



SANTA ROSA, 29 de noviembre de 2022

**VISTO:**

El Expediente N° 665/22 registro de esta Facultad, caratulado: "*S/Programas de la carrera de Licenciatura en Administración con Orientación en Emprendedurismo*"; y

**CONSIDERANDO:**

Que dentro del mismo, obra una nota presentada por el Lic. Pablo MAREK, Coordinador Curricular de la carrera Licenciatura en Administración con orientación en Emprendedurismo, por la cual manifiesta que eleva para su consideración y posterior aprobación, la propuesta del programa de estudios de la asignatura "TALLER DE EMPRENDEDURISMO", de acuerdo a lo que enviara como docente a cargo de la cátedra;

Que expresa que el mismo cuenta con su revisión y dictamen favorable en cuanto a contenidos mínimos y requerimientos formales en relación al cumplimiento de la normativa, los cuales fueron establecidos oportunamente por el Régimen Académico de la Facultad, aprobado por Resolución N° 268/18 del Consejo Directivo;

Que por ello, recomienda su aprobación por parte del Consejo Directivo;

Que según lo establece el inciso II, del artículo 104° del Estatuto de la UNLPam, es atribución del Consejo Directivo "*aprobar los Programas de enseñanza proyectados por los profesores*";

Que ingresado el tema al Cuerpo, el mismo se gira a la Comisión de Asuntos Académicos, Legales y Presupuestarios para su análisis;

Que la Comisión emite Despacho favorable al respecto, el cual, puesto a consideración del Cuerpo se aprueba por unanimidad;

**Por ello:**

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONOMICAS Y JURIDICAS  
R E S U E L V E :**

**Artículo 1°.-** Aprobar el Programa de Estudios de la actividad curricular "**TALLER DE EMPRENDEDURISMO**" de la carrera de Licenciatura en Administración con orientación en Emprendedurismo, que como Anexo I forma parte de la presente Resolución.-

**Artículo 2°.-** Establecer que el Programa de Estudios aprobado por la presente, entrará en vigencia a partir del dictado del ciclo lectivo 2023, y tendrá una validez de cinco (5) años. El Programa será exigible para el examen final a partir de la primera mesa posterior al dictado de la asignatura en el mencionado ciclo.-

**Artículo 3°.-** Regístrese, comuníquese. Pase a conocimiento del Lic. MAREK, de Secretaría Académica, Dirección de Asuntos Docentes, Dirección de Asuntos Estudiantiles y Centro de Estudiantes de la Facultad. Publíquese en el Sistema de Actos Resolutivos de la Universidad Nacional de La Pampa y en la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas. Cumplido, archívese.-

**RESOLUCIÓN N° 366/22.-**

**ANEXO I**  
**RESOLUCIÓN N° 366/22**

**CARRERA:** Licenciatura en Administración con orientación en Emprendedurismo

**PLAN DE ESTUDIOS:** Resolución N° 310/2019 del Consejo Superior

**CÓDIGO DE ASIGNATURA:** 5.7

**NOMBRE DE LA ASIGNATURA:** “TALLER DE EMPRENDEDURISMO”

**DOCENTE A CARGO DE LA ASIGNATURA:** MAREK, Pablo

**N° DE RESOLUCIÓN QUE APRUEBA EL PROGRAMA:** Resolución N° 366/22 del Consejo Directivo

**UBICACIÓN DE LA ASIGNATURA DENTRO DEL CURRÍCULUM:** 5° año

**RÉGIMEN:** Anual

**MODALIDAD:** Presencial

**CARGA HORARIA:** 120 horas totales (4 horas semanales)

**FUNDAMENTOS**

La importancia de la educación emprendedora ha ido en aumento en los últimos años, motivada por los indicadores de desempleo cada vez más altos, debido no sólo a causas coyunturales sino ya por causas estructurales de la nueva economía, que generan grandes problemas en ciudades, sobre todo las pequeñas y las del interior, donde las oportunidades laborales son menores y baja densidad empresarial. Las consecuencias son deficiente oferta de empleos, de baja calidad y emigración constante de jóvenes hacia grandes centros urbanos.

La falta de mentalidad y capacidad para emprender, es responsabilidad de todo el ecosistema institucional y familiar que nos rodea, pero centralmente es consecuencia de una gran deficiencia en nuestro sistema educativo formal desde la escuela primaria hasta la universidad, que no enseña las habilidades necesarias para lograr desenvolverse en la vida en estos aspectos.

Asimismo, la educación empresarial tradicional tampoco ha dado las respuestas necesarias, enseñando sólo a “gestionar” y poniendo el foco de estudio en las empresas ya existentes y no en el proceso de creación y desarrollo de nuevos negocios, dejando en segundo plano incluso a los protagonistas: las personas potencialmente creadoras. En palabras del autor Mario Dehter *“Ahora, cada vez con más nitidez, se comienza a percibir la necesidad de replantear hacia qué lado dirigir el proceso cognitivo de los emprendedores: la estimulación de sus actitudes personales, especialmente fortaleciendo su sentido de responsabilidad social, el desarrollo de su sistema de pensamiento (más creativo, más plástico), y motivando su compromiso para contribuir al desarrollo sociocultural y económico sostenible de sus respectivas comunidades locales con visión global”*.



Las estadísticas mundiales sobre mortandad de empresas, a través de diversos estudios, coinciden en afirmar que entre 7 y 8 empresas de cada 10, no supera el quinto año de vida, por lo que se requiere trabajar en cómo crear mejores emprendimientos, que sean sustentables y de alto impacto, así como dotar a sus equipos fundadores de las habilidades para liderar y transitar todas las fases desde la concepción de la idea hasta la consolidación y crecimiento de su empresa.

La sociedad necesita que haya más y mejores emprendedores y la Universidad es uno de los protagonistas indiscutidos en este rol del fomento y estímulo del espíritu emprendedor en sus estudiantes, formando líderes que sean agentes de cambio, creadores de valor, con gran sentido de responsabilidad social y generando impacto positivo en el rol que se desempeñen en el futuro.

### **DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA**

Los y las estudiantes conocerán la importancia del/la emprendedor/a en la sociedad, cuál es el proceso para que surjan iniciativas emprendedoras y nazcan nuevas empresas, y cómo el contexto puede favorecer o limitar esos eventos.

Trabajarán sobre su autoconocimiento, potencial y sus propias competencias personales (Conocimientos –Saber-, Habilidades –Hacer- y Actitudes –Ser-) así como de trabajo en equipo y colaboración, desarrollarán su creatividad e innovación, experimentarán el proceso vivencial completo desde la mentalidad y la actitud emprendedora, la detección de oportunidades de negocios, generación y desarrollo de una idea-proyecto y cómo darle forma para llevarla a la realidad.

Se profundizará constantemente en el rol de la tecnología e internet en la era digital, y cómo esto impacta en su desarrollo personal, profesional y también como emprendedor. Las habilidades más importantes que transversalmente trabajaremos serán liderazgo, inteligencia emocional, construcción y gestión de relaciones personales y profesionales de apoyo, así como habilidades de comunicación interpersonal física y virtual, porque de éstas depende, el logro de resultados en todos los procesos de interacción social. Al culminar el Taller los estudiantes presentarán su idea de negocio desarrollada con los desafíos cumplidos, solicitados a lo largo de la cursada, habrán experimentado y vivenciado en su propia piel diversos momentos fundamentales para el autoconocimiento y el desarrollo de su potencial, y a la vez, habrán aplicado de manera integradora los conocimientos adquiridos en los años anteriores de la carrera.

Se utilizarán las metodologías que dan resultados en todo el mundo en el ámbito académico y productivo, adaptadas a nuestra realidad regional para lograr efectividad en el resultado del proceso.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

En el transcurso de la cursada pretendemos que los y las estudiantes logren:

- Conocer la fundamentación teórica del emprendedurismo y comprender su importancia en el desarrollo socioeconómico de la región y el país.
- Desarrollar el espíritu y comportamiento emprendedor del/la estudiante.
- Aplicar los procedimientos apropiados para la innovación de nuevos negocios.
- Detectar oportunidades de negocios para mercados regionales y/o nacionales, experimentando el proceso completo de creación de una Empresa

### **CONTENIDOS MÍNIMOS**

- Fundamentos y generalidades del emprendedurismo.



- La generación de ideas y oportunidades de negocios.
- Diseño innovador de un plan de negocios.
- Elaboración y desarrollo de un Proyecto emprendedor a partir de experiencias reales del ámbito regional articuladas con Organismos gubernamentales y organizaciones vinculadas a la temática.

### **METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

En este Taller se propone trabajar desde el constructivismo, fomentando el “aprender haciendo” mediante la práctica y la reflexión constante. La formación en emprendedurismo requiere una pedagogía sometida constantemente al cambio, a la evolución dinámica y a la reformulación. En todos los conceptos del programa estará presente la curiosidad, la capacidad creativa y transformadora del ser humano.

Con esta didáctica se propone aprender a aprender, que significa adquirir una actitud continua de apertura frente a las experiencias e incorporar a sí mismo el proceso de cambio. El/la estudiante aprenderá a solucionar problemas, a partir de ejemplos y de casos reales. Esto le permitirá desarrollar la capacidad de identificar la información relevante para un problema dado, interpretarla, clasificarla en forma útil, buscar relaciones entre la información nueva y la adquirida previamente.

Se propone enfatizar el trabajo de actividades en grupo para desarrollar la comunicación, negociación, consenso, múltiples visiones, colaboración y resolución de problemas de manera efectiva, fomentando la retroalimentación entre alumnos/as, profesores, empresarios/as y expertos/as invitados/as. Lograr que el aprendizaje de los/as estudiantes sea activo, autónomo y protagonista, mediante la participación de ellos/as, de manera constante, en actividades de contexto. Cada clase estará ambientada creativa e innovadoramente para lograr entusiasmo y desafiarlos desde el punto de vista intelectual y comportamental, utilizando recursos didácticos como videos, simulaciones y roleplaying, invitados, salidas fuera del aula, discusiones, dinámicas de juego, desafíos entre clases y autorreflexión, etc.

Se busca lograr que el/la estudiante confronte las teorías con los hechos, que interactúe con su entorno, lo cuestione, lo interprete y tome decisiones, así como también inspirarles, motivarles y a partir de conocer invitados/as o analizar casos, estimular el “deseo de ser”. En esta propuesta de enseñanza el docente se convierte en un facilitador, orientador, dinamizador de situaciones en las que el/la estudiante desarrolle actividades mentales constructivas. El equipo docente guiará a los/as estudiantes en el proceso de enseñanza aprendizaje y propiciará la participación activa en las actividades propuestas, estimulará la propuesta de ideas, vinculación y defensa de las mismas, creando ambiente para la indagación, el cuestionamiento, la exploración conjunta, discusión y colaboración.



## **PROGRAMA ANALÍTICO TALLER DE EMPRENDEDURISMO**

### UNIDAD 1: ECOSISTEMA PARA EMPRENDER

Importancia del/la emprendedor/a en la economía. Proceso emprendedor. Qué. Quién. Por qué y Para qué emprender. Cómo. Aprender a emprender. Ecosistema Emprendedor Público y Privado Local, nacional e internacional. Herramientas, Instrumentos y palancas de apoyo para el Desarrollo Emprendedor y buenas prácticas de fomento del Sector Público, Privado y Educativo. Factores endógenos y exógenos que empujan o frenan a emprender. Perfiles de Emprendedor y tipos de emprendimientos. Empresas sociales, Triple impacto.

Objetivo de Aprendizaje: que el/la estudiante tenga una visión general de la figura del Emprendedor, reconozca los motivos y motivaciones para emprender, el proceso por el que pasa una iniciativa emprendedora y que facilita u obstaculiza el mismo. Reconocer los factores internos y externos, así como los actores del Ecosistema y su Rol en la Economía.

- Presentación general y expectativas de la cátedra
- Diagnóstico inicial y expectativa de los/as alumnos/as
- Estilos de Enseñanza-Aprendizaje utilizados en la cátedra
- Rompehielo "Aprender a volar"
- Aprender a emprender
- Importancia del emprendedor en la economía
- Enfoques sobre la creación de emprendimientos
- Factores endógenos y exógenos que empujan o frenan a emprender Proceso emprendedor. Qué. Quién. Por qué y Para qué. Cómo.
- Ecosistema Emprendedor Público y Privado Local, nacional e internacional
- Preguntar y chequear que recuerdan de la primera clase. Perfiles de Emprendedor. Emprendedores por necesidad vs. Oportunidad. Tipos de emprendimientos. Emprendimientos I.R.E.
- Empresas sociales, Triple impacto, certificación B
- Análisis de Estudios GEM e ICSed (Prodem)
- Herramientas, Instrumentos y palancas de apoyo para el Desarrollo Emprendedor
- Buenas prácticas de fomento del Sector Público, Privado y Educativo
- TP N° 1: Presentación Ecosistema y herramientas de apoyo

### UNIDAD 2: SER EMPRENDEDOR

Ser emprendedor, filosofía emprendedora y Mentalidad Empresarial. Modelo de competencias. Autodiagnósticos. Excusas. Víctima vs. Protagonista. Desbloqueo del potencial. Actitud. Foda personal, Autoconocimiento y Propósito. Agente de cambio y Liderazgo. Determinación de la Visión, pensamientos, palabras y acción. Planificación y fijación de metas. Influencia y Construcción de Red de relaciones de apoyo. Tolerancia al fracaso y aprender del error. Miedos. Creencias Limitantes. Aversión al riesgo. Toma de decisiones. Perseverancia, Determinación y Resiliencia. Trabajo en equipo y trabajos colaborativos. Administración del tiempo, productividad y resultados. Relación con el dinero y creación de valor.

Objetivo de Aprendizaje: que el/la estudiante logre comprender la Mentalidad, Filosofía y Comportamiento de un Emprendedor, reconozca las competencias (Habilidades, Conocimientos y Actitudes) en su propia persona mediante el



autoconocimiento para que vea posible el proceso emprendedor entendiendo que son competencias que se pueden desarrollar.

- Ser emprendedor, filosofía emprendedora y Mentalidad Empresarial
- Foda personal, Autoconocimiento
- Test del Modelo de competencias emprendedoras. Autodiagnóstico (CEP, GEST, TEG)
- Chequeo actividad de Relevancia de opiniones
- Identificación de competencias emprendedoras, Agente de cambio y Liderazgo
- Excusas. Quejas. Víctima vs Protagonista. Desbloqueo. Actitud
- Sueños. Miedos. Creencias Limitantes. Aversión al riesgo. Zona de confort
- Red de relaciones e Influencia del contexto
- Relación con el dinero y creación de valor. Hábitos diarios Perseverancia, Determinación y Resiliencia.
- Tolerancia al fracaso y aprender del error
- Administración del tiempo, productividad y resultados
- Trabajo en equipo y trabajos colaborativos
- Toma de decisiones y capacidad para resolver problemas
- Propósito y Potencial. Determinación de la Visión. Planificación (SER, TENER y HACER) y logro de metas
- Pensamiento, lenguaje y acción
- TP N° 2: Elaboración de un caso local con descripción de variables actitudinales

### UNIDAD 3: VER E IDEAR

Exploración y Detección de oportunidades de negocios. Búsqueda y Análisis de Problemas propios y en el contexto. Análisis de Tendencias Sociales y Tecnológicas Análisis de Cadenas de Valor Productivas en La Pampa. Creatividad, Innovación y Pensamiento de Diseño. La metodología del proceso del Pensamiento de diseño aplicado a ideas de negocios. Generación de ideas de negocios. Técnicas de creatividad aplicadas. Mejora, Ordenamiento, Selección y Validación de ideas de Negocios. Análisis estratégico.

Objetivos de aprendizaje: modificar la visión y atención para detección de oportunidades en el entorno, así como reconocer inquietudes y problemáticas que pueden ser posibles de convertir en Negocios. Entender cómo es el proceso para desarrollar ideas de negocio desde la generación creativa hasta su filtro y selección.

- Consignas Trabajo Práctico Final y armado de equipos
- Consolidación grupal de avances comportamentales
- Exploración y Detección de oportunidades de negocios
- Búsqueda y Análisis de Problemas y necesidades propias, en otros y en el contexto
- Análisis de Tendencias Sociales y Tecnológicas
- Análisis de Cadenas de Valor Productivas en La Pampa
- Creatividad, Innovación y Pensamiento de Diseño
- La metodología del proceso del Pensamiento de diseño aplicado a ideas de negocios
- Generación de ideas de negocios
- Técnicas de creatividad aplicadas
- Mejora, Ordenamiento, Selección y Validación de ideas de Negocios. Análisis estratégico de la idea
- T.P N° 3: Lista de ideas generadas, con priorización y selección



#### UNIDAD 4: DESARROLLAR E IMPLEMENTAR

Metodología Lean Startup y Lean Canvas. Encaje Problema-Solución. Metodología Desarrollo de clientes. Descubrimiento, Validación y Creación de clientes. Distribución de roles y tareas. Diseño de la Propuesta de valor. Producto mínimo viable. Prototipado de productos y servicios. Encaje Producto-Mercado y Validación con clientes. Metodología Canvas Modelo de Negocios: casos y ejemplos. Metodología Canvas para creación de Modelo de Negocios aplicación. Propósito y Posicionamiento. Diseño e identidad de marca. Plan de Marketing. Proceso de la primera venta. Plan de Operaciones, Organizacional y Legal. Lanzamiento. Análisis Económico-financiero. Punto de quiebre.

Objetivos de Aprendizaje: entender cómo desarrollar un proyecto de negocio a partir de una idea utilizando modelos visuales y un proceso de validación constante para avanzar con menor dificultad, mayor enfoque en el cliente, pruebas y experimentos en el mercado y con más posibilidades de viabilidad.

- Metodología Lean Startup y Lean Canvas. Encaje Problema-Solución
- Lista de ideas generadas, con priorización y selección
- Metodología Desarrollo de clientes
- Descubrimiento, Validación y Creación de clientes. Distribución de roles y tareas.
- Diseño de la Propuesta de valor. Producto mínimo viable. Prototipado
- Presentación de la propuesta de valor y prototipo
- Metodología Canvas Modelo de Negocios: casos y ejemplos. monetización. Aplicación Presentación de la propuesta de valor, prototipo, early adopters. Preparación de prueba de prototipo con clientes
- Caso Modelo de Negocios R&R. Canales. Monetización. Aliados y desarrollo de Red de Relaciones para avanzar
- Plan de Operaciones, Organizacional y Legal. Análisis Económico-financiero
- T.P. N° 4: Presentación de avance del Proyecto. Resultados de Prueba con clientes y Lienzo Canvas completo

#### UNIDAD 5: COMUNICAR E IMPLEMENTAR

Acceso a Recursos y Herramientas innovadoras de financiamiento. Fuentes de financiamiento en estadios iniciales: 3 "F", Inversión Ángel, Créditos y capital de riesgo. Desarrollo de Red de Relaciones para avanzar. Comunicación, Kit de Marketing. Proceso de Ventas y Lanzamiento. Utilización de Redes Sociales e internet. Resumen ejecutivo del Proyecto y Modelo de Discurso del elevador. Presentaciones orales efectivas. Pasos para la puesta en marcha de un negocio y plan de acción. Correcciones y preparación.

Objetivos de Aprendizaje: entender los elementos centrales de la comunicación de ideas en el proceso emprendedor para avanzar en la implementación. Cómo conseguir los recursos necesarios y diseñar el plan de implementación.

- Resumen ejecutivo del Proyecto. Plan de acción. Pasos para la puesta en marcha de un negocio
- Propósito y Posicionamiento. Nombre, Diseño e identidad de marca. Canales de comunicación y adquisición de primeros clientes
- Acceso a Recursos y Herramientas innovadoras de financiamiento. Fuentes de financiamiento en estadios iniciales: 3 "F", Crowdfunding, Bootstrapping, Inversión Ángel, Créditos, Subsidios y capital de riesgo
- Comunicación y Marketing Lanzamiento. Proceso de Ventas. Utilización de Redes Sociales e internet
- Presentaciones orales efectivas. Distintos objetivos. Estructura



- Habilidades en comunicación oral. Feedbacks para mejora
- Trabajo Práctico Final: Exposición grupal. Lanzamiento Público del proyecto

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Hugo Kantis. 2004. Editorial BID.
- Propensión emprendedora de estudiantes universitarios. Estudio Gest. Walter Ruda. Rubén Ascúa. Benjamin Danko. Thomas A. Martin. 2015. Editorial UNL.
- Nuevos emprendimientos y emprendedores: ¿de qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino. Kantis Hugo, Angeletti Pablo y Gatto Francisco. 2014. Litec. Argentina emprendedora. Como innovar si puede producir cambios reales y decisivos en el destino de un país. Andy Freire. 2015. Editorial Aguilar.
- El Rol del Sector Público en la Promoción del Emprendedorismo Prosperar. 2009. Cancillería Argentina.
- El libro negro del Emprendedor. Fernando Trias de Bes. 2007. Empresa Activa. El manual del Emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa. Steve Blank y Bob Dorf. 2013.
- Manual Básico de Consulta para Emprendedores. ONG Inicia. 2010. Grupo abierto de comunicaciones.
- La empresa E-Myth: Cómo convertir una gran idea en un negocio próspero. Michael Gerber. 2011. Editorial Paidós.
- Como ser un líder. Porque la inteligencia emocional sí importa. Daniel Goleman. 2015. Ediciones B.
- El método Lean Startup. Eric Ries. 2011. Ediciones Deusto.
- Generación de modelos de negocio. Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. 2014. Grupo Planeta.
- SPRINT. Resolver problemas y probar nuevas ideas en solo cinco días. 2017. Editorial Penguin Random House.
- El Arte de Empezar 2.0. Guy Kawasaki. 2016. Editorial Paidós.
- Amo y esclavo de tus pensamientos. 2010. Editorial del nuevo extremo.
- Seis sombreros para pensar. Edward de Bono. 1988. Distal S R L.
- Pensamiento Lateral. Edward de Bono. 1994. Editorial Paidós.
- ÁgilMente. Aprendé cómo funciona tu cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor. Estanislao Bachrach. 2012. Sudamericana.
- Usar el cerebro. Facundo Manes. 2014. Planeta.
- La estrategia del océano azul. W. Chan Kim y Renée Mauborgne. 2005. Editorial Norma Estudio GEM Global Entrepreneurship Monitor Argentina. IAE Business School. Índice de Condiciones sistémicas para el Desarrollo Emprendedor. ICSeD. Programa Prodem. Universidad General Sarmiento.
- Incremental, una visita guiada al mundo emprendedor. Juan Pablo Luna y Graciela Inés Gallo Editorial Teseo.

## **EVALUACIÓN**

La evaluación que se propone del aprendizaje es formativa y se valora sobre todo el proceso realizado por el/la estudiante durante todo el año.





Además, para la evaluación se considerará la participación en clase, actividades basadas en el estudio de casos y situaciones reales, sus intervenciones en debates, el cumplimiento de las entregas de Trabajos Prácticos, la Presentación escrita y Defensa oral del trabajo final despeno individual y en equipo y el grado de innovación de la idea de negocio desarrollada.

Para aprobar el Curso con promoción sin Examen Final del Taller, se deben aprobar los cuatro Trabajos Prácticos evaluativos y el Trabajo Práctico final mediante informes escritos o por exposición oral que se realizarán durante el mismo, con nota 7 o superior y asistir al 75% de las clases producidas.

Los Trabajos prácticos se aprueban en forma grupal y en el trabajo final se evaluará además en forma individual a cada integrante del grupo.

Todos los trabajos evaluativos cuentan con instancias de recuperación en caso de desaprobar.

Para acceder a la aprobación por examen final, deberán aprobar los trabajos prácticos evaluativos y la instancia de trabajo final de evaluación con nota igual o superior a 4 y menos que 7, y asistir al menos al 50% de las clases producidas.

Se pueden recuperar solamente dos Trabajos Prácticos y en caso que no aprueben en alguna de dichas oportunidades, se deberá cursar nuevamente el Taller. Si se desaprueban más de dos Trabajos Prácticos se debe cursar el taller nuevamente al año próximo.

Las notas para dichas evaluaciones e instancias de recuperación están de acuerdo a la reglamentación vigente.

El/la estudiante deberá cumplir lo dispuesto para la modalidad de aprobación en los artículos 8 a 31 del Anexo I de la Resolución de Régimen Académico N° 268/18.

### **ASISTENCIA**

Es requisito para la aprobación de la materia contar con un 75% de asistencia mínima a lo largo de todo el año.