



"1995 - Año de los Municipios"

983

## Ministerio de Cultura y Educación

BUENOS AIRES, 29 MAY 1998

VISTO el Expediente **NP3291 /97** del registro de este Ministerio por el cual la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES solicita autorización para crear y poner en funcionamiento carrera de posgrado de MAESTRIA EN INVESTIGACION DE MERCADOS, MEDIOS Y OPINION A los fines de expedir el título de MAGISTER EN INVESTIGACIÓN DE MERCADO MEDIOS Y OPINIÓN. y

### CONSIDERANDO:

Que tratándose de una Institución Universitaria Privada con autorización provisoria, corresponde a este Ministerio otorgar la autorización para la creación de nuevas carreras conforme lo establecido en los artículos 6-1 inciso b) de la Ley de Educación Superior N°24.521 y 17 del Decreto N°576/96.

Que el CONSEJO DE RECTORES DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS, ha opinado favorablemente y se han expedido del mismo modo los organismos técnicos de este Ministerio.

Que mientras se mantenga la situación prevista en la Resolución Ministerial N°1670 del 17 de diciembre de 1996, el reconocimiento oficial de las carreras de posgrado debe otorgarse en los términos y bajo las condiciones que se establecen en dichas normas.

Que es atribución del MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACION encuadrarse en la coordinación del sistema universitario y en el reconocimiento oficial de la validez nacional de estudios y títulos, según lo establecido por los artículos 41 y 42 de la Ley N°24.521 y los incisos 8) y 10) del artículo 2 de la Ley de Ministerios -to. 1992

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

LA MINISTRA DE CULTURA Y EDUCACION

RESUELVE

ARTICULO 1º Autorizar a la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES la CREACIÓN y funcionamiento de la carrera de posgrado de MAESTRIA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, MEDIOS Y OPINIÓN, con el fin de expedir el título

*H. A. W. M. S. C.*

983



983

226

## *Ministerio de Cultura y Educación*

de MAGISTER EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, MEDIOS Y OPINIÓN, conforme al Plan de Estudios y demás requisitos académicos que obra como Anexo de la presente Resolución.

**ARTICULO 2º.** - Otorgar al título indicado en el artículo precedente el reconocimiento oficial y la consecuente validez nacional en los términos y bajo las condiciones previstas en el artículo 1º de la Resolución Ministerial N° 1670/96.

**Artículo 3º.** - Regístrese, comuníquese y archívese.

*W 983*

*NY*  
*lunes*

LIC. SUSANA DE LA TORRE  
MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACIÓN

983



ANEXO

983

## Ministerio de Cultura y Educación

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES  
CARRERA DE POSGRADO MAESTRIA EN INVESTIGACION DE MERCADOS  
 MEDIOS Y OPINION

### Requisitos de Ingreso:

Graduados universitarios tales como Licenciados en Psicología, Sociología, Ciencias de la Comunicación, Comercialización o Publicidad.

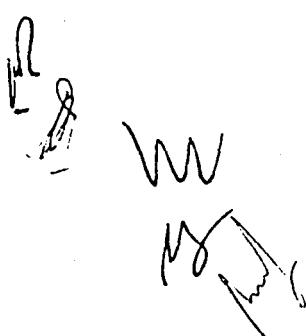
Los aspirantes egresados de otras carreras, deberán pasar por una entrevista con el Director de la Maestría para evaluar sus posibilidades de ingreso.

### PLAN DE ESTUDIOS

#### PRIMER CUATRIMESTRE

##### AREA NIVELACIÓN

<u>Actividad</u>		<u>Carga Horaria</u>		<u>Duracion</u>	<u>Creditos</u>
		Cursadas Monitoreadas T. T-P			
TEORÍA MACRO Y MICROECONÓMICA	A	24	8	16	Clases 2
ESTADÍSTICA	A	24	8	16	Clases 2
LINGÜISTICA Y SEMILOGÍA	A	24	8	16	Clases 2
PROBLEMÁTICA SOCIOLOGÍA APLICADA A LA REALIDAD ARGENTINA	S	16	16	16	Clases 2


  
 W  
 M

983



"1993-Año de la Cultura"

983

221

## Ministerio de Cultura y Educación

### PROBLEMATICAS PSICOLOGICAS FUNDAMENTALES EN INVESTIGACION DE MERCADO

S	16	16	16	Clases	2
<hr/> <b>104</b> + 56			80 Clases <hr/> <b>10</b> Cr.		
=160 Hs. Cursadas					

### SEGUNDO CUATRIMESTRE

#### AREA INTEGRACIÓN

<u>Actividad</u>	<u>Carga Horaria</u>			<u>Duración</u>	<u>Créditos</u>
	Cursadas Monitorcadas T. T-1'				
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN A	24	S		16 Clases	2
MARKETING A	24	8		16 Clases	2
PUBLICIDAD A	24	8		16 Clases	2
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR S	16	16		16 Clases	2
PROBLEMAS EPISTEMOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL	S	8	8	8 Clases	1
	<hr/> <b>96</b> + <b>48</b>				
	144 hs. Cursadas			72 Clases	9 Cr.


  
 W  
 G

983



983

254

## *Ministerio de Cultura y Educación*

### TERCER CUATRIMESTRE

## ÁREA INVESTIGACIÓN

## CUARTO CUATRIMESTRE

## ÁREA INVESTIGACIÓN

<u>Actividad</u>	<u>Carta Horaria</u>			<u>Duración</u>	<u>Créditos</u>
	Cursadas	Monitoreadas			
	T	T-P	Investigación		
INVESTIGACIONES DE MERCADOS ST	16	16	32	16	Clases 4
INVESTIGACIONES DE MEDIOS ST	16	16	32	16	Clases 4

983



383

۱۳۰

## Ministerio de Cultura y Educación

INVESTIGACIONES DE OPINION	ST	16	16	32	16 Clases	4
TRABAJO FINAL DE INVESTIGACION TESIS	- - -			190	—	12
		48	+ 48	—	—	—
		= 96 Hs. Cursadas	286 Hs.		48 Clases	24 Cr.

TOTAL DE CLASES 264

## ANALISIS DELAS HORAS CURSADAS

TOTAL DE HORAS TEORICAS	296
-I-O-I-AL DE HORAS TEÓRICO-PRACTICAS	248

## ANALISIS DE LAS HORAS MONITOREADAS

HORAS DE INVESTIGACIÓN EN SEMINARIO	192
HORAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL TRABAJO TESIS	190

TOTAL DE HORAS CURSADAS 544

## TOTAL DE HORAS DE INVESTIGACIÓN 382

TOTAL GENERAL DE HORAS 926

TOTAL DE CREDITOS 58

1 CRÉDITO = 16 HORAS

# TÍTULO: MAGISTER EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, MEDIOS Y OPINIÓN

1. 2. 3.

983



883

ANEXOS 10

237

## Ministerio de Cultura y Educación

### RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES

Será condición para abordar las actividades del *Área de Integración*, haber cursado todas las asignaturas y seminarios del *Área de Nivelación*, los cuales deberán ser aprobados antes de rendir los correspondientes al *Área de Integración*, respetando las siguientes correlatividades:

La asignatura **Estadística** es correlativa de la asignatura **Metodología de la Investigación**.

La asignatura **Teoría Macro y Microeconómica** correlativa de la asignatura **Marketing**.

La asignatura **Lingüística y Semiología** es correlativa de la asignatura **Publicidad**.

Los seminarios de **Problematización Sociológica aplicada a la Realidad Argentina** y el de **Problematizaciones Psicológicas fundamentales en Investigación de Mercado** son correlativas del seminario **Comportamiento del Consumidor**.

Asimismo el plan de estudios considera necesario haber cursado en forma completa las *Áreas de Nivelación* y de *Integración* para acceder al *Área de Investigación*.

Para la presentación del **TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN**, se deberán tener aprobados la totalidad de los seminarios y seminarios-taller que integran el *Área de Investigación*

rmc  
- 00 WW  
paz  
- 100