.
- 9.3. Herramientas informáticas para edición digital: edición de imagen, audio y video. Programas y aplicaciones de uso gratuito.
- 9.4. Tienda virtual: características principales, alternativas gratuitas para el éxito en las ventas online. Mecanismos y medios digitales de cobranza y pago. Inclusión al sistema bancario.



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



Módulo X: ASPECTOS IMPOSITIVOS DE UN EMPRENDIMIENTO

Objetivos del módulo:

Conocer los aspectos principales a considerar, ante organismos oficiales, en el proceso de inscripción y disolución de un emprendimiento.

- 10.1. Formalización del emprendimiento inscripción ante ARCA. Monotributo. Responsables Inscriptos. Análisis de los elementos que se utilizan para el cálculo de los principales impuestos. Proceso de formación y proceso de disolución de un emprendimiento. Forma adecuada de tramitar la baja en organismos oficiales.
- 10.2. Gestión del personal: aspectos esenciales de la Ley de Contrato de Trabajo. Costos asociados. Inscripción como empleador. Obligaciones de un empleador.
- 10.3. Inscripción ante organismos de control provincial y municipal. Trámites de regularización y habilitación de los negocios. Trámites ante organismos relacionados. Forma de tramitar las bajas ante estos organismos provinciales y municipales.

Módulo XI: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y MARCO LEGAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS

Objetivos del módulo:

- 11.1. Responsabilidad Social Empresaria.
- 11.2. Alternativas societarias para microemprendedores. Proceso de formación y proceso de disolución de un emprendimiento.
- 11.3. Riesgos y responsabilidades que asume un emprendedor.

Módulo XII: HABILIDADES SOCIALES

Objetivos del módulo:

Mejorar la efectividad personal y contar con herramientas y una metodología que potenciará tu capacidad de comunicación, resolución de conflictos, gestión de emociones, toma de decisiones, negociación y acuerdos y gestión de equipos de trabajo.

- 11.1. Coordinación de acciones. Habilidades para crear conversaciones generativas.
- 11.2. Gestión y Resolución de conflictos. Gestión inteligente de emociones
- 11.3. Negociación y acuerdos exitosos. Mejora del desempeño de equipos.

Cronograma tentativo:

Fecha de inicio: **4 de agosto de 2025**

Fecha de cierre: **28 de noviembre de 2025**



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



ANEXO
RESOLUCIÓN R. Nº 0947-2025
EXPTE. Nº 345/2025-ECO-UNSa



Carga horaria

| MODULO | VIRTUAL SINCRÓNICA | VIRTUAL ASINCRONICA | ACTIVIDADES | TOTAL C. HORARIA |
|----------------|-----------------------|------------------------|--------------|------------------------|
| I | 3,00 | | 5,00 | 8,00 |
| II | 3,00 | | 4,00 | 7,00 |
| III | | 4,00 | 6,00 | 10,00 |
| IV | 3,00 | 1,00 | 7,00 | 11,00 |
| V | 3,00 | | 4,00 | 7,00 |
| 1° TALLER | 4,00 | | | 4,00 |
| VI | 3,00 | 2,00 | 10,00 | 15,00 |
| VII | 3,00 | 1,00 | 3,00 | 7,00 |
| 2° TALLER | 4,00 | | | 4,00 |
| VIII | 3,00 | 2,50 | 9,00 | 14,50 |
| IX | 9,00 | 2,50 | 11,00 | 22,50 |
| X | 3,00 | | 5,00 | 8,00 |
| XI | 4,00 | 3,00 | 3,00 | 10,00 |
| XII | 4,00 | | 2,00 | 6,00 |
| 3° TALLER | 4,00 | | 10,00 | 14,00 |
| CIERRE | 2,00 | | | 2,00 |
| TOTALES | 55,00 | 16,00 | 79,00 | 150,00 |

COSTO TOTAL DE CARGA HORARIA

| CAPACITADOR | CANTIDAD HORAS | VALOR HORARIO | TOTAL |
|-----------------------------|-------------------|------------------|---------------|
| CPN Guillermo Alanis | 6 | \$ 20.000,00 | \$ 120.000,00 |
| CPN Fernanda Diaz Guzmán | 8 | \$ 20.000,00 | \$ 160.000,00 |
| Lic. CPN Ramiro Portal | 13 | \$ 20.000,00 | \$ 260.000,00 |
| Lic. Carina Reyes | 8 | \$ 20.000,00 | \$ 160.000,00 |
| Lic. Cecilia Cardozo | 8 | \$ 20.000,00 | \$ 160.000,00 |
| CPN Mariana Tapia | 6 | \$ 20.000,00 | \$ 120.000,00 |
| CPN Rosalía Jaime | 9 | \$ 20.000,00 | \$ 180.000,00 |
| Periodista Eduardo González | 4 | \$ 20.000,00 | \$ 80.000,00 |
| CPN Marcela Bernaski | 6 | \$ 20.000,00 | \$ 120.000,00 |

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



| | | | |
|--------------------------|------------|--------------|------------------------|
| CPN Viviana Rodriguez | 8 | \$ 20.000,00 | \$ 160.000,00 |
| Ing. Fernando Rivera | 8 | \$ 20.000,00 | \$ 160.000,00 |
| CPN Gabriela Fabbroni | 9 | \$ 20.000,00 | \$ 180.000,00 |
| CPN Laura Ocampo | 8 | \$ 20.000,00 | \$ 160.000,00 |
| CPN Analía Isella | 5 | \$ 20.000,00 | \$ 100.000,00 |
| Lic. Rodrigo Palópoli | 13 | \$ 20.000,00 | \$ 260.000,00 |
| Dra. Roxana Ruiz | 3 | \$ 20.000,00 | \$ 60.000,00 |
| CPN Andrea Padra Rosetto | 7 | \$ 20.000,00 | \$ 140.000,00 |
| CPN Sofía Alanís | 4 | \$ 20.000,00 | \$ 80.000,00 |
| Abog. Daniel Mansilla | 11 | \$ 20.000,00 | \$ 220.000,00 |
| Lic. Matías Zuviría | 6 | \$ 20.000,00 | \$ 120.000,00 |
| TOTALES | 150 | | \$ 3.000.000,00 |

Evaluación de las participantes y entrega de certificados

Para la evaluación del programa se tendrán en cuenta tanto la participación de las emprendedoras (medida a través de la asistencia a las clases taller) como la presentación y trabajo de diseños aplicados.

Se prevé la presentación de 8 diseños opcionales que consistirán en:

1. Un plan de negocio
2. Una planificación de ventas.
3. Una Matriz F.O.D.A
4. Modelo CANVAS
5. Un cuadro de análisis y determinación de costos de producción, venta y margen de utilidad.
6. Un cuadro de determinación de punto de equilibrio.
7. Una planilla de ingresos y egresos de fondos.
8. Una tienda virtual o diseño de pautas publicitarias.

Los requisitos alternativos para aprobar el curso y acceder al certificado son los siguientes:

- 1) Tener al menos el 60% asistencia a las clases sincrónicas (asistencia a 8 clases sincrónicas), 2 participaciones en los foros de consultas, asistencia a 2 (dos) talleres presenciales y presentar 1 (un) Diseño aplicado.
- 2) Tener al menos el 45% de asistencia a las clases sincrónicas (asistencia a 6 clases sincrónicas), 2 participaciones en los foros de consultas, asistencia a 2 (dos) talleres presenciales, y presentar 2 (dos) Diseños aplicados.

TZ



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



Evaluación del Programa

Para la evaluación del Trayecto Formativo se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- 1- Una evaluación orientada a valorar la adquisición de ciertos contenidos mínimos que le permitan a los participantes desarrollar ciertas competencias básicas de la gestión emprendedora, a través de las consultas y participaciones de los foros, la realización de las actividades de seguimiento de los docentes y la elaboración de los Diseños.
- 2- Una evaluación cualitativa orientada a analizar la utilidad que los asistentes otorgaron al curso, detectando posibles fortalezas y debilidades. Para ello se trabajará en la elaboración de una encuesta que muestre las expectativas con las que cada participante ingresa al curso, y la valoración de cada participante del desarrollo de los módulos por los docentes, como así también de las actividades propuestas, y las dificultades que enfrentaron para culminar el curso.

Las Diplomaturas de Extensión Universitaria en ningún caso constituyen carreras de pregrado, grado o posgrado ni habilitan el ejercicio profesional o técnico instrumental. En tal sentido, la Facultad de Ciencias Económicas extenderá un Certificado de Aprobación o Asistencia según corresponda, el que no es habilitante para el ejercicio profesional.

Cronograma temporal del proyecto completo: Año 2025

| Mes | AGOSTO | | | | SEPTIEMBRE | | | | OCTUBRE | | | | | NOVIEMBRE | | | |
|-------------|--------|----|----|----|------------|----|----|----|---------|----|----|----|----|-----------|----|----|----|
| | 1° | 2° | 3° | 4° | 1° | 2° | 3° | 4° | 1° | 2° | 3° | 4° | 5° | 1° | 2° | 3° | 4° |
| Semanas | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Módulo I | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Módulo II | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Módulo III | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| Módulo IV | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| Módulo V | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 1° Taller | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | |
| Módulo VI | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | |
| Módulo VII | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | |
| 2° Taller | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | |
| Módulo VIII | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | |
| Módulo IX | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | |

[Handwritten signature]
T2

[Handwritten signature]
19 | 21



Universidad Nacional de Salta
Secretaría de Cooperación Técnica y
Relaciones Internacionales



- Longenecker, J. G. y Otros (2008) – “*Administración de Pequeñas Empresas*”, 13ª ed. – México.
- Marín, C y Maldonado, J. (2018) *Organización formal de una empresa familiar ante el acelerado crecimiento. Localizada en Tartagal (Provincia de Salta). Año 2016.* FCEJyS – UNSa.
- Peralta, J. A. (2013) - *Herramientas para la gestión y costos de los negocios*- Editorial : La Ley.
- Porter, M. E. (2009) *Ser competitivo.* Grupo Planeta (GBS).
- Rojas, P. y Redondo M. (2017) *Cómo monetizar las redes sociales.* Madrid, España. LID Editorial Empresarial.
- Steiman, J. (2009). *Más didáctica en la educación superior.* Bs. As. Miño y Dávila.
- Systrom K.; Krieger M. (2010) Instagram
- Valsecchi, P. y Otros (2005) – “*La Microempresa en el Aula: Proyecto y Gestión de Microemprendimientos*”, 2da ed. – Buenos Aires: Aula Empresarial.
- Zuckerberg M.; Saverin, E.; Moskovitz, D.; McCollum, A., Hughes, C. (2004) Facebook

Dr. Jorge Mario Emiliano DURAND
Intendente
Municipalidad Nacional de Salta

Mg. Lic. Miguel Martín NINA
Rector
Universidad Nacional de Salta

Esp. Teodolina Inés ZUVIRIA
Decana
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Soc.