



5° Ord.
Ref.: Expte. N° 11-10-59206

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
Facultad de Ciencias Económicas

RESOLUCIÓN N° 119/2010

VISTO:

Los programas de las asignaturas Comercio Exterior y Calidad Estratégica Total, a desarrollar en el Primer Semestre de 2010, elevados por la Dirección del Departamento de Administración;

Y CONSIDERANDO:

Que los mismos contemplan un Régimen Especial de Evaluación;

Que se elevan en un todo de acuerdo a lo reglamentado por el inc. 10) del Art. 31° de los Estatutos de la Universidad Nacional de Córdoba;

Que cuenta con la opinión favorable de la Secretaría de Asuntos Académicos;

Que se estima conveniente que se tomen en cuenta los plazos fijados oportunamente en el Calendario Académico; por ello,

EL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

Art. 1°.- Aprobar los programas de las asignaturas Comercio Exterior y Calidad Estratégica Total, del Departamento de Administración, que como Anexos I y II respectivamente, forman parte de la presente.

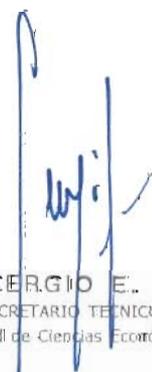
Art. 2°.- Aprobar el Régimen Especial de Evaluación propuesto en cada asignatura para el año académico 2010.

Art. 3°.- Solicitar a la Dirección del Departamento de Administración, tener en cuenta las fechas establecidas para las distintas presentaciones en el Calendario Académico aprobado oportunamente.

Art. 4°.- Comuníquese y archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA, A DIECINUEVE DÍAS DEL MES DE ABRIL DEL AÑO DOS MIL DIEZ.

RV


Sr. SERGIO E. ZEN
SECRETARIO TÉCNICO
Facultad de Ciencias Económicas


Sr. ALFREDO VELIZ BLANCO
DECANO
Facultad de Ciencias Económicas



ANEXO I – Resolución HCD N ° 119/2010

Programa de Comercio Exterior **Año 2010**

I. OBJETIVO DEL CURSO

Proveer al estudiante de los elementos conceptuales y prácticos que sirvan de herramienta necesaria para encarar situaciones profesionales que se plantean a diario en la vida de las empresas.

Reconocer los principios básicos del Comercio Internacional, como así también la regulación internacional del comercio.

Analizar los diferentes aspectos de la integración económica. Comprender y poner en marcha un proceso de marketing internacional, contemplando sus aspectos logísticos, financieros y estratégicos.

Analizar el marco normativo aduanero, cambiario y tributario que regula las operaciones de exportación e importación

II. FUNDAMENTACION DEL PROGRAMA

Dada la reciente evolución del Comercio Internacional y el desarrollo del proceso de Globalización, los profesionales de Ciencias Económicas se encuentran en la necesidad de contar con herramientas suficientes para enfrentar las nuevas exigencias que estos procesos imponen a las empresas.

Es responsabilidad de la Cátedra proveer una formación integral que contemple la Responsabilidad Social Empresaria aplicada a los negocios internacionales.

III. BIBLIOGRAFÍA

Se ha presentado para conocimiento y consulta del alumnado y como formando parte de este Programa, una Bibliografía Básica y una Bibliografía Complementaria de la materia. A la Bibliografía Complementaria se agregará material disponible en el Aula Virtual de la Cátedra

IV. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Se pretende desarrollar esta materia de una forma activa con máxima participación del estudiante, la que se desarrollará no solamente en las clases prácticas, sino a lo largo del dictado común mediante el sistema de preguntas, consultas, presentación de casos y pedidos de eventuales soluciones. Se desarrollarán además conferencias y clases especiales dictadas por



especialistas invitados.

V. REGULARIDAD Y EVALUACIONES

Se tomarán dos exámenes parciales y un examen recuperatorio y se presentará un trabajo grupal de estrategia de comercialización internacional, con la obligatoriedad de aprobar dos exámenes parciales. Para la obtención de la regularidad en la materia, se deberá contar con una nota de 4 (cuatro) como mínimo en cada parcial y en el trabajo grupal.

VI. EXAMENES FINALES

Serán en los turnos y fechas en que disponga la Autoridad Académica de nuestra Facultad y por medio de examen individual escrito. Las preguntas serán estructuradas fundamentalmente en base a los temas tratados en clases teórico-prácticas y en otras especiales en que se haya desarrollado el programa de esta materia. Para la aprobación de la materia el alumno deberá responder satisfactoriamente a no menos del 50% de las preguntas del examen, reuniendo un mínimo de 50 puntos.

Sistema especial de evaluación:

Si el alumno hubiere obtenido durante el cursado de la materia la aprobación de los dos exámenes parciales y del trabajo grupal con una nota de 7 (siete) o superior a 7 (siete) en cada uno de ellos, el alumno será evaluado por medio de un coloquio que consistirá en una evaluación individual escrita sobre las unidades 3, 5, 7, 8, 11, 12, 15, 16, 18, 20 y 21 del programa de la materia y por la presentación de un trabajo final individual sobre temas de la unidad 9 del programa de la materia

CRONOGRAMA DE DICTADO DE LA MATERIA

SEMANA	CAPÍTULO	UNIDAD
1- 15/3	1	1
2- 22/3	1	2
3- 29/3	2	3 y 4
4- 5/4	2	5 y 6
5- 12/4	3	7
6- 19/4	3	8
7- 26/4	4	9 y 10

8- 3/5	4	11
9- 10/5	4	12
10- 17/5	5	13 y 14
11- 24/5	5	15
12- 31/5	5	16
13- 7/6	5	17 y 18
14- 14/6	6	19 y 20
15- 21/6	6	21 y 22

PROGRAMA

CAPÍTULO I PRINCIPIOS BÁSICOS

UNIDAD 1 CONCEPTOS BÁSICOS

- a- Comercio Exterior y Comercio Internacional. Concepto
- b- Principios de Economía Internacional. Teorías del Comercio Internacional. La Teoría Centro-Periferia. Ventajas Comparativas y Ventajas Competitivas
- c- Balance de Pagos. Concepto - Componentes
- d- Globalización. Concepto, elementos, y efectos de la Globalización. La empresa en la Globalización

UNIDAD 2 COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO

- a- Matriz del Comercio Exterior Argentino
- b- Estructura de exportaciones e importaciones argentinas
- c- El Comercio Exterior de Córdoba
- d- Territorio Aduanero. Zona Franca

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO I

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 1, 2 , p. 29 a 71
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 1 p. 25-39.
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 1 p. 16-58.
4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap 2 p. 38-51.



CAPÍTULO II REGULACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD 3 REGULACIÓN INTERNACIONAL DEL COMERCIO DE MERCADERÍAS

- a- Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT).
- b- Sistema General de Preferencia (SGP).
- c- Ronda Uruguay del GATT (GATT 1994).
- d- Organización Mundial del Comercio (OMC)
- e- La Cámara de Comercio Internacional (CCI)

UNIDAD 4 REGULACIÓN INTERNACIONAL DEL COMERCIO DE SERVICIOS, DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y DE LOS MOVIMIENTOS DE CAPITALES

- a- Los servicios, acuerdo GATT
- b- La propiedad intelectual, acuerdo TRIPS
- c- Las inversiones, acuerdo TRIMS. Las remesas. Lavado de dinero. Principios del Acuerdo de Basilea

UNIDAD 5 REGULACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL Y FINANCIAMIENTO AL DESARROLLO

- a- Fondo Monetario Internacional
- b- Grupo Banco Mundial
- c- Banco Interamericano de Desarrollo
- d- Banco del Sur

UNIDAD 6 SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

- a- El Arbitraje
- b- CIADI
- c- Solución de controversias en el ámbito de la Cámara de Comercio Internacional

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO II

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 3 , 4 , p. 71 a 118
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial



Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 2 p. 47-52.

3. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap 2 p. 33-38

CAPÍTULO III INTEGRACIÓN ECONÓMICA

UNIDAD 7 ANÁLISIS DE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA

- a- Fundamentos de la integración
- b- Preferencias comerciales
- c- Zona de Libre Comercio
- d- Unión Aduanera
- e- Mercado Común
- f- Unión Económica

UNIDAD 8 PRINCIPALES PROCESOS DE INTEGRACIÓN

- a- Unión Europea
- b- ALALC
- c- ALADI
- d- COMUNIDAD ANDINA
- e- MERCOSUR
- f- NAFTA
- g- UNASUR
- h- ALCA

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO III

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 5, p. 121 a 164
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 2 p. 53-93.
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 1 p. 70-79
4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap 4 p. 101-128.

CAPÍTULO IV MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD 9 CONCEPTO Y PRINCIPIOS



- a- Concepto y evolución del Marketing Internacional
- b- Las dimensiones socioculturales
- c- La internacionalización de la empresa

UNIDAD 10 DIAGNÓSTICO, ESTUDIO Y PENETRACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

- a- Clasificación de los mercados internacionales
- b- Segmentación Internacional
- c- Política Producto
- d- Política Precio
- e- Posicionamiento y modalidades de penetración de mercados internacionales
- f- La comunicación en el ámbito internacional

UNIDAD 11 TENDENCIAS DEL MARKETING INTERNACIONAL

- a- Relaciones interempresarias
- b- Marketing de Compras
- c- Marketing Internacional de la Innovación
- d- Marketing Internacional de Servicios
- e- E-Commerce
- f- El Offset

UNIDAD 12 ESTRATEGIA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

- a- Evaluación de Proyectos de Inversión en el ámbito internacional
- b- Financiamiento Internacional
- c- Gobierno de la empresa internacional
- d- Recursos Humanos en la empresa internacional
- e- Gestión de Riesgos en el ámbito internacional
- f- La Responsabilidad Social Empresaria en el ámbito Internacional. Expectativas de los sujetos involucrados. La Responsabilidad Social como ventaja competitiva en el ámbito internacional.

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO IV

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 6, 7, 15, 16, p. 165 a 217 Y p. 475 a 495
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 4 p. 139- 158.
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del



Comercio Internacional e Intercultural”, Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina.
Mód. 2 p. 82-141

4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), “Marketing Internacional”, Ed. Thomson, México. Cap. 1 p. 3-29, Cap. 2 p. 52-54, Cap.3 p. 57-87, Cap. 4 p. 88-100, Cap.5 p. 130-156, Cap. 7 p. 224-245, Cap.8 p. 246-271, Cap.10 p. 304-331, Cap. 15 p. 464-483.

CAPÍTULO V LOGÍSTICA INTERNACIONAL Y PAGOS INTERNACIONALES

UNIDAD 13 PRINCIPIOS DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

- a- Principios de logística internacional
- b- Logística como variable competitiva
- c- Embalajes

UNIDAD 14 TRANSPORTE INTERNACIONAL

- a- Transporte Marítimo
- b- Transporte Aeronáutico
- c- Transporte Terrestre
- d- Transporte Multimodal

UNIDAD 15 SEGUROS

- A- Concepto. Régimen del Seguro
- B- Coberturas: Contra todo riesgo. Libre avería particular. Con avería. “A”, “B”, “C”.

UNIDAD 16 INCOTERMS

- a- Incoterms 2000 de la Cámara de Comercio Internacional
- b- Sus relaciones con el transporte y los seguros

UNIDAD 17 RÉGIMEN CAMBIARIO

- a- Mercado de Cambios. Tipos de Cambio. Operaciones que se efectúan en el Mercado Cambiario.
- b- Política Cambiaria en Argentina

UNIDAD 18 MEDIOS DE PAGOS INTERNACIONALES



- a- Principales instrumentos de pago. Cheque. Letra de Cambio. Orden de Pago
- b- Principales técnicas de Pago. Cobranzas documentarias. Créditos Documentarios. Créditos Documentarios Stand-by.

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO V

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 8, 9, 10, 11, p. 219 a 396
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 4 p. 159-179, Cap. 5 p 181- 204, Cap 9 p 287- 312, Cap 10 p 315-346
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 3 p. 207-355.
4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap. 9 p. 272-303, Cap. 10 p. 304-331, Cap. 11 p. 332-367, Cap. 17 p. 508-535.

CAPÍTULO VI RÉGIMEN ADUANERO

UNIDAD 19 EL CÓDIGO ADUANERO ARGENTINO

- a- Ámbito de aplicación
- b- Definiciones
- c- Importadores y Exportadores.
- d- Despachantes de Aduana. Agentes de Transporte Aduanero
- e- La Administración Federal de Ingresos Públicos. La Dirección General de Aduanas.

UNIDAD 20 IMPORTACIONES

- a- Arribo de la mercadería. Documentación necesaria.
- b- Destinaciones de Importación. Destinación definitiva de Importación para consumo. Destinación suspensiva de Importación temporal. Destinación suspensiva de tránsito de importación. Destinación suspensiva de depósito de almacenamiento.
- c- Hecho, momento y sujetos imposables en la importación. Tratamiento Tributario.
- d- Informática Aduanera. El Sistema Informático María. Su aplicación en las operaciones de contralor inteligente

UNIDAD 21 EXPORTACIONES

- a- Promoción de exportaciones. Organismos de promoción
- b- Documentación necesaria.



- c- Destinaciones de exportación definitiva para consumo. Suspensiva de tránsito. Suspensiva de exportación temporal. Suspensiva de removido.
- d- Estímulos a las exportaciones. Reintegros impositivos. Draw-Back. Reembolsos. Recupero de IVA en las exportaciones.
- e- Hecho, momento y sujetos imposables en la exportación. Tratamiento tributario.
- f- Seguro de Crédito a la Exportación

UNIDAD 22 RÉGIMEN SANCIONATORIO

- a- Delitos aduaneros
- b- Infracciones aduaneras
- c- Régimen Penal Cambiario

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO VI

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 12, 13, 14, p. 397 a 474
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 4 p. 159-179, Cap. 7 p 235- 264, Cap 8 p 265- 286,
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 3 p. 148-206.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA DE LA MATERIA

- 1- ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma
- 2- CZINKOTA, MICHAEL R. y RONKAINEN, ILKAA (2004), *Marketing Internacional*, México DF., Thomson
- 3- JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA (2001) "COMERCIO EXTERIOR", Córdoba, Editorial Eudecor
- 4- LEDESMA CARLOS A.(2004) "NUEVOS PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL", Buenos Aires, Editorial OSMAR BUYATTI,
- 5- Código Aduanero Argentino



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. ALDO FRATALOCCHI "CÓMO IMPORTAR Y EXPORTAR", Errepar, BUENOS AIRES. 2008
2. OSVALDO J. MARZORATI, "DERECHO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES", ASTREA, BUENOS AIRES 2003
3. CHARLES CROUÉ "MARKETING INTERNACIONAL" DE BOECK, BRUSELAS 2007
4. MATERIAL DISPONIBLE EN EL AULA VIRTUAL DE LA CÁTEDRA
5. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001
6. CARLOS LEDESMA "Principios de Comercio", Editorial Macchi, Bs. As., 1990.-
7. CARLOS LEDESMA – CRISTINA ZAPATA " Negocios y Comercialización Internacional", Editorial Macchi, Buenos Aires 1993.
8. MINISTERIO DE JUSTICIA DE LA NACION " SOLUCION DE CONTROVERSIAS Y COOPERACION INTERJURISDICCIONAL EN EL MERCOSUR", BUENOS AIRES 1999
9. JORDI PAU I COS – RICARDO DE NAVASCUES Y GASCA " MANUAL DE LOGISTICA INTEGRAL" EDICIONES DIAZ DE SANTOS, MADRID 1998
10. RICARDO XAVIER BASALDUA "INTRODUCCION AL DERECHO ADUANERO" ABELEDO PERROT, BUENOS AIRES 1988
11. JUAN CARLOS BONZON "DERECHO INFRACCIONAL ADUANERO" HAMMURABI, BUENOS AIRES 1987
12. MARCELO PALADINO Y OTROS " TECNOLOGIA Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCOSUR" MACCHI BUENOS AIRES 1999
13. DANIEL IGLESIAS "NUEVAS MODALIDADES DE CONTRATACION INTERNACIONAL" AD- HOC, BUENOS AIRES 1996
14. BERNARDO PRIDA ROMERO "LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTOS" MC GRAW-HILL, MADRID 1996
15. ALFREDO ABARCA "PROCEDIMIENTOS ADUANEROS" ED UNIVERSIDAD BUENOS AIRES 1999
16. ALDO FRATALOCCHI "EL COMERCIO INTERNACIONAL DE MERCADERIAS" ED BUYATTI, BUENOS AIRES 1997
17. DOMINGO LOPEZ SAAVEDRA "SEGUROS MARITIMOS SOBRE MERCADERIAS" GENERAL RE, BUENOS AIRES 1992
18. ALBERTO DI LISCIA "CLAVES PARA EXPORTAR" FUND EXPORT-AR, BUENOS AIRES 1997
19. JORGE LUIS RIVA "CREDITO DOCUMENTARIO" DEPALMA BUENOS AIRES 1997
20. SUSY BELLO KNOLL "ZONAS FRANCAS" DEPALMA BUENOS AIRES



1998

21. CARLOS VILLEGAS "COMERCIO EXTERIOR Y CREDITO DOCUMENTARIO" ASTREA, BUENOS AIRES 1995.
22. ALSINA, BASALDÚA Y OTROS, "CÓDIGO ADUANERO COMENTADO" ABELEDO PERROT, 7 TOMOS.
23. VIDAL ALBARRACÍN "DELITOS ADUANEROS", MAVE EDITOR, CORRIENTES, 2004.



ANEXO II – Resolución HCD N° 119/2010

CALIDAD ESTRATÉGICA TOTAL
Año 2010

Profesora Titular: Dra. NÉLIDA CASTELLANO

Auxiliares Docentes: Lic. Carlos Nicolás Leoncino
Lic. Martín Iván Giorgis

I. OBJETIVOS

La incorporación de esta asignatura optativa a los últimos cursos de la Licenciatura en Administración en nuestra Facultad, ocurrió en el año 1994 debido a la inquietud de la Profesora Titular, y ha tenido por Objetivo General familiarizar a nuestros estudiantes con la Filosofía de la Calidad Total, uno de los pilares del *Nuevo Management* surgido frente al orden mundial imperante, cuyos postulados son: Productividad, Competitividad, Excelencia, Atención al Cliente y Globalización de los mercados. No era lógico que nuestros profesionales en Administración egresaran sin haber estudiado esta materia, la cual ha generado en otros ámbitos académicos, especializaciones y carreras de posgrado.

Como Objetivos Específicos se pretende que el alumno:

- a) se concientice sobre las características del cambio de paradigma universal, el que ha dado nacimiento a un "*Nuevo Management*": el "*Total Quality Management*". Este será el escenario donde le tocará ~~desempeñar~~ *siempre* su profesión.
- b) internalice una nueva filosofía directriz de todos sus actos: *hacer las cosas siempre bien desde el principio; la calidad es mucho más barata que los reprocesos y correcciones.*
- c) valore la cultura de la productividad y del trabajo como única forma de progreso, abandonando la mera especulación.
- d) asuma su rol de agente del cambio en las organizaciones, públicas o privadas, donde le toque actuar profesionalmente.
- e) maneje las herramientas clave de la Calidad Total y aprecie la diferencia que produce en los costos.

II. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Se desarrollarán clases teóricas y de aplicación práctica, como en todas las asignaturas de Administración.



Las clases teóricas serán eminentemente activas. Para ello será necesario una alta participación del estudiante, lo que se logrará solamente con lectura previa del material señalado en la bibliografía.

La bibliografía disponible sobre la materia es realmente muy abundante. Por esta causa, ningún alumno podrá eximirse de dicha obligación al asistir a las clases, ya que la bibliografía que figura en el programa es meramente indicativa y básica y no un listado exhaustivo de todas las publicaciones valiosas en Calidad Total.

Asimismo, existen numerosos videos muy adecuados que la Cátedra ha hecho adquirir a nuestra Biblioteca, los cuales se proyectarán en la sala de video del primer piso de la Facultad.

En las clases prácticas se aplicará el "*Método del Caso Único*". Los alumnos elegirán una organización real de nuestro medio, a la cual irán aplicando todos los temas contenidos en el programa de la Asignatura, a medida que se vayan desarrollando. Deberán presentar tres "*Estados de Avance*", los que serán calificados y comentados para orientar hacia una excelente "*Presentación Final*", la cual merecerá una calificación por separado. La Cátedra proveerá una "*Guía Práctica*" para orientar en la realización de esta importante experiencia profesional.

III. SISTEMA DE EVALUACIÓN

a) Métodos de calificación

- ◆ Durante el ciclo lectivo se tomarán dos parciales con los temas teóricos desarrollados hasta el momento y con posibilidad de recuperación por una ausencia o un aplazo.
- ◆ Se obtendrá una nota promedio de los tres Avances presentados.
- ◆ Se colocará una nota por la Presentación Final.

b) Condiciones de los alumnos

- ◆ Promoción: se concederá la promoción de la materia a aquellos alumnos que obtengan un promedio general de 7 o más puntos, entre las notas de los ítems anteriores, (**sin haber tenido recuperación en los parciales**) y que tengan el 80% de asistencia a Clases Teóricas y Prácticas.
- ◆ Regularización: los alumnos que obtengan 4 puntos o más, pero menos de 7, y que tengan el 80% de asistencia a Clases Prácticas, tendrán la condición de regulares y rendirán un examen final sobre temas teóricos de la materia.
- ◆ Libres: los alumnos que no hayan alcanzado el promedio de 4 puntos quedarán libres en esta asignatura, debiendo rendir un examen escrito que constará de dos partes:



- 1) Resolución de casos por escrito
- 2) Desarrollo de temas teóricos.

CALIDAD ESTRATÉGICA TOTAL PROGRAMA ANALÍTICO

1ª Unidad: Concepto de Calidad Total

Cap. I: FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD TOTAL.

Historia de la Calidad Total
¿Qué es realmente la Calidad Total?
La crisis de la Empresa Tradicional
Alcanzar la competitividad a través de la Calidad Total
Elementos básicos del Modelo Japonés
La empresa dinámica y competitiva
El Control de Calidad Total (TQM) o la Gestión de Calidad Total.

Cap. II: LOS EXPERTOS EN CALIDAD

Philip B. Crosby. William Edwards Deming.
Armand V. Feigenbaum. Kaoru Ishikawa.
Joseph M. Juran. Tom Peters. Genichi Taguchi. David Garvin. Los
Precursores.

Cap. III: LA FILOSOFÍA DE LA CALIDAD TOTAL.

La Calidad Total como cambio cultural.
El proceso de cambio cultural.
Mejora Continua (Kaizen)
La internacionalización de la Calidad Total.
Aprendizaje Permanente.

Cap. IV: EL SISTEMA DE CALIDAD TOTAL: ACTIVIDADES Y PROCESOS

Los seis postulados clave de la Calidad Total.
El Proceso de la Calidad Total: relación Cliente-Proveedor
Medida de las Necesidades del Cliente
Factores que determinan la calidad.
El Sistema de Calidad Total.

2ª Unidad: Implantación de la Calidad Total

Cap. V: METODOLOGÍA DE APLICACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

Condiciones Básicas para la Implantación
De la Filosofía a la Práctica



Un Modelo para la Calidad Total.
Pruebas Piloto.
Las Cinco "S".
Eliminación de despilfarros o desperdicios.
El sistema de producción Justo a Tiempo
Círculos de Calidad.

Cap. VI: HERRAMIENTAS Y MÉTODOS DE LA CALIDAD

Ciclo PHEA.

Las siete herramientas básicas del control de calidad

Las siete herramientas administrativas.

Las herramientas avanzadas del control de calidad

El consentimiento general en la toma de decisiones

La Planificación para la Calidad. La Trilogía de Juran.

Desarrollo del Producto y del Proceso.

3ª Unidad: Mejoramiento de la Calidad Total.

Cap. VII: ANÁLISIS DE LOS PROCESOS

Procesos para Solucionar Problemas (PSP)

Procesos para Mejorar Procesos (PMP)

Reingeniería de Procesos.

Cap. VIII: LOS COSTOS DE LA MALA CALIDAD.

Costos Directos de la Mala Calidad.

Costos Administrativos de la Mala Calidad.

Costos Indirectos de la Mala Calidad.

Sistema de Costos de la Mala Calidad

4ª Unidad: Normalización, Certificación y Premios

Cap. IX: CALIDAD TOTAL Y NORMALIZACIÓN

Estándares de Calidad

Normas ISO Serie 9000 y 14000

SySO IRAM 3800, OHSAS 18000

Normas ISO 22000: BPM y HACCP

Normas Específicas: COPC, CMMI, etc.

Cap. X: CERTIFICACIÓN Y PREMIOS

Gestión de Calidad y Certificación

Proceso de Certificación de Calidad.

El Premio Nacional a la Calidad



Premios a la Calidad en otros países
¿Por qué un Modelo para la Excelencia Educativa?

5ª Unidad: Total Quality Management

Cap. XI: MANAGEMENT DE LA CALIDAD TOTAL

Creencias

Aptitudes

Actitudes

La Gestión de Calidad por Toda la Empresa

Estrategia de Calidad

Cap. XII: CALIDAD GERENCIAL

La Gerencia y el Liderazgo

La Teoría Z: superación de los tipos X e Y

La Motivación Gerencial

La Gerencia y las Comunicaciones

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CASTELLANO, Nélica: "Gestión de Calidad Total. Fundamentos, Métodos, Herramientas y Management de la Calidad", Nélica Castellano, Ediciones Eudecor, 2008, Córdoba.
- JURAN, Joseph M.: "Manual de Control de Calidad", McGraw Hill, Madrid, 1993. Vol. I y II. **658.562 J 41389**
- ISHIKAWA, Kaoru: "¿Qué es el Control Total de Calidad? La modalidad japonesa. Editorial Norma, Colombia, 1994. **658.562 I 42237**
- GITLOW, Howard S.: "Planificando para la Calidad, la Productividad y una Posición Competitiva", Editorial Ventura, México, 1991. **658.406 G 41780**
- IRAM: Normas IRAM, IACC, ISO. **658.562 I 45325/27**

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- EVANS, James y LINDSAY, William: "Administración y Control de la Calidad". Thompson International, 6ª Edición, 2005.

BIBLIOGRAFÍA POR CAPÍTULOS

Cap. I: FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD

Gitlow Howard S.: "Planificando para la Calidad, la Productividad y una posición Competitiva". Ventura. México. 1991. Cap. 1.



Biasca Rodolfo: "Renovación Intencional: provocando un cambio certero en la empresa para mejorar sustancialmente los resultados". Ediciones Macchi. Bs.As. 1997. Cap. 5.

Brocka Bruce y Brocka M. Suzanne: "Quality Management (Gestión de Calidad)". Vergara. Buenos Aires. 1994. Primera parte.

Ishikawa, Kaoru: "¿Qué es el Control Total de Calidad? La modalidad japonesa. Editorial Norma, Colombia, 1994. Capítulos II y III.

Fea, Ugo: "Hacia un nuevo concepto de empresa Occidental", Edit. Alfaomega, Colombia 1995.

Castellano, Nélica "Gestión de Calidad Total. Fundamentos, Métodos, Herramientas y Management de la Calidad", Nélica Castellano, Ediciones Eudecor, 2008 Cap. I.

Cap. II: LOS EXPERTOS EN CALIDAD

Brocka Bruce y Brocka M. Suzanne: ob. cit., 2da. Parte.

James, Paul: "TQM Gestión de la Calidad Total", Prentice Hall, España, 1998. Cap. 3.

Castellano, Nélica, ob. cit. Cap.II

Cap. III: LA FILOSOFÍA DE LA CALIDAD TOTAL

Riccardi Ricardo: "La Cultura de la Calidad Total", 3a. Edición. Ediciones Fausto, Bs. As., 1993.

Fea, Ugo: ob.cit. Cap. 4.

Castellano, Nélica, ob. cit. Cap. III.

Cap. IV: EL SISTEMA DE CALIDAD TOTAL: ACTIVIDADES Y PROCESOS

Juran J.M.: "Juran y la Planificación para la Calidad". Díaz de Santos S.A. Madrid 1990. Cap.1,2, 3 y 4.

Feigenbaum, Armand: "Control Total de la Calidad", CECOSA, México, 1990. Cap. 4 y 5.

Castellano, Nélica, ob. cit. Cap. IV.

Cap. V: METODOLOGÍA DE APLICACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

Rico Rubén Roberto: "Calidad Estratégica Total: Total Quality Management". 6a. Edición. Macchi. Bs.As. 1996. Cap. V.

Ishikawa, Kaoru: ob. cit. Cap. VIII.

Biasca, Rodolfo: "Resizing. Reestructurando, replanteando y recreando la empresa para lograr competitividad". 4ª Edic. Macchi, Bs. As. 1991. Pág. 431 hasta 450.

Fea, Ugo: ob. cit. Cap. 5.

Berry, Thomas; "Cómo gerenciar la transformación hacia la Calidad Total". McGraw Hill. Colombia 1992. Cap. 4.



Bernillon, A. y Cerutti, O.: "Implantar y gestionar la Calidad Total". 2ª Edición.
Gestión 2000, Barcelona, 1993. Fase 8.
Castellano, Nélide, ob. cit. Cap. V

Cap. VI: HERRAMIENTAS Y MÉTODOS DE LA CALIDAD

Gitlow Howard S.: ob. cit. Cap. 2. (el cap. 3 es aplicación y de lectura optativa).
Ishikawa, Kaoru: ob. cit. Cap. XII.
Castellano, Nélide, ob. cit. Cap. VI.

Cap. VII: ANALISIS DE PROCESOS

Hammer Michel & Champy James: "Reingeniería" Norma. Colombia, 1994. Cap.
1 y 2
Harrington H. James: "Mejoramiento de los Procesos de la Empresa". Mc Graw
Hill, Colombia. 1993. Cap. 1, 5 y 6.
Castellano, Nélide, ob. cit. Cap. VII.

Cap. VIII: LOS COSTOS DE LA MALA CALIDAD

Harrington H. James: "El Coste de la Mala Calidad", Díaz de Santos S.A., Madrid,
1990. Cap. 1 al 4 y Apéndice.
Crosby Philip: "La Calidad No Cuesta. El arte de Cerciorarse de la Calidad"
Continental S.A., México, 3a. Edición, 1990. Cap. 1 y 7.
James, Paul: ob. cit. Cap. 14
Castellano, Nélide, ob. cit. Cap. VIII.

Cap. IX y X: CALIDAD TOTAL Y NORMALIZACIÓN - CERTIFICACIÓN Y PREMIOS

Senlle Andrés y Stoll Guillermo: "ISO 9000: Calidad Total y Normalización". 2a.
Edición. Gestión 2000 S.A. Barcelona, 1995. Cap. 4 y 5.
IRAM: Normas IRAM, IACC, ISO.
Castellano, Nélide, ob. cit. Cap. IX y X.

Cap. XI: MANAGEMENT DE LA CALIDAD TOTAL

Rico Rubén Roberto: ob. cit. Cap. 7, 8 y 9.
Juran J.M.: ob. cit. Cap. 11
Castellano, Nélide, ob. cit. Cap. XI.

Cap. XII: CALIDAD GERENCIAL

Etchevarne Carlos: "Calidad Gerencial" Macchi, Bs.As. 1992. Cap. 1, 5, 7, 8 y 9.
Ishikawa, Kaoru: ob. cit. Cap. VI.
Castellano, Nélide, ob. cit. Cap. XII.



CRONOGRAMA

Capítulo I	1ª Semana
Capítulo II	2ª Semana
Capítulo III	3ª Semana
Capítulo IV	4ª Semana
Capítulo V	5ª Semana
Capítulo VI	6ª Semana
Capítulo VII	7ª Semana
Capítulo VIII	8ª Semana
Capítulo IX	9ª Semana
Revisión de contenidos hasta el momento vistos. Trabajo de Aplicación	10ª Semana
Capítulo X	11ª Semana
Capítulo XI	12ª Semana
Capítulo XII	13ª Semana
Cierre de la materia	14ª Semana

11