



///Res. N° 257/2025-DCByA.

Presidencia Roque Sáenz Peña, 04 de septiembre de 2025

RESOLUCIÓN N° 257/2025 - C.D.C.B. y A.

VISTO:

El Expediente N° 01-2025-03484 sobre Diplomatura Internacional de Marketing Estratégico en Óptica, iniciado por la Directora de Carrera, Lic. Milán Liliana; y

CONSIDERANDO:

Que la Diplomatura Internacional de Marketing Estratégico en Óptica se fundamenta en que es necesario incorporar en la formación en ciencias ópticas un aspecto que se requiere al ingresar en el mundo laboral: saber vender;

Que, en consecuencia, la Diplomatura pretende incrementar las habilidades comerciales de los nuevos y actuales profesionales, funcionando como complemento a la formación óptica tradicional y dando especial atención a la comunicación comercial, atención al cliente y posicionamiento en el mercado permitiendo ampliar la rentabilidad de estos negocios;

Que la Diplomatura tiene como objetivos promover cambios de paradigmas en el comercio de las ópticas y promover cambios de paradigmas en la visión empresarial del profesional de la salud visual.;

Que la citada Diplomatura está destinada a profesionales del área de la salud visual: Óptico Técnico Contactólogo, Optómetras, Oftalmólogos, Óptico Técnico, Gerentes y personal jerárquicos de ópticas y de clínicas oftalmológicas. Docenes de la carrera;

Que la propuesta cumple con las pautas establecidas en el Reglamento de Diplomaturas, Res. N° 132/20 C.S.;

Lo aprobado en sesión de la fecha.

POR ELLO:

**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL
DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS BÁSICAS Y APLICADAS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CHACO AUSTRAL
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1°: APROBAR el dictado de la Diplomatura Internacional de Marketing Estratégico en Óptica, según el detalle que figura en el Anexo de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°: ELEVAR al Consejo Superior para su tratamiento.

ARTÍCULO 3°: Regístrese, comuníquese, y archívese.




Dra. Nora B. Okulik
Directora
Dpto. de Cs. Básicas y Aplicadas



///Res. N° 257/2025-DCByA.

ANEXO

GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE CURSOS DE POSGRADO

A. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD

1. DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Consignar el nombre del Curso de Posgrado.

Diplomatura Internacional: Marketing
Estratégico en Óptica.

2. ÁREA RESPONSABLE

Dirección de carrera: Óptico Técnico: Lic: Liliana Milán

3. DURACIÓN

Consignar la duración en días, semanas o meses.

5 meses.

4. CARGA HORARIA

Consignar la carga horaria presencial y no presencial discriminada por horas teóricas, teórico-prácticas, prácticas.

- 110 horas teórico prácticas. Distribución horaria:

– 80 horas sincrónicas: 5 módulos de 16 hs. - Sincrónicas. Con clases de 2 hs. horas reloj en cada encuentro.

– 30 horas asincrónicas: actividades (en plataforma), lectura del material de apoyo, resolución de casos, proceso de adaptación e investigación.

5. DESTINATARIOS Y CONDICIONES DE ADMISIÓN

Requisitos formales (credenciales educativas), de acuerdo con la tipología que se enuncia en el Artículo 14 del Reglamento, o equivalentes (experiencia o conocimientos técnico-profesionales que puedan sustituir las credenciales requeridas), y especiales (conocimientos específicos) que deberán reunir los participantes y demás condicionalidades de la convocatoria.

Profesionales del área de la salud visual: Óptico Técnico Contactólogo. Optómetras. Oftalmólogos. Óptico Técnico. Gerentes y personal jerárquicos de ópticas. Gerentes y personal jerárquicos de clínicas oftalmológicas. Docentes de la carrera.

Se prevé contar con participantes de diferentes países: México, El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Colombia Perú, Ecuador, Valenzuela, Bolivia, Argentina, Chile, Uruguay.

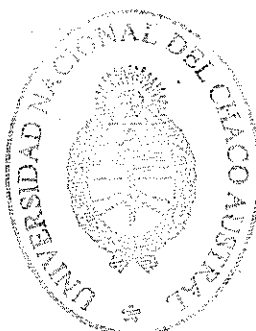
6. CUPO

Especificar cupo mínimo y máximo.

Cupo mínimo: 20 participantes

Se espera contar con entre 50 y 100 participantes.

Handwritten signature



///Res. N° 257/2025-DCByA.

7. CERTIFICACIÓN

Términos de la acreditación de asistencia y/o de aprobación según corresponda.

Certificado de Aprobación. Recibirán los participantes que hayan aprobado las actividades propuestas a lo largo del cursado y el Trabajo Integrador Final. Cada una de las actividades se aprueban con un 75 %.

Certificación de asistencia: Recibirán los participantes que no alcanzarán la calificación propuesta.

8. PARTICIPANTES

Detalle de los docentes, panelistas, expositores, etc., las funciones que cumplirán dentro del equipo (director/a, coordinador/a, profesor/a dictante, etc.) y la síntesis curricular de los/as mismos/as.

Adjuntar Curriculum Vitae.

Coordinación Universidad: Lic Milán Liliana **Coordinación Ipecc:**

OC Roberto Navarro

Dra. Ela Rojas (Colombia) Lic. Iris

Cusicanqui (Perú) Lic. Andrés García

(Colombia) Lic. Álvaro Alcalá (México)

Lic. Orlando Escalona (Venezuela) Optom. Wilberth

Aguilar (Costa Rica) Dr. Ramón Espinoza (Perú)

Dr. Víctor Vega (Colombia) Dr. Cristian

Zorro (Colombia)

Dr. Enrique González (Colombia)

Optom. Roberto Pacheco (Valenzuela)

OTC. Rodrigo Neira (Argentina)

Se adjuntan CVs de docentes.

9. ARANCEL

Monto que se estime prudente imponer y el presupuesto establecido, en caso de que corresponda.

La firma: Organización Ipecc se vincula a la Universidad Nacional del Chaco Austral a través de un convenio específico por esta acción: Diplomatura Internacional: Marketing Estratégico en Óptica.

Del cual surge que la Universidad Nacional del Chaco otorga el aval académico a la formación y queda a cargo de la ejecución y entrega de los **certificados** que se emitirán de **manera digital**.

A cargo de la Firma Organización Ipecc está el uso de su plataforma, contratación, pago de honorarios a profesionales. Inscripción y cobro del arancel.

Universidad Nacional del Chaco Austral y Firma Organización Ipecc contarán con 7 becas. (Cobertura el 100 %) por cada institución.

Cada certificado emitido por la universidad tendrá un valor del 35% del valor de la capacitación.

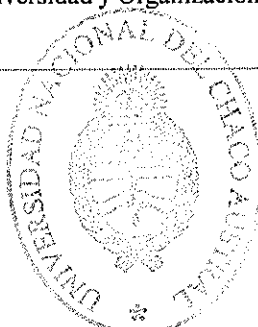
Se adjunta convenio específico entre la Universidad y Organización IPEC

Arancel:

El valor de la Diplomatura es de \$ 300,000 mil pesos.

Cada certificado emitido por la universidad tendrá un valor del 35 % de la misma. **Se emitirán certificados digitales.**

Se adjunta convenio específico entre la Universidad y Organización IPEC.





///Res. N° 257/2025-DCByA.

B. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE LA ACTIVIDAD

1. FUNDAMENTACIÓN

Exposición sucinta de los fundamentos y lineamientos generales de la propuesta.

En la actualidad la formación en ciencias ópticas presenta una falencia silenciosa de la cual los jóvenes profesionales de la salud en su mayoría se vuelven testigos recién al ingresar en el mundo laboral: saber vender. La masificación de la competencia en el área de este mercado, las nuevas preferencias de los clientes, la necesidad de comodidad y estética en el consumidor en cuestión amplía los factores imprescindibles de estos comercios.

Ante esta necesidad se genera esta diplomatura con la intención de incrementar las habilidades comerciales de los nuevos y actuales profesionales, funcionando como complemento a la formación óptica tradicional dando especial atención a la comunicación comercial, atención al cliente y posicionamiento en el mercado permitiendo ampliar la rentabilidad de estos negocios.

El dictado de este curso es necesario por las siguientes razones:

- Cambios en el mercado: el cliente actual no solo busca una visión clara sino una buena atención, buena estética y detalle del producto. Adaptarse al mercado es vital para cualquier actividad comercial.
- Alta competencia: el crecimiento exponencial del mercado vuelve cada vez más difícil la tarea de diferenciarse y lograr una rentabilidad. Por lo mismo se piensa que el estudiante de la carrera debe valerse de cuantas herramientas tenga a disposición para destacarse.
- Falta de formación comercial: la mayoría de carreras de formación tradicional carecen de conocimientos sobre ventas y comercio en general. El objetivo es suplir esa ausencia con el dictado del presente curso.
- Digitalización: hoy día es necesario que todos los comercios cuenten con presencia en redes sociales, páginas web o campañas digitales para conseguir presencia. Esta diplomatura enseña canales físicos y digitales de venta.
- Profesionalización: muchas ópticas se mantienen con esfuerzo, pero carecen de planificación. Este programa permite formar equipos con visión empresarial.

Beneficios para los inscriptos:

- Mejor empleabilidad: Profesionales con conocimientos en marketing y ventas tienen mayores oportunidades laborales.
- Potenciar emprendimientos personales: esta diplomatura brinda herramientas necesarias que permitirán al alumno escalar sus proyectos.
- Desarrollar habilidades comerciales: Comunicación, persuasión, escucha activa, negociación y empatía con el cliente, habilidades fundamentales para cerrar ventas y fidelizar clientes.
- Adaptación a los cambios: Desde cómo diseñar una estrategia promocional para una nueva colección de armazones, hasta cómo manejar objeciones o segmentar el público.

Por lo tanto: - Una diplomatura en marketing y ventas ópticas no es solo un complemento, sino un conjunto de conocimientos clave para el correcto desenvolvimiento en el actual mundo laboral y comercial. Brindar estos conocimientos proyecta el crecimiento de las ópticas como emprendimientos sustentables, competitivos y rentables.

2. OBJETIVOS

Enunciación de los objetivos de la iniciativa.

Objetivo General:

Promover cambios de paradigmas en el comercio de las ópticas.

Promover cambios de paradigmas en la visión empresarial del profesional de la salud visual.

Objetivos Específicos:

- Adquirir estrategias de marketing digital y publicidad en redes sociales para potenciar la captación de clientes y el crecimiento sostenido del negocio óptico.
- Adquirir herramientas para trabajar estrategias de marketing digital y publicidad en redes sociales potenciando la captación del paciente/cliente y el crecimiento sostenido del negocio.
- Obtener herramientas para optimizar la atención y la eficiencia del punto de venta aumentando las ventas.
- Adquirir herramientas estratégicas para optimizar la gestión administrativa/ comercial en las ópticas, enfocadas en la productividad y reducción de costos.
- Adquirir herramientas para potenciar el talento humano dentro del comercio de las ópticas.



///Res. N° 257/2025-DCByA.

3. CONTENIDOS

Indicar los contenidos mínimos que se desarrollarán durante la Actividad, según el criterio de organización adoptado, ej.: unidades, módulos, etc.

Recordar:

- que la cantidad de contenido debe ser acorde a las horas de dictado,
- que estas actividades deben atender a contenidos relevantes para la formación,
- que este punto se refiere a los contenidos seleccionados y organizados curricularmente, no a un listado minucioso de temas.

Programación de contenidos a desarrollar:

MÓDULO 1

Fundamentos de la Administración en Óptica.

Introducción a la administración óptica

Principios básicos de administración aplicados a la óptica. Retos y oportunidades del mercado óptico.

Tipos de modelos de negocio en ópticas: independientes y cadenas. Diseño organizacional.

Estructura organizacional en una óptica. Gestión del tiempo y recursos.

Creación de manuales operativos y protocolos internos. Normatividad y ética profesional

Marco legal y regulaciones para ópticas.

Ética profesional en la práctica administrativa.

Normas de calidad y seguridad en la atención al cliente.

MÓDULO 2

Gestión Financiera en Ópticas.

Planeación financiera básica

Presupuestación: cómo planificar ingresos y gastos. Análisis de flujo de caja y punto de equilibrio.

Fijación de precios para servicios y productos ópticos. Control y análisis financiero.

Identificación de costos fijos y variables. Indicadores financieros clave (KPI) para ópticas. Estrategias para aumentar la rentabilidad.

Financiamiento y proyecciones económicas

Fuentes de financiamiento para expandir el negocio. Cómo calcular el retorno de inversión (ROI).

Herramientas digitales para la gestión financiera.

MÓDULO 3

Gestión del Talento Humano

Selección y capacitación del equipo

Reclutamiento y selección de personal para ópticas.

Capacitación en atención al cliente y ventas.

Motivación y retención del talento humano. Liderazgo y gestión de equipos

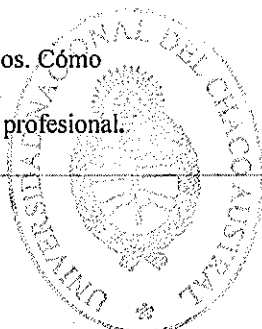
Estilos de liderazgo para empleados y gerentes. Liderazgo y gestión de equipos

Comunicación efectiva con el equipo. Resolución de conflictos laborales.

Evaluación del desempeño

Métodos de evaluación de empleados. Cómo implementar un plan de incentivos.

Feedback constructivo y desarrollo profesional.





///Res. N° 257/2025-DCByA.

MODULO 4

Marketing y Estrategias de Crecimiento.

Planificación estratégica en marketing

Cómo diseñar un plan de marketing para la óptica. Segmentación del mercado y análisis del cliente ideal. Diferenciación y posicionamiento en el mercado óptico. Marketing digital para ópticas

Uso de redes sociales y publicidad digital. Herramientas de gestión de marketing digital. Presencia en línea para atraer pacientes.

Estrategias para fidelizar pacientes Programas de lealtad y recompensas.

Encuestas de satisfacción y retroalimentación. Creación de experiencias positivas para el cliente.

Implementación de plan de marketing y crecimiento en las ópticas de nuestra familia. Atención al cliente.

MÓDULO 5

Programa de Modernización y Desarrollo de Empresas Ópticas.

Evaluación del estado actual de la empresa.

Estrategias para la modernización y actualización tecnológica. Innovación en productos y servicios.

Gestión del cambio y adaptación a nuevas tendencias.

Identificar los costos fijos y variables de su propia óptica o una simulada. Determinar su punto de equilibrio y rentabilidad actual

Aplicación de herramientas aprendidas durante el curso.

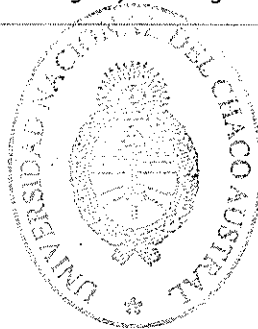
Trabajos prácticos – Casos de estudio. Simulaciones y casos de estudio.

Presentación de un proyecto integrador que aplique los conocimientos adquiridos en cada módulo.

Creación de un plan integral que abarque finanzas, talento humano y marketing. Proponer al menos 3 estrategias específicas para mejorar sus resultados financieros.

Por último: Proyecto final plan de administración integral y estrategias de marketing de una Óptica.

J





///Res. N° 257/2025-DCByA.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Estrategias de enseñanza que se priorizarán en el dictado de la actividad (ej.: taller, exposición, aula invertida, dinámicas grupales, trabajos prácticos de laboratorio, trabajos de campo, etc.)

Cada módulo consistirá en 8 (ocho) sesiones virtuales de dos horas. En cada una de las sesiones se dictará una clase magistral, al finalizar cada clase quedará un espacio para consultas y por último al finalizar cada módulo en la plataforma se habilitará una actividad a desarrollar de manera individual. La misma quedará diagramada en la plataforma de la firma Ipecc.

Al finalizar el cursado se presentará un Trabajo Final Integrador (TIF). Para el desarrollo del mismo se presentará un espacio de tutoría, no obligatoria.

5. ACTIVIDADES

Diagrama de las actividades con indicación de la carga horaria estimada.

Se detallan en el cuadro de cronograma estimado.

6. INSTANCIAS DE EVALUACIÓN DURANTE LA ACTIVIDAD

Detallar en qué consistirá la evaluación de los aprendizajes, cantidad y frecuencia de las evaluaciones, si se prevén instancias de recuperación y requisitos de aprobación de la actividad.

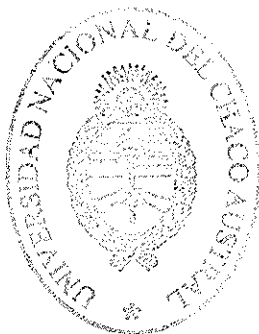
Los participantes que aprueben las instancias de evaluación recibirán un certificado de aprobación, de lo contrario un certificado de asistencia.

Requisitos para aprobar la Diplomatura:

Participar de los encuentros sincrónicos (mínimo: 75 % de asistencia).

Aprobar las actividades propuesta por los docentes en cada uno de los módulos.

Elaborar y aprobar el Trabajo Integrador Final (TIF). Éste Trabajo Integrador Final consiste en la elaboración de un proyecto final enfocado en la administración integral y estrategias de marketing de una óptica, que aborde los contenidos, problemas y debates trabajados en los módulos correspondientes. Los docentes que evaluarán el TIF serán los docentes coordinadores de módulos.



///Res. N° 257/2025-DCByA.

7. CRONOGRAMA ESTIMATIVO

En este punto consignar cómo se distribuirán las horas de dictado de la actividad, en el tiempo de duración establecido. Se deberá consignar la fecha de los días de semana en que se dictará la actividad y la cantidad de horas por día, según los meses de duración.

Se estima comenzar durante el segundo ciclo académico. Fecha a confirmar, sujeto a la cantidad de participantes. Se prevé el siguiente cronograma:

Semanas	Contenidos teóricos
1 a 4	Módulo 1
5 a 8	Módulo 2
9 a 12	Módulo 3
13 a 16	Módulo 4
17 a 20	Módulo 5
21 a 23	TFI

8. MODALIDAD

Carácter presencial o a distancia.

La mencionada diplomatura se dictará: modalidad virtual y formato sincrónico a través de la plataforma de la Organización Ipecc. Cada alumno contará con un usuario y clave personal de acceso al aula virtual. Se trabajará con un grupo cerrado durante toda la capacitación, promoviendo una constante interacción que le permita a los participantes avanzar de manera sostenida en la comprensión y en la práctica de sus actividades.

9. BIBLIOGRAFÍA

Enumerar los textos básicos que serán manejados total o parcialmente durante la actividad, que den cuenta del enfoque adoptado y su actualización.

El marketing de servicios profesionales – Philip Kotler, Paul Bloom y Thomas Hayes (Ediciones Paidós, 15 febrero 2004)

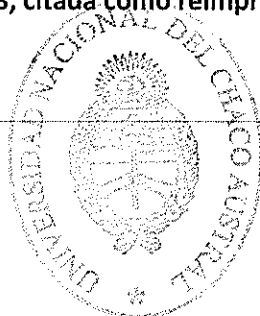
Marketing 16ª edición – Philip Kotler (Prentice Hall / ediciones hispanoamericanas, ed. 2016).

Marketing Personal – José María Acosta Vera (ESIC Editorial, 2006).

Social Media. Marketing Personal y Profesional – José A. Carballar (Alfaomega Grupo Editor, 2012).

Gestión del talento humano, *Idalberto Chiavenato* (McGraw-Hill Interamericana, 3ª ed. 2009)

Desarrollo del talento humano: basado en competencias, *Martha Alicia Alles* (Granica, primera ed. 2005; revisada 2008; citada como reimpresión en 2019 según catálogo académico)





UNCAUS
UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL
CHACO AUSTRAL

DCBA
DEPARTAMENTO
DE CIENCIAS
BÁSICAS Y APLICADAS

///Res. N° 257/2025-DCByA.

Gestión por competencias y talento, **María Teresa Palomo Vadillo** (ESIC Editorial, febrero 2024)

Las habilidades blandas en el reclutamiento y selección de personal, **Carlos Pérez** (Editorial Independiente, mayo 2024)

Innovación en la gestión del talento: Nuevas tendencias y desafíos, **Javier Martínez** (Editorial Independiente, septiembre 2024)

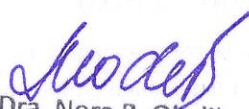
10. REQUERIMIENTOS

Descripción de los recursos físicos, materiales y económicos necesarios para su realización, conforme el número de asistentes estimado.

La diplomatura se dictará sobre la plataforma de la firma: Organización Ipecc.

Será indispensable que cada participante cuenten con una cuenta de Zoom y/o Meet. para el dictado de los módulos.




Dra. Nora B. Okulik
Directora
Dpto. de Cs. Básicas y Aplicadas