



Ministerio de Educación

RESOLUCION N° 308



BUENOS AIRES, 28 FEB 2011

VISTO el expediente N° 9238/10 –con un anillado- del registro del MINISTERIO DE EDUCACIÓN, por el cual la UNIVERSIDAD BLAS PASCAL, Vicerrectorado de Asuntos Académicos solicita el otorgamiento de reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional para el título de LICENCIADO EN MARKETING, según lo aprobado por Resolución del Consejo Superior N° 12/10, 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, 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 ^{sr.} respete la carga horaria mínima fijada por este Ministerio en la Resolución ^{pp.}



Ministerio de Educación

RESOLUCIÓN N° 308



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 en consecuencia, tratándose de una Institución Universitaria legalmente constituida; habiéndose aprobado la carrera respectiva por la Resolución del 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 Ministerial ya citada, corresponde otorgar el reconocimiento oficial al título ya enunciado que expide la UNIVERSIDAD BLAS PASCAL, 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 que expide la UNIVERSIDAD BLAS PASCAL, perteneciente a la carrera de LICENCIATURA EN MARKETING a dictarse bajo la modalidad presencial en el Vicerrectorado de Asuntos Académicos 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



"2011 - AÑO DEL TRABAJO DECENTE, LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS TRABAJADORES"

"2010 - AÑO DEL BICENTENARIO DE LA REVOLUCIÓN DE MAYO"

Ministerio de Educación



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 3º.- El reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorgan al título mencionado en el artículo 1º, 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.

ARTÍCULO 4º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

*AA
I
R
S*

RESOLUCIÓN N° 308

Prof. ALBERTO E. SILEONI
MINISTRO DE EDUCACIÓN



Ministerio de Educación

308



ANEXO I

ALCANCES DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN MARKETING QUE EXPIDE LA UNIVERSIDAD BLAS PASCAL, Vicerrectorado de Asuntos Académicos.

- Participar en la definición de las estrategias de la organización, integrando equipos interdisciplinarios, ofreciendo sus aportes desde la visión estratégica y operativa del marketing.
- Desarrollar las estrategias de marketing y las políticas, sistemas, estructuras, métodos y procedimientos del área y ponerlas en práctica, así como su revisión permanente, atendiendo a los cambios que imponen la competencia y los mercados, las tecnologías y las preferencias de los clientes.
- Integrar y actuar en equipos interdisciplinarios a nivel de la dirección en todo tipo de organización.
- Desempeñarse en la planificación, ejecución, coordinación y control de las funciones del área de comercialización de las empresas públicas o privadas y de otras instituciones. Ello implica ocuparse de la gestión de aspectos tan diversos como la identificación de oportunidades de negocios, la creación y sostenimiento de productos/servicios y marcas, la logística comercial, la venta y distribución, la comunicación, y los sistemas de información.
- Desempeñarse como asesor de empresas u organizaciones en el área de marketing, realizando investigaciones de mercado, nacionales e internacionales, evaluando proyectos de comunicación y publicidad, diseñando sistemas de ventas y distribución, diseñando políticas de imagen y de marcas y evaluando proyectos de inversión.
- Reconocer las posibilidades de las nuevas herramientas de comunicación y de las tecnologías informáticas.

11
JZ
SG



Ministerio de Educación

308



ANEXO II

UNIVERSIDAD BLAS PASCAL, Vicerrectorado de Asuntos Académicos.

TÍTULO: LICENCIADO EN MARKETING.

PLAN DE ESTUDIOS

COD.	ASIGNATURA	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CORRELATIVIDADES
------	------------	-----------------------	---------------------	------------------

PRIMER AÑO:

PRIMER CUATRIMESTRE				
0101	Inglés Técnico	4	64	---
0102	Introducción a la Administración	4	64	---
0103	Introducción al Marketing	2	32	---
0104	Álgebra Aplicada	6	96	---
0105	Sistema de Información Contable I	4	64	---
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
0206	Economía I	4	64	---
0207	Comportamiento Organizacional	4	64	---
0208	Informática Aplicada	4	64	---
0209	Cálculo Aplicado	6	96	---
0210	Sistema de Información Contable II	4	64	0105

SEGUNDO AÑO:

PRIMER CUATRIMESTRE				
0311	Economía II	4	64	0206
0312	Administración	4	64	0102
0313	Marketing	4	64	0103
0314	Estadística Aplicada I	6	96	0209
0315	Gestión de Recursos Humanos	4	64	0207
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
0416	Política Económica Argentina	4	64	0311
0417	Sociología	4	64	0207
0418	Ética Profesional y responsabilidad Social de la Empresa	4	64	---
0419	Estadística Aplicada II	4	64	0314
0420	Oferta Comercial (Producto y Precio)	4	64	0313
0421	Comunicación y Medios	4	64	0313

TERCER AÑO:

PRIMER CUATRIMESTRE				
0522	Inteligencia Comercial I	4	64	0313-0419
0523	Teoría del Consumidor	4	64	0313-0417

1/2



Ministerio de Educación

308



COD.	ASIGNATURA	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CORRELATIVIDADES
0524	Dirección de Fuerza de Ventas	4	64	0313
0525	Administración de la Producción	4	64	0420
0526	Negociación	4	64	0207
0527	Canales y Logística	4	64	0313
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
0628	Electiva I	4	64	---
0629	Planificación y Control de Gestión	4	64	0210
0630	Inteligencia Comercial II	4	64	0522
0631	Administración Financiera	4	64	0210
0632	Investigación Cualitativa	4	64	0522-0523
0633	Comunicación de Marketing I (Publicidad y Promoción)	4	64	0421

CUARTO AÑO:

PRIMER CUATRIMESTRE				
0734	Estrategia de Marketing	4	64	0420-0523-0527-0633
0735	Electiva II	4	64	---
0736	Marketing para ONG	4	64	0103-0418
0737	Marketing Digital	2	32	0633
0738	Marketing de Servicios	2	32	0421
0739	Administración de Proyectos	4	64	---
0740	Derecho y Legislación	4	64	---
SEGUNDO CUATRIMESTRE				
0841	Política de Negocios	4	64	0631-0734
0842	Seminario de Introducción a los Negocios Internacionales	4	64	---
0843	Comunicación de Marketing II (Marketing Relacional y Marketing Directo)	4	64	0633
0844	Seminario de Integración	2	32	0734
0845	Metodología de la Investigación	4	64	---
0846	Marketing del Punto de Venta	4	64	0527-0633-0738

OTRO REQUISITO:

- ✓ Trabajo Final: 150 Horas.

CARGA HORARIA TOTAL: 3.062 Horas.