



# **Plan de Estudios + Contenidos Mínimos**

**Licenciatura en Comercio  
Exterior**



**Universidad de Belgrano**

# Índice

## LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

**Plan de estudios** . . . . . Pág. 3

### Contenidos mínimos de las asignaturas

**1er. Año** . . . . . Pág. 5

ANÁLISIS MATEMÁTICO I  
ANÁLISIS MATEMÁTICO II  
CONTABILIDAD I  
CONTABILIDAD II  
INSTITUCIONES DEL DERECHO  
ADMINISTRACIÓN I  
ADMINISTRACIÓN II  
PRÁCTICA PROFESIONAL I  
PRINCIPIOS DE ECONOMÍA

**2do. Año** . . . . . Pág. 6

MICROECONOMÍA  
COSTOS I  
COSTOS II  
DERECHO COMERCIAL I  
ESTADÍSTICA  
MARKETING I  
MARKETING II  
PRÁCTICA PROFESIONAL II  
DERECHO COMERCIAL II

**3er. Año** . . . . . Pág. 8

MACROECONOMÍA  
INVESTIGACION DE MERCADOS  
REGIMEN TRIBUTARIO ADUANERO  
REGIMENES ECONOMICOS REGIONALES  
CÁLCULO Y ADMINISTRACION FINANCIERA  
DERECHO INTERNACIONAL  
LOGISTICA COMERCIAL  
LOGISTICA INTERNACIONAL  
HABILITACIÓN PROFESIONAL I

**4to. año** . . . . . Pág. 9

FINANZAS INTERNACIONALES  
MARKETING INTERNACIONAL  
NEGOCIOS INTERNACIONALES  
HABILITACIÓN PROFESIONAL II  
TECNICAS DE NEGOCIACION INTERNACIONAL  
MARKETING Y COMERCIO ELECTRONICO  
TRABAJO FINAL DE CARRERA

**Materias optativas de formación general** . . . . . Pág. 10

**Materias optativas de formación específica** . . . . . Pág. 10

## Facultad de Ciencias Económicas

### LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

Plan de Estudios 2004

#### 1er. Año

Código	Materia	Horas semanales
1	ANÁLISIS MATEMÁTICO I	5
2	ANÁLISIS MATEMÁTICO II	5
3	CONTABILIDAD I	4
4	CONTABILIDAD II	4
5	INSTITUCIONES DEL DERECHO	6
6	ADMINISTRACIÓN I	4
7	ADMINISTRACIÓN II	4
8	PRÁCTICA PROFESIONAL I	6
9	PRINCIPIOS DE ECONOMÍA	6

#### 2do. Año

Código	Materia	Horas semanales
10	MICROECONOMÍA	6
11	COSTOS I	4
12	COSTOS II	4
13	DERECHO COMERCIAL I	3
14	ESTADÍSTICA	6
15	MARKETING I	5
16	MARKETING II	5
17	PRÁCTICA PROFESIONAL II	6
18	DERECHO COMERCIAL II	3
	MOFG 1	2

#### 3er. año

Código	Materia	Horas semanales
19	MACROECONOMÍA	6
20	INVESTIGACION DE MERCADOS	6
22	REGIMEN TRIBUTARIO ADUANERO	4
23	REGIMENES ECONOMICOS REGIONALES	6
24	CALCULO Y ADMINISTRACION FINANCIERA	5
25	DERECHO INTERNACIONAL	6
26	LOGISTICA COMERCIAL	4
27	LOGISTICA INTERNACIONAL	4
28	HABILITACION PROFESIONAL 1	6
	MOFG 5	2
	MOFG 6	2

**4to. año**

<b>Código</b>	<b>Materia</b>	<b>Horas semanales</b>
29	FINANZAS INTERNACIONALES	4
30	MARKETING INTERNACIONAL	4
31	NEGOCIOS INTERNACIONALES	4
32	HABILITACION PROFESIONAL 2	8
33	TECNICAS DE NEGOCIACION INTERNACIONAL	4
36	MARKETING Y COMERCIO ELECTRONICO	4
150	TRABAJO FINAL DE CARRERA	2
	MOFG 7	2
	MOFE 1	4
	MOFE 2	4
	MOFE 3	4

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

### LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

#### Contenidos mínimos de las asignaturas

#### 1er. Año

##### 1. ANALISIS MATEMÁTICO I

Funciones de variable real. Conjunto de números reales. Concepto de función. Funciones algebraicas y trascendentes. Límites. Continuidad. Derivada. Diferencial. Fórmulas de Taylor y de *Mc Laurin*. Aplicación a la Administración y la Economía.

##### 2. ANALISIS MATEMÁTICO II

Integral indefinida. Teorema fundamental del cálculo integral. Métodos de integración. Integral definida. Matrices y determinantes. Sistemas, de ecuaciones lineales. Geometría analítica del espacio. Ecuaciones diferenciales y en diferencias finitas. Funciones de varias variables. Derivadas parciales. Extremos relativos Aplicación a la Administración y la Economía.

##### 3. CONTABILIDAD I

Conceptos introductorios. Función y proceso contable. Las cuentas. Clasificación. Principios contables. Registración de operaciones. Cierre del ciclo contable. Balance de sumas y saldos. Normas contables: legales y profesionales. Introducción a su estudio.

##### 4. CONTABILIDAD II

Elaboración de estados contables. Efectos de la inflación. Criterios de valuación. Análisis e interpretación de estados contables. Uso de la información contable para la toma de decisiones. Contabilidad Gerencial.

##### 5. INSTITUCIONES DEL DERECHO

Aspectos conceptuales básicos del Derecho. El Derecho Constitucional. La Constitución Argentina. La organización del Gobierno Nacional. Derecho Civil. Concepto. El Código Civil Argentino. Persona. Domicilio. Capacidad e incapacidad. Fin de la existencia de las personas visibles. Personas jurídicas. El patrimonio. El hecho como fuente del Derecho. Derechos reales. Concepto y evolución de la familia. Sucesiones. Derecho Administrativo. Hechos y actos administrativos. Legislación y reforma del Estado.

##### 6. ADMINISTRACION I

Fundamentos de la administración. Evolución de las ideas en Administración. Las organizaciones: concepto, enfoque y funcionamiento. Liderazgo y comunicación. Trabajo en equipo. Tablero de comando. El comportamiento organizacional. Epistemología de la Administración.

##### 7. ADMINISTRACION II

El proceso de formación de objetivos. Procesos de decisión, planeamiento, influencia, ejecución, información y control. Estructura organizativa. La administración y las organizaciones en la Argentina.

##### 8. PRACTICA PROFESIONAL I

La empresa: concepto y tipos. Creación. Inscripciones en organismos de control y tributación. Funciones que se desarrollan en la empresa. Documentación empleada. El contexto de la empresa: social, político, económico, cultural, tecnológico, ecológico. Mercados. Bolsas de valores. Organismos tributarios y de control. Contexto internacional. La asignatura está orientada a la práctica, valiéndose presentaciones teóricas breves y desarrollándose a través de casos y trabajos de campo.

## **9. PRINCIPIOS DE ECONOMÍA**

La ciencia económica. El hecho económico. Concepto de valor. Unidades económicas. Plan económico de la unidad de consumo. Necesidades. Utilidad. Curvas de indiferencia. Recta del gasto. Equilibrio del consumidor. Demanda individual y de mercado. Elasticidades. Plan económico de la unidad de producción. Factores, productividad. Isocuantas. Costos. Equilibrio. Mercados. Equilibrio del empresario y de la industria.

Los agregados económicos. Producto; consumo; ahorro; inversiones; importaciones; exportaciones. Sus determinantes y relaciones. Moneda. Precios. Interés. Equilibrio general. Distribución del ingreso. Crecimiento y desarrollo.

## **2do. Año**

### **10. MICROECONOMÍA**

Teoría de la conducta del consumidor. Curvas de indiferencia. Restricciones presupuestarias. Obtención de curvas de demanda. Efectos de la variación de. Precios y del ingreso en la conducta del consumidor. Efectos precio, sustitución y renta. Demanda individual y de mercado. Cambios en la cantidad demandada y en la demanda. Elasticidades. Producción. Factores. Isocostos. Equilibrio de la empresa. Senda de expansión. Corto y largo plazo. Costos. Mercados. Equilibrio del empresario y de la industria. Teoría de la distribución. Determinación del precio de los factores de la producción. El equilibrio general

### **11. COSTOS I**

Costos: concepto y metodología básica. El costo en el subsistema de la contabilidad patrimonial y en el de la contabilidad gerencial. Contabilidad de Costos. Los elementos del costo de producción. Los costos de comercialización y administración. Introducción a los métodos y sistemas de costos.

### **12. COSTOS II**

Métodos y sistemas de costos. La relación costo-volumen-utilidades. Costos para la toma de decisiones. Costos para la fijación de precios. Informes de costos.

### **13. DERECHO COMERCIAL I**

Teoría general de los actos de comercio. Obligaciones. Contratos: concepto, características y tipos. Títulos y papeles de comercio. El crédito y la transmisión de bienes y derechos. Garantía económica, esencial, natural, adicional y eventual. Letra de cambio, pagaré, cheque, y otros documentos comerciales. Sociedad comercial: concepto, análisis de los distintos tipos de sociedades.

### **14. ESTADÍSTICA**

Estadística descriptiva. Probabilidades. Variables aleatorias. Principales distribuciones. Inferencia estadística. Pruebas de hipótesis. Estimación de parámetros. Muestreo. Regresión y correlación. Series cronológicas. Pronósticos. Números índices.

### **15. MARKETING I**

Definición. Planeamiento estratégico y proceso de marketing. Investigación y sistemas de información de marketing. Comportamiento de los consumidores. Segmentación de mercados y posicionamiento

### **16. MARKETING II**

Desarrollo de la “mezcla de marketing”. Ciclo de vida y desarrollo de nuevos productos. Fijación de precios de productos. Canales de distribución y administración de la logística. Ventas personales, venta minorista y mayorista, administración de ventas. Estrategias de comunicación. Publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. Marketing directo. Marketing y comercio electrónico.

## **17. PRACTICA PROFESIONAL II**

El ejercicio profesional en Ciencias Económicas. Incumbencias. Código de ética. Desarrollo teórico y práctico de las aplicaciones del Derecho Comercial. Gestión de la calidad. Procesos. Reingeniería empresarial. Introducción a la gestión de productividad. Dada su naturaleza, esta asignatura está orientada a la práctica, valiéndose de presentaciones teóricas breves y desarrollándose mayoritariamente a través de casos y trabajos de campo que permitan al alumno ir adquiriendo un adecuado contacto con la realidad en la que habrá de desempeñarse profesionalmente.

## **18. DERECHO COMERCIAL II**

Temas jurídicos comerciales especiales: protección legal del software; régimen de las inversiones extranjeras; régimen legal de la inscripción y retribución de patentes, marcas y otros activos intangibles. Legislación regulatoria del comercio exterior; promoción industrial: uniones transitorias de empresas (UTE) y agrupaciones de colaboración empresarias.

### ***Materias optativas de formación general***

#### **FILOSOFIA**

La problemática filosófica. El hombre y la filosofía. Alma y Cosmos en el mundo antiguo. El problema del principio y del movimiento. El hombre y las potencias cósmicas. Sujeto y mundo en la Edad Moderna. Razón y experiencia. Los objetos y el hombre en el mundo actual. Neoempirismo. Neopositivismo. Análisis del lenguaje. Los hechos y el lenguaje. La estructura ontológica de la existencia humana. Ser y tiempo. Modernidad y Posmodernidad. La simulación de la cultura.

#### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINION PUBLICA**

Los sistemas sociales y la comunicación: teorías sobre la comunicación masiva. Estructura de los medios de comunicación masiva. Legislación y control. Naturaleza de la opinión pública. Elementos que inciden en la diversidad de opiniones. Teorías sobre opinión pública.

### **3er. Año**

#### **19. MACROECONOMÍA**

Los agregados económicos. Producto, ingreso, consumo, inversión, ahorro. Macroeconomía clásica. Macroeconomía keynesiana. Oferta y demanda monetaria. Gobierno. Economía abierta. Crecimiento. Ciclos económicos. Política monetaria y fiscal.

#### **20. INVESTIGACION DE MERCADOS**

El sistema de investigación de mercados. Propuesta de estudio. Proyecto de investigación. Tipos de investigación. Etapas preliminares. Fuentes de datos. Información secundaria. Muestreo. Medición y causalidad; proceso de medición; medición de actitudes; diseño causales. Obtención de información de los encuestados. Procesamiento de los datos. Análisis univariado, bivariado y multivariado de información. Informes. Medición y pronóstico de la demanda. Investigación de productos y prueba de mercado. Amplitud y alcance de la investigación de mercado internacional. Investigación multicultural. Investigación en Internet.

#### **22. REGIMEN TRIBUTARIO ADUANERO**

Legislación vigente. Régimen impositivo. Régimen financiero. Régimen arancelario de importaciones. Formación de costos. Mecanismos no convencionales. Régimen bancario. Incoterms. Documentos comerciales. Seguros y fletes. Organismos nacionales intervinientes: SICE, Aduana; BCRA, entidades financieras autorizadas, Secretaría de Hacienda, compañías de seguros, cámaras empresarias, organizaciones comerciales (*Tradings*, consorcios, representaciones) Servicio Económico Exterior de la Nación.

#### **23. REGIMENES ECONOMICOS REGIONALES**

Concepto de cooperación e integración económica internacional. Cooperación internacional: el FMI, Banco Mundial y GATT/OMC. Teoría de la integración económica. Régimen económico de la Unión Europea (UE): Estructura institucional e instrumental, su evolución. La política Agrícola Común de la UE, impacto en el comercio exterior argentino y mundial. Regímenes comerciales en América: ALCA, NAFTA, ALADI y MERCOSUR. Estructuras instrumentales e

institucionales. Evolución de las preferencias comerciales a nivel regional y su aplicación al comercio exterior argentino. Cooperación e integración en el área del Pacífico.

#### **24. CÁLCULO Y ADMINISTRACION FINANCIERA**

Conceptos básicos del cálculo financiero. Métodos cuantitativos aplicables a la valuación de activos. Operaciones financieras. Capitalización y descuentos. Métodos de evaluación de proyectos de inversión. Imposiciones, amortizaciones y rentas. Sistema de ahorro y préstamo. Pensiones. Administración financiera. Mercados de dinero y de capitales. Presupuesto de capital; riesgo y rentabilidad; equilibrio de activos financieros. Inversiones. Endeudamiento. Adquisiciones. Fusiones de empresas. Planificación financiera. Decisiones financieras a corto plazo. Gestión financiera internacional. El control de la empresa. Control de gestión; principios y métodos. Sistemas de información gerencial.

#### **25. DERECHO INTERNACIONAL**

Derecho Internacional Público: concepto. La comunidad internacional. Obligatoriedad. Fuentes. El Estado como sujeto. El territorio del Estado Relaciones entre estados. La Comunidad Internacional Organizada. Los foros internacionales. El individuo frente al Derecho Internacional. La responsabilidad internacional. Derecho Internacional Privado: ciencia y autonomía. Ordenamiento iusprivatistas internacional y norma iusprivatista internacional en general. Normas iusprivatistas internacionales especiales.

#### **26. LOGISTICA COMERCIAL**

La logística en el marco de la estrategia de comercialización. Elementos del sistema logístico. Variables relevantes. Integración Comercialización - Producción. Planeamiento comercial. Administración de la fuerza de ventas; zonificación y ruteo. Canales de distribución: concepto y enfoque tradicional comparado con el moderno, modalidades. Política de distribución, su optimización, eficacia y costo. Nivel de actuación y de control sobre el canal. Nivel de cobertura de la distribución: cobertura, aprovisionamiento, stock y fidelización. Resultado de gestión de distribución. Información por producto, por canal, por marca y de nuevos competidores. Interacción de la distribución con publicidad, ventas y otros factores competitivos clave.

#### **27. LOGISTICA INTERNACIONAL**

El transporte internacional: modos, infraestructura y documentación. Definición e impacto de la logística internacional. Canales internacionales de distribución. La cadena de abastecimiento e internet. Instalaciones y elementos de almacenamiento internacional: las zonas aduaneras privilegiadas. Elementos del empaque internacional. Logística contractual. Administración logística integrada, administración centralizada y descentralizada.

#### **28. HABILITACION PROFESIONAL I**

Administración del comercio y el marketing global. Planeamiento estratégico global. Expansión del mercado global: administración de productos y marcas. Planteo de estrategias según los entornos cultural, económico, financiero, político y jurídico. Etapas de la internacionalización de la empresa: empresa nacional, internacional, transnacional y multinacional. Estructura organizacional y toma de decisiones: factores que la afectan. Articulación de la estrategia de marketing internacional con las posibilidades que otorga el marco regulatorio nacional e internacional. La asignatura está orientada a la práctica, valiéndose de presentaciones teórica breves y desarrollándose a través de casos y trabajos de campo.

#### ***Materias optativas de formación general***

##### **ETICA**

El hombre y sus valores éticos. Necesidad de la reflexión sobre la cuestión moral: modernidad, postmodernidad. Presupuestos éticos. Moral pública y moral privada. Problemas morales en la actualidad: el valor de la vida, el aborto, la corrupción, los derechos humanos, etc. El hombre frente a las adicciones, a la tecnificación y al economicismo, como formas de vida. El problema de la diferencia: la discriminación. La vigencia de los valores éticos en el ámbito de las estructuras sociales, políticas, técnicas educativas, etc. Etica, cultura y productividad.

## **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

Concepto de ciencia. Ciencias fácticas y formales. Métodos deductivos y probabilísticos. Fases de una investigación: delimitación del marco teórico, elaboración de hipótesis de trabajo, diseño de la investigación, elección del tipo de prueba, recolección de datos, análisis de los resultados. Elementos básicos para la redacción de un informe de investigación.

## **MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLITICOS DEL SIGLO XX**

La situación política y social del siglo XX. Movimientos sociales y políticos según su aparición histórica y/o posible simultaneidad. Fenómenos políticos más destacados: comunismo, fascismo, nazismo, movimientos del Tercer Mundo de los años 50 y 60 y su multiplicidad de actores. Comunismo Maoista, movimientos de liberación de la India, Egipto, Yugoslavia y los populismo de América Latina. La caída del comunismo y la revolución conservadora de los 80 y 90.

## **PSICOLOGIA POLITICA**

Comportamiento y análisis de la sociedad política. Los condicionantes psicológicos de la acción política: las masas y el comportamiento.

## **4to. Año**

### **29. FINANZAS INTERNACIONALES**

El sistema monetario internacional: antecedentes y evolución. Contabilidad nacional y balanza de pagos: el problema de la deuda internacional, en Argentina y América Latina. Mercados cambiarios y financieros internacionales. Financiamiento del comercio internacional. Evaluación de rentabilidad y riesgos de las transacciones internacionales: utilización de derivados financieros. Aspectos macroeconómicos en economías abiertas. Tipos de cambio y mercados de divisas: análisis de políticas monetarias y fiscales.

### **30. MARKETING INTERNACIONAL**

Alcance del marketing internacional. Perspectivas geográficas y culturales del marketing internacional. Investigación de mercados y logística internacional (revisión de temas). El producto: adaptación o estandarización. Estrategias para la fijación del precio de exportación. Estrategias de comunicación global. Marketing y desarrollo económico: los mercados emergentes. Marketing de los productos industriales y de servicios. Expansión del mercado global.

### **31. NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Negocios internacionales desde la pequeña y mediana empresa nacional hasta la empresa multinacional. Formulación de negocios como profesional independiente y dentro de la empresa: la intermediación en negocios de comercio exterior. Leasing, franquicias y otras alternativas a la compra-venta internacional. Variables a considerar en el desarrollo de negocios con países industrializados o economías emergentes: la influencia de la imagen marca-país.

### **32. HABILITACION PROFESIONAL II**

Desarrollo de los aspectos avanzados en la operatoria del comercio exterior. Manejo de la documentación y tramitación del comercio exterior: aspectos bancarios, aduaneros y del transporte internacional: soluciones de casos complejos tomados de la realidad. La asignatura está orientada a la práctica valiéndose de presentaciones teóricas breves y desarrollándose a través de casos y trabajos de campo. Se prevén visitas a empresas vinculadas con la materia y organismos públicos. Actividad financiera del Estado. Principios teóricos de tributación y Derecho Tributario.

### **33. TECNICAS DE NEGOCIACION INTERNACIONAL**

Análisis del proceso de la negociación. Evolución y límites. Teoría de la comunicación aplicada al proceso de negociación. Teoría del significado. Tipos de negociación. Negociación en redes y en forma colectiva. El director y gerente como negociadores permanentes. Negociación en ventas. Técnicas de negociación en situaciones de conflicto: mediación y arbitraje. La negociación internacional. Diferencias culturales y su influencia en los acuerdos. Técnicas específicas.

### **36. MARKETING Y COMERCIO ELECTRONICO**

Conceptos básicos del marketing por internet. Bases y objetivos del marketing interactivo. *Prospecting*, adquisición, retención y fidelización. Consideraciones generales del *permission*: marketing, el *Spam* y la ética en Internet. Estrategia de armado de bases de datos online, gestión y mantenimiento. Testing y encuestas. De la publicidad tradicional a la publicidad *on line*: armado de pautas publicitarias y nuevas funcionalidades. Herramientas del e-marketing: e-mail marketing, *e-newsletters*, *ecommerce*. El valor de internet en el comercio exterior. Las 4 “c” del comercio exterior digital: comunidad, confianza, comunicación, contenido. E-logística en el comercio exterior. La reintermediación digital. Los inframediarios e infomediarios, los *Marketplaces* como herramientas para encontrar clientes en el exterior.

### **150. TRABAJO FINAL DE CARRERA**

Desarrollo de técnicas para la confección y defensa del Trabajo Final integrador de la carrera.

#### ***Materias optativas de formación general***

##### **ANALISIS POLITICO SOCIAL MUNDIAL**

Conocimientos sobre la situación política y social a escala mundial. Cómo se organizan y agrupan las naciones. La organización e instituciones internacionales. El problema del trabajo.

##### **DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

El derecho del consumidor. Teoría general del contrato. Antecedentes. Ley de lealtad comercial. Ley de defensa del consumidor. Procedimiento administrativo. Sistema nacional de arbitraje. Organizaciones de defensa del consumidor. Entes reguladores.

#### ***Materias optativas de formación específica***

##### **34. EVALUACION Y ADMINISTRACION DE PROYECTOS**

Concepto y tipos de proyectos. Metodología para el estudio de proyectos; diferencias entre el sector público y las empresas privadas. Estudios comercial, industrial, organizacional y económico financiero. Flujo de fondos proyectados y evaluación del proyecto. Análisis de sensibilidad. Presentación y conclusiones. Concreción de la inversión: etapas, programación. Control: cronológico, económico-financiero y de gestión.

##### **35. ENVASES Y EMBALAJES**

Concepto de envase y concepto de *packaging*. Diseño y producción de envases: aspectos técnicos y regulaciones. Concepto de presentación. Rotulado enfocado desde el marketing y según la normativa regulatoria. El empaque para el comercio exterior: aspectos técnicos y normativos.

##### **101. NORMAS INTERNACIONAL DE CALIDAD**

Normas ISO 9000 y 10.000. Organismos de normalización y acreditación. Las normas 750 y el Comité TC176; cómo funcionan y cuando se actualizan las Normas. Normas 750 sobre 10.000. Alcances de las 750 9001/2/3/4. Beneficios que otorga y cuales no otorga. Ventajas que otorga la certificación y la aplicación de las Normas de Calidad Internacionales. Aspectos desfavorables de las Normas. Certificación no siempre es igual a la acreditación. Requisitos críticos que generan desaprobación de los sistemas de calidad. Vinculación de los requisitos entre las ISO 9001/2/3/4. Normas actuales de calidad internacional vigentes.

##### **103. MARKETING DE SERVICIOS**

Evolución y representatividad del servicio. Características de los servicios. Clasificación de las empresas según el servicio que brindan. El servicio como factor clave de diferenciación. Selección del mercado objetivo. Elección del mercado/nicho de mercado. Posicionamiento del servicio. Estrategias. Elaboración del Plan de Marketing de Servicios. Como monitorear el plan y prever e influenciar cambios futuros. Marketing Internacional de Servicios.

##### **105. MERCADO DE CAPITALES Y DERIVADOS FINANCIEROS**

Morfología de los mercados de valores. Naturaleza de los flujos monetarios y financieros nacionales e internacionales. Análisis empírico del funcionamiento de los mercados. *Swaps*. Opciones. Futuros y nuevas formas de productos y derivados financieros. Ingeniería financiera.

#### **107. ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS**

Planeamiento organizacional y de los recursos humanos. Selección de personal; análisis de la posición a cubrir, contactos, medios de selección, entrevista, pruebas técnicas, evaluación psicológica, examen médico prelaboral, referencias. Inducción. El servicio de empleo. Control de presencia; ausentismo. Disciplina. Capacitación. Desarrollo de los recursos humanos. Acumulación de potencial. Política de remuneraciones. Descripción y evaluación de tareas. Encuesta de remuneraciones. Estructura y nivel de remuneraciones. Evaluación de desempeño. Beneficio.