



*Ministerio de Educación*

RESOLUCION Nº 1316



BUENOS AIRES, 21 JUL 2011

VISTO el expediente N° 13127/10 del registro del MINISTERIO DE EDUCACIÓN, por el cual la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Escuela de Negocios solicita el otorgamiento de reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional para los títulos de ANALISTA EN MARKETING y LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN, según lo aprobado por Resolución Rectoral N° 1623/10, 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, 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

sw.

*[Firma manuscrita]*



*Ministerio de Educación*

RESOLUCION Nº 1316



Ministerial N° 6 del 13 de enero de 1997, sin perjuicio de que oportunamente, estos títulos 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 Rectoral 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 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 ANALISTA EN MARKETING y LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN que expide la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, pertenecientes a la carrera de LICENCIATURA EN COMERCIALIZACIÓN a dictarse bajo la modalidad presencial en la Escuela de Negocios con el plan de estudios y duración de la respectiva carrera que se detallan en el ANEXO II de la

presente Resolución.



*Ministerio de Educación*



ARTÍCULO 2°.- Considerar como actividades para las que tienen competencias los poseedores de estos títulos, 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 a los títulos mencionados en el artículo 1°, quedan sujetos a las exigencias y condiciones que corresponda 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.

6°. ARTÍCULO 4°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

PP  
/

4

55

*[Firma]*

RESOLUCION Nº 1316

*[Firma]*

Prof. ALBERTO E. SILEONI  
MINISTRO DE EDUCACIÓN



*Ministerio de Educación*

1 3 1 6



**ANEXO I**

**ALCANCES DEL TÍTULO DE ANALISTA EN MARKETING QUE EXPIDE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Escuela de Negocios.**

- Colaborar en el análisis y estudios cuanti-cualitativos de mercados locales regionales, nacionales e internacionales, así como proyecciones de oferta y demanda de productos y servicios.
- Colaborar en el análisis, estudios y proyectos sobre oportunidad o conveniencia del mercado.
- Colaborar en el análisis y estudios referentes a las políticas y métodos de comercialización de productos y líneas de productos y servicios.
- Colaborar en el análisis y estudios referentes a publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y servicios.
- Colaborar en el análisis y estudios sobre estructura de costos de comercialización de productos y servicios.
- Colaborar en equipos de estudio o personalmente en búsqueda de datos procesamiento y análisis de la información.
- Analizar y aplicar estrategias competitivas, de productos y de precios.
- Analizar y ejecutar planes de distribución y ventas.

**ALCANCES DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN QUE EXPIDE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Escuela de Negocios.**

- Desempeñar y dirigir tareas de comercialización en emprendimientos de tipo económico, industrial o comercial.
- Realizar y dirigir tareas de búsqueda y procesamiento de datos e investigación de mercados.
- Diseñar estrategias competitivas de productos y de precios.
- Planificar ventas de empresas o emprendimientos comerciales, supervisando la publicidad correspondiente.
- Dirigir, diseñar y ejecutar planes de distribución de productos comercializables.
- Organizar tareas de comercialización internacional estudiando las condiciones de los mercados y las estrategias correspondientes.
- Realizar análisis, estudios y proyectos sobre oportunidad o conveniencia de mercado para exportación e importación.
- Efectuar asesoramiento específico sobre mercados, productos y servicios a las representaciones diplomáticas argentinas en el exterior o embajadas extranjeras acreditadas ante la República.
- Realizar estudios y proyectos de promoción y políticas industriales, mineras, agropecuarias, comerciales, energéticas, de transportes y de infraestructura en sus aspectos y posibilidades de comercialización.

ω,  
11



*Ministerio de Educación*

1 3 1 6



- Efectuar análisis, estudios y estrategias sobre desarrollo y lanzamiento o discontinuación de productos y servicios.
- Realizar análisis y estudios referentes a las políticas y métodos de comercialización de productos y servicios.
- Efectuar análisis y estudios sobre estructura de costos de comercialización de productos y servicios.
- Realizar análisis y estudios referentes a políticas y fijación de precios de producto y servicios.
- Realizar análisis y estudios referentes a publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y servicios así como las estrategias y políticas correspondientes.
- Realizar peritajes en cuestiones de comercialización de todos los fueros en el orden judicial.

Sr. ABD.

*[Firma manuscrita]*



Ministerio de Educación

1316



## ANEXO II

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA, Escuela de Negocios.

TÍTULOS: ANALISTA EN MARKETING y LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN

### PLAN DE ESTUDIOS

Cód	Asignatura	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Correlatividades
-----	------------	-----------------------	---------------------	------------------

#### PRIMER AÑO

##### Primer Cuatrimestre

1	Análisis Cuantitativo I	5	75	-
2	Sistemas de Información Contable	4	60	-
3	Fundamentos de Marketing	4	60	-
4	Introducción a la Administración	4	60	-
5	Filosofía	2	30	-

##### Segundo Cuatrimestre

6	Microeconomía	4	60	-
7	Marketing	5	75	-
8	Estadística	5	75	-
9	Informática	4	60	-
10	Costos y Presupuestos	4	60	-
11	Teología	2	30	-

#### SEGUNDO AÑO

##### Primer Cuatrimestre

12	Macroeconomía	4	60	-
13	Marketing Estratégico I	4	60	-
14	Investigación de Mercados I	4	60	-
15	Sistemas de Información Financiera	4	60	-
16	Aspectos Legales de los Negocios	4	60	-

##### Segundo Cuatrimestre

17	Investigación de Mercados II	5	75	-
18	Técnicas de Venta y Desarrollo Personal	2	30	-
19	Gestión de Negocios	4	60	-
20	Marketing de Servicios	4	60	-
21	Trabajo de Aplicación	6	90	1 a 11

*[Firma manuscrita]*



Cód	Asignatura	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Correlatividades
-----	------------	-----------------------	---------------------	------------------

**TERCER AÑO**

**Primer Cuatrimestre**

22	Ética profesional	2	30	-
23	Inglés I	4	60	-
24	Negociación	3	50	-
25	Marketing Estratégico II	6	60	3-7
26	Derecho Empresarial	4	60	-

**Segundo Cuatrimestre**

27	Administración Publicitaria	4	60	3-7-13
28	Escenarios de Negocios	4	60	-
29	Psico-Sociología del Consumo	4	60	7
30	Inglés II	4	60	-
31	Práctica Profesional	6	90	1 a 20

**TOTAL DE HORAS PARA EL TÍTULO DE ANALISTA EN MARKETING: 1.850 HORAS**

**CUARTO AÑO**

**Primer Cuatrimestre**

32	Formulación y Evaluación de Proyectos	4	60	14
33	Metodología de la Investigación	4	60	-
34	Inglés III	4	60	23
35	Comportamiento Organizacional	4	60	4
36	Economía Internacional	4	60	12

**Segundo Cuatrimestre**

37	Gestión de Recursos Humanos	4	60	4
38	Marketing Agropecuario	4	60	3-7-13
39	Marketing Internacional	3	50	17
40	Doctrina Social	2	30	-
41	Taller de Tesis	5	90	1 a 20 22 a 30
42	Tesis *	16	250	Todas las materias

\* Para iniciar el trabajo de tesis los alumnos deberán tener aprobado el 80% del total de las materias del Plan de estudios. Para rendir la Tesis los alumnos deberán tener aprobado el total de las materias del plan.

**TOTAL DE HORAS PARA EL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN:  
2.690 HORAS**

ABD.

62.  
P  
T