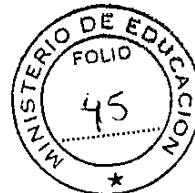




Ministerio de Educación

"2008-AÑO DE LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS"

RESOLUCION Nº 223



BUENOS AIRES, 11 MAR 2008

VISTO el expediente N° 5748/06 (3 anexos y 1 carpeta) del registro del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA por el cual la UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS, Departamento de Administración, eleva el proyecto de creación de la carrera de posgrado de MAESTRÍA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN, conforme a la Resolución del Rectoral N° 01/06 a los fines de expedir el título de posgrado de MAGISTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN, para el que se requiere el reconocimiento oficial y validez nacional, y

CONSIDERANDO:

Que es competencia del MINISTERIO DE EDUCACIÓN velar por el cumplimiento de las disposiciones de la Ley N° 24.521 de Educación Superior.

Que, de conformidad con lo establecido en el artículo 2° de dicha norma, le cabe al Estado la responsabilidad indelegable en la prestación del servicio de educación superior de carácter público.

Que es obligación del Estado Nacional asegurar que el sistema de educación superior se adecue a los principios constitucionales en la materia.

Que por lo tanto corresponde al Estado Nacional velar por el desarrollo de aquellas actividades en las que está en juego la fe pública y amparar los derechos de los ciudadanos al respecto.

Que corresponde al MINISTERIO DE EDUCACIÓN otorgar reconocimiento oficial y consecuente validez nacional a los títulos que expidan las instituciones universitarias.

Que dicha Universidad cuenta con autorización definitiva para funcionar por lo que, de acuerdo con lo establecido en el artículo 19 del Decreto N° 576/96, estas instituciones deben comunicar a este Ministerio la creación de nuevas facultades, escuelas, institutos, departamentos, carreras, grados o títulos, sin perjuicio del cumplimiento de las previsiones de los artículos 41, 42 y 43 de la Ley N° 24.521.

Que las carreras de posgrado deben ser acreditadas por la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA, como condición necesaria para el reconocimiento oficial y la consecuente validez nacional de esos títulos, según lo establecido por los artículos 39 y 46 inciso b) de la Ley de Educación Superior y 7° del Decreto N° 499 del 22 de septiembre de 1995.



Ministerio de Educación

"2008-AÑO DE LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS"

RESOLUCION Nº 2 2 3



Que en este sentido, la Resolución Ministerial N° 532/02 estableció que el reconocimiento oficial provisorio del título es otorgado por el MINISTERIO DE EDUCACIÓN mediante la correspondiente resolución, requiriendo para ello un dictamen previo favorable de la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA.

Que tratándose de proyecto de carrera de posgrado, corresponde que la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA realice una evaluación de la calidad del proyecto mediante un análisis preliminar de viabilidad a la luz de la Resolución Ministerial N° 1168 del 11 de julio de 1997, y con posterioridad mediante el proceso de acreditación propiamente dicho.

Que en su Sesión N° 248 del 21 de mayo de 2007 la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA dictaminó favorablemente sobre el reconocimiento provisorio en trámite, lo cual implica –en los términos del artículo 3° de la Ordenanza CONEAU N° 044- que dicho organismo acreditó el proyecto de carrera de posgrado de MAESTRÍA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN, al sólo efecto del reconocimiento oficial provisorio.

Que habiéndose dado cumplimiento al trámite establecido por la Resolución Ministerial N° 532/02, se dan las condiciones para otorgar el reconocimiento oficial provisorio peticionado.

Que de conformidad con la Resolución Ministerial citada dicho reconocimiento caducará de pleno derecho si la carrera no se presentara en la primera convocatoria posterior al inicio de las actividades académicas, y se transformará en definitivo si al ser presentada fuera acreditada.

Que el dictamen de acreditación provisorio efectúa recomendaciones para la implementación del proyecto de la carrera.

Que ha tomado la intervención que le corresponde la DIRECCIÓN NACIONAL DE GESTIÓN UNIVERSITARIA, dependiente de la SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS.

Que la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS ha emitido el dictamen de su competencia.

Que las facultades para dictar el presente acto resultan de lo dispuesto por el artículo 41 de la Ley de Educación Superior y de la Ley de Ministerios (t. o. Decreto N° 438/92) y sus modificatorias.



Ministerio de Educación

"2008-AÑO DE LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS"



Por ello y atento a lo aconsejado por la SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS,

EL MINISTRO DE EDUCACIÓN

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Otorgar reconocimiento oficial provisorio y la consecuente validez nacional al título de posgrado de MAGISTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN, que expide la UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS perteneciente a la carrera de MAESTRÍA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN a dictarse bajo la modalidad presencial en el Departamento de Administración, según el plan de estudios y demás requisitos académicos que obran como ANEXO de la presente resolución.

ARTÍCULO 2°.- El reconocimiento oficial y validez nacional caducarán si la institución no se presentara solicitando la acreditación en la primera convocatoria que realice la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA con posterioridad al inicio de las actividades académicas previstas en el proyecto, o si la acreditación le fuera denegada.

ARTÍCULO 3°.- La UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS desarrollará las acciones necesarias para la concreción de las recomendaciones efectuadas por la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA mediante el Dictamen CONEAU en su Sesión N° 248 del 21 de mayo de 2007.

ARTÍCULO 4°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION N° 223

JUAN CARLOS TEDESCO
MINISTRO DE EDUCACIÓN



Ministerio de Educación

"2008-AÑO DE LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS"

2 2 3



ANEXO

UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS, Departamento de Administración

TÍTULO: MAGÍSTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN

Requisitos de Ingreso:

- Poseer título de grado universitario.
- Examen de competencia en lectura y comprensión de Inglés
- Examen de ingreso

PLAN DE ESTUDIOS

Materias y Seminarios	Carga Horaria		Carga Horaria Total
	T	P	
Marketing Avanzado	25	15	40
Métodos Cualitativos y Cuantitativos	20	20	40
Sociología y Comportamiento del Consumidor	30	10	40
Management Estratégico y Procesos de Cambio	25	15	40
Investigación de Mercado	25	15	40
Semiótica y Comunicación	30	10	40
Estrategias, Modelos y Canales de Distribución	25	15	40
Finanzas para la Gestión y Desarrollo de Nuevos Negocios	20	20	40
Estrategias de Comunicación	20	20	40
Gerencia de Producto y Marca	20	20	40
Comunicación Institucional	20	20	40
Simulación Avanzada	10	30	40
Seminarios Obligatorios	40	20	60
Seminarios Obligatorios de Temáticas Optativas	40	20	60
Investigación			
Taller de Tesis	20	20	40
Seminario Permanente de Investigación	40	120	160

CARGA HORARIA

HORAS RELOJ PRESENCIALES		600
HORAS RELOJ TEÓRICAS	350	
HORAS RELOJ ACTIVIDADES PRÁCTICAS	250	
HORAS RELOJ DE ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN		200



Ministerio de Educación

"2008-AÑO DE LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS"

2 2 3



Los alumnos cursarán los siguientes seminarios obligatorios:

- Negociación
- Contabilidad de Costos
- Pricing
- Estrategias de Marketing Internacional,
- Marketing y Tecnología

Y los siguientes seminarios obligatorios de temáticas optativas:

- Marketing y Pobreza
- Trade Marketing
- Supply Chain Management

Otro Requisito:

- Tesis

ABD.