

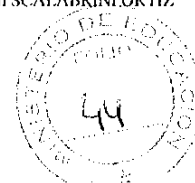


Ministerio de Educación

"2009 - Año de Homenaje a Raúl SCALABRINI ORTIZ"

RESOLUCION Nº

11



BUENOS AIRES, - 4 AGO 2009

VISTO el expediente N° 1826/09 del registro del MINISTERIO DE EDUCACIÓN, por el cual la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Facultad de Artes y Ciencias solicita el otorgamiento de reconocimiento oficial y la validez nacional para los títulos de TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA y LICENCIADO EN PUBLICIDAD, según lo aprobado por Resolución del Rector N° 1430/08, y

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con lo dispuesto por los artículos 29, incisos d) y e) y 42 de la Ley de Educación Superior N° 24.521, es facultad y responsabilidad exclusiva de las Instituciones Universitarias la creación de carreras de grado y posgrado y la formulación y desarrollo de sus planes de estudios, así como la definición de los conocimientos y capacidades que tales títulos certifican y las actividades para las que tienen competencia sus poseedores, con las únicas excepciones de los supuestos de Instituciones Universitarias Privadas con autorización provisoria y los títulos incluidos en la nómina que prevé el artículo 43 de la ley aludida, situaciones en las que se requiere un control específico del Estado.

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 por no estar en el presente, los títulos de que se trata, comprendidos en ninguna de esas excepciones, la solicitud de la Universidad debe ser considerada como el ejercicio de sus facultades exclusivas, y por lo tanto la intervención de este Ministerio debe limitarse únicamente al control de legalidad del procedimiento seguido por la Institución para su aprobación, que el plan de estudios respete la carga horaria mínima fijada por este Ministerio en la Resolución Ministerial N° 6 del 13 de enero de 1997, sin perjuicio de que oportunamente, estos títulos

El
T
S



Ministerio de Educación

RESOLUCION Nº 11



puedan ser incorporados a la nómina que prevé el artículo 43 y deba cumplirse en esa instancia con las exigencias y condiciones que correspondan.

Que en consecuencia tratándose de una Institución Universitaria legalmente constituida; habiéndose aprobado la carrera respectiva por la Resolución del Rector ya mencionada, no advirtiéndose defectos formales en dicho trámite y respetando el plan de estudios la carga horaria mínima establecida en la Resolución Ministerial N° 6 del 13 de enero de 1997, corresponde otorgar el reconocimiento oficial a los títulos ya enunciados que expide la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, con el efecto consecuente de su validez nacional.

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 lo normado por el inciso 14) del artículo 23 quáter de la Ley de Ministerios (t.o. Decreto N° 438/92) y sus modificatorias.

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

EL MINISTRO DE EDUCACIÓN

RESUELVE:

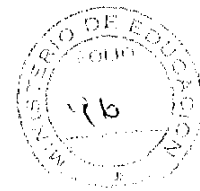
ARTÍCULO 1°.- Otorgar reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional a los títulos de TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA y LICENCIADO EN PUBLICIDAD que expide la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, perteneciente a la carrera de LICENCIATURA EN PUBLICIDAD a dictarse bajo la modalidad presencial en la Facultad de Artes y Ciencias con el plan de estudios y duración de la respectiva carrera que se detallan en el ANEXO II de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°.- Considerar como actividades para las que tienen competencias los poseedores de estos títulos, a las propuestas por la Universidad como "alcances del

22
1
[Firma]



Ministerio de Educación



título", y que se incorporan en el ANEXO I de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3°.- El reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorgan a los títulos mencionados en el artículo 1°, quedan sujetos a las exigencias y condiciones que correspondan cumplimentar en el caso de que los mismos sean incorporados a la nómina de títulos que requieran el control específico del Estado, según lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley de Educación Superior.

ARTÍCULO 4°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

26
T

RESOLUCION Nº 11

Prof. ALBERTO E. SILEONI
MINISTRO DE EDUCACIÓN



Ministerio de Educación

"2009 – Año de Homenaje a Raúl SCALABRINI ORTIZ"

11



ANEXO I

ALCANCES DEL TÍTULO DE TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA QUE EXPIDE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Facultad de Artes y Ciencias.

- ❖ Ejecutar estrategias de comunicación.
- ❖ Realizar la producción publicitaria.
- ❖ Colaborar en el diseño de imagen empresarial y de marca.
- ❖ Asesorar en el diseño comunicativo de una página WEB, packaging, promociones, ejecución de campañas y realización de propagandas.
- ❖ Desarrollar tareas de encuestas y sondeos de opinión.

ALCANCES DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD QUE EXPIDE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Facultad de Artes y Ciencias.

- ❖ Dirigir una agencia de publicidad cumpliendo todas las demandas de la misma.
- ❖ Asesorar a instituciones públicas y privadas en temas concernientes a la comunicación de imagen y venta de productos o servicios.
- ❖ Diseñar, producir y evaluar campañas de todo tipo, para cualquier público y por cualquier medio.
- ❖ Dirigir Agencias de Publicidad y Consultoras de Comunicación Social.

41
1
22



Ministerio de Educación

11



ANEXO II

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Facultad de Artes y Ciencias.**TÍTULOS: TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA y
LICENCIADO EN PUBLICIDAD.**

PLAN DE ESTUDIOS

COD.	ASIGNATURA	DEDIC.	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CORRELA TIVIDAD
------	------------	--------	-----------------------------	---------------------------	--------------------

PRIMER AÑO:

1.1.1.1	Pensamiento Filosófico I	1° C	3	42	---
1.1.2.1	Teoría de la Comunicación I	1° C	4	56	---
1.1-2.2.4	Lengua Inglesa Elemental	A	4	112	---
1.1.4.1	Diseño en Comunicación Visual	1° C	4	56	---
1.1.2.5	Expresión Oral y Escrita	1° C	3	42	---
1.1-2.2.3	Taller de Redacción	A	2	56	---
1.1.3.1	Psicología Social	1° C	3	42	---
1.2.1.2	Pensamiento Filosófico II	2° C	3	42	1.1.1.1
1.2.2.2	Teoría de la Comunicación II	2° C	4	56	1.1.2.1
1.2.3.2	Estadística	2° C	3	42	---
1.2.2.6	Informática	2° C	3	42	---
1.2.3.3	Psicología de la Motivación	2° C	3	42	1.1.3.1

SEGUNDO AÑO:

2.1.1.3	Teología I	1° C	3	42	---
2.1.4.2	Introducción a la Comunicación Publicitaria	1° C	4	56	1.1.2.1/1.2.2.2
2.1.4.3	Diseño y Producción Audiovisual	1° C	4	56	1.1.4.1
2.1.4.5	Pensamiento y Producción Creativa I	1° C	4	56	---
2.1-2.2.8	Lengua Inglesa Intermedia	A	4	112	1.1-2.2.4
2.1.2.7	Semiótica General y Aplicada	1° C	3	42	---
2.1.4.4	Taller de Fotografía	1° C	4	56	1.1.4.1
2.2.1.4	Teología II	2° C	3	42	2.1.1.3
2.2.4.7	Comunicación Publicitaria	2° C	4	56	2.1.4.2
2.2.4.6	Taller de Producción Audiovisual	2° C	4	56	2.1.4.3
2.2.4.8	Pensamiento y Producción Creativa II	2° C	4	56	2.1.4.5
2.2.2.9	Mercadotecnia	2° C	4	56	---
2.2.3.4	Estética e Historia del Arte	2° C	3	42	---

22
T
S



Ministerio de Educación



COD.	ASIGNATURA	DEDIC.	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CORRELATIVIDAD
------	------------	--------	-----------------------	---------------------	----------------

TERCER AÑO

3.1.4.9	Semiología de la Publicidad	1° C	4	56	2.1.2.7
3.1.4.0	Planificación de Medios I	1° C	3	42	2.2.4.7
3.1.2.0	Comunicaciones Integradas	1° C	3	42	2.2.4.7
3.1.4.1	Administración de la Empresa de Comunicación	1° C	4	56	2.2.4.7
3.1.4.3	Comportamiento del Consumidor	1° C	4	56	2.2.2.9
3.1.2.9	Metodología de la Investigación en Comunicaciones	1° C	4	56	---
3.2.2.0	Régimen Legal de las Comunicaciones	2° C	4	56	---
3.2.4.4	Planificación de Medios II	2° C	3	42	3.1.4.0
3.2.2.3	Comunicación Digital	2° C	4	56	2.2.4.6/2.2.4.7
3.2.4.5	Dirección y Atención de Cuentas	2° C	3	42	2.2.2.9
3.2.2.4	Marketing Social y Político	2° C	4	56	3.1.4.3
3.2.1.5	Doctrina Social de la Iglesia	2° C	3	42	2.2.1.4

CARGA HORARIA TOTAL PARA EL TÍTULO DE TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA: 1.960 Horas.

CUARTO AÑO:

4.1.2.2	Análisis del Discurso	1° C	4	56	3.1.4.9
4.1.4.7	Comunicaciones Comerciales	1° C	4	56	3.1.2.0
4.1.4.1	Comunicación en las Organizaciones	2° C	4	56	3.1.2.0
4.1.3.2	Sociología	1° C	4	56	---
4.1.2.6	Educomunicación	1° C	3	42	3.1.2.0
4.1.4.9	Agencia de Publicidad	1° C	4	56	3.2.4.5
4.1.2.3	Proyecto de Tesis	1° C	4	60	3.1.2.9
4.2.3.4	Historia de los Movimientos Sociales y Políticos	2° C	4	56	4.1.3.2
4.2.4.0	Comunicación Política	2° C	4	56	3.2.2.4
4.1.4.8	Planificación	1° C	4	56	3.2.4.4/3.2.4.5
4.2.2.4	Opinión Pública	2° C	4	56	3.2.2.4
4.2.1.6	Ética Profesional	2° C	3	42	3.2.1.5
4.2.4.7	Práctica Profesional Asistida	2° C	6	84	4.1.4.7/4.1.4.8 /4.1.4.9
4.2.2.5	Taller de Tesis	2° C	4	56	4.1.2.3/4.1.4.8

CARGA HORARIA TOTAL PARA EL TÍTULO DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD: 2.748 Horas.

H
B