



Ministerio de Educación

RESOLUCION Nº 87



BUENOS AIRES, - 5 FEB 2010

VISTO el expediente N° 373/09 del registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA, Escuela de Formación Continua, por el cual la mencionada Universidad solicita el otorgamiento de reconocimiento oficial y la validez nacional para el título de LICENCIADO EN MARKETING -CICLO DE LICENCIATURA- según lo aprobado por Resolución del Honorable Consejo Superior N° 007/09, 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 por no estar en el presente, el título de que se trata, comprendido 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, este título pueda ser incorporado a la nómina que prevé el artículo 43 y deba cumplirse en esa instancia con las exigencias y condiciones que correspondan.

Que por tratarse de un Ciclo de Licenciatura articulado con carreras de Nivel Superior para evaluar su adecuación a la Resolución Ministerial N° 6/97 se considera, además de la carga total del Ciclo, la correspondiente a los planes de estudios cuyo cumplimiento se exige como requisito de ingreso.

Que en consecuencia tratándose de una Institución Universitaria legalmente constituida; habiéndose aprobado la carrera respectiva por la Resolución del Honorable Consejo Superior ya mencionada, no advirtiéndose defectos formales en dicho trámite y respetando el plan de estudios la carga horaria mínima establecida en la Resolución

524
 21



Ministerio de Educación



Ministerial ya citada, corresponde otorgar el reconocimiento oficial al título ya enunciado que expide la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA, 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 al título de LICENCIADO EN MARKETING -CICLO DE LICENCIATURA-, que expide la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA, perteneciente a la carrera de LICENCIATURA EN MARKETING -CICLO- a dictarse bajo la modalidad presencial en la Escuela de Formación Continua, 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 este título, a las propuestas por la Universidad como "alcances del 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 al título mencionado en el artículo 1°, quedan sujetos a las exigencias y condiciones que corresponda cumplimentar en el caso de que el mismo sea incorporado 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.

SE: ARTÍCULO 4°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

Handwritten signature and initials

RESOLUCION Nº 87

Prof. ALBERTO E. SILEONI
MINISTRO DE EDUCACIÓN



Ministerio de Educación

2019 - AÑO DEL BICENTENARIO DE LA REVOLUCIÓN DE MAYO

87



ANEXO I

**ALCANCES DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN MARKETING -CICLO DE LICENCIATURA-
QUE EXPIDE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA, Escuela de Formación
Continua.**

- Realizar estudios cualicuantitativos de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales; así como proyecciones de oferta y demanda de productos y servicios.
- Estudiar los acontecimientos que ocurren en el ambiente político, social, económico y tecnológico con miras a identificar los riesgos y oportunidades que se presentan para la comercialización de un producto y ver las estrategias de marketing que tomará la empresa.
- Evaluar objetivamente los resultados obtenidos de las estrategias seguidas por la empresa.
- Apoyar en el proceso de detección de las necesidades de los clientes de una empresa, investigando el efecto que los productos o servicios ofrecidos producen en el consumidor.
- Participar en la definición de objetivos, estrategias y metas de la organización de las actividades comerciales de la empresa.
- Elaborar planes de ventas, dirigir y coordinar sus operaciones.
- Dirigir y decidir el trabajo de diseño, comunicación e intensidad de las campañas de publicidad y promoción.
- Investigar las redes y medios de distribución de los productos y servicios para llevarlos a los consumidores y usuarios en poco tiempo y al más bajo costo.
- Investigar el comportamiento de la competencia y analizar la estrategia del competidor.
- Realizar labores de promoción, relacionándose directamente con los clientes, estableciendo los contactos necesarios para la empresa.
- Hacerse cargo de las relaciones con los proveedores y controlar el suministro de materiales.
- Manejar las relaciones con los clientes de tal manera que éstos encuentren un apoyo técnico-comercial.
- Fijar las listas de precios, los porcentajes de descuentos y los plazos de entrega, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, incentivos y campañas especiales.
- Vigilar los gastos y asegurar la utilización racional de los recursos de esta área.
- Controlar la selección, formación y rendimiento del personal del área.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar el área comercial de las organizaciones, actuando en funciones de línea o staff.
- Gestionar el proceso de logística comercial.
- Diseñar el lanzamiento de nuevos productos.
- Diseñar estrategias para la definición de mix comerciales.

Sr. AC.

H.
927



Ministerio de Educación

"2019 - AÑO DEL BICENTENARIO DE LA REVOLUCIÓN DE MAYO"

87



ANEXO II

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA, Escuela de Formación Continua.

TÍTULO: LICENCIADO EN MARKETING - CICLO DE LICENCIATURA.

CONDICIONES DE INGRESO:

Ser egresados universitarios o técnicos de instituciones terciarias, con una carga horaria no inferior a las 650 hs. y tres (3) cuatrimestres de duración.

- Títulos de Nivel Superior, Terciarios completos:

- Martillero, Corredor Público Tasador, o título equivalente
- Agente de Propaganda Médico; Visitador Médico, o título equivalente-
- Técnico en Seguridad e Higiene del Trabajo, o título equivalente-
- Técnico en Gestión de Servicios Hoteleros, o título equivalente-
- Técnico en Gestión de Servicios Turísticos, o título equivalente-
- Técnico en Marketing, o título equivalente-
- Técnico en Relaciones Públicas, o título equivalente-
- Técnico en Administración de Empresas, o título equivalente-
- Técnico en Gestión de Ventas, o título equivalente-
- Técnico en Logística, o título equivalente-
- Técnico en Planificación Comercial, o título equivalente-
- Técnico en Gestión Jurídica, o título equivalente-
- Técnico en Gestión Contable, o título equivalente-
- Técnico en Gestión Financiera, o título equivalente-
- Técnico en Gestión Comercial, o título equivalente-
- Técnico en Administración de Consorcios, o título equivalente-
- Técnico en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas, o título equivalente-
- Otros Títulos Terciarios no universitarios, cuyo perfil contemple la formación en gestión y/promoción y venta de productos y/o servicios.

PLAN DE ESTUDIOS

| Código | Asignaturas | Dedicación | Carga Horaria Semanal | Carga Horaria Total | Correlatividades |
|--------|---|--------------|-----------------------|---------------------|------------------|
| 01 | Introducción al Marketing | 1er cuatrim. | 4 | 64 | --- |
| 02 | Economía General | 1er cuatrim. | 4 | 64 | --- |
| 03 | Derecho Comercial | 1er cuatrim. | 4 | 64 | --- |
| 04 | Investigación de Mercado I | 1er cuatrim. | 4 | 64 | --- |
| 05 | Métodos Informáticos Aplicados a la Estadística | 2do cuatrim. | 8 | 128 | --- |
| 06 | Métodos Cuantitativos I | 2do cuatrim. | 8 | 128 | --- |
| 07 | Costos y Precios | 2do cuatrim. | 4 | 64 | --- |
| 08 | Psicosociología de las Organizaciones | 2do cuatrim. | 4 | 64 | --- |

Sr.
R.
PT
SA

