



"1998 – Año de los Municipios"

Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUCIÓN N° 2123



BUENOS AIRES, 9 OCT. 1998

VISTO el expediente N° 2.729/97 del registro del Ministerio de Cultura y Educación, por el cual la UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA, solicita el otorgamiento de reconocimiento oficial y la validez nacional para el título de TECNICO UNIVERSITARIO EN GESTION DE MARKETING, según lo aprobado por Resolución Rectoral N°183/98, 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 la formulación y desarrollo de sus planes de estudio, 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 incluídos 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, 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



"1998 - Año de los Municipios"

2123

Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUCION

2123



Resolución Rectoral ya mencionada y no advirtiéndose defectos formales en dicho trámite, corresponde otorgar el reconocimiento oficial al título ya enunciado que expide la UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA, con el efecto consecuente de su validez nacional.

Que los Organismos Técnicos de este Ministerio han dictaminado favorablemente a lo solicitado.

Que las facultades para dictar el presente acto resultan de lo dispuesto en los artículos 41 y 42 de la Ley N°24.521 y de los incisos 8), 10) y 11) del artículo 21 de la Ley de Ministerios -t.o. 1992.

Por ello y atento a lo aconsejado por la SECRETARIA DE POLITICAS UNIVERSITARIAS

LA MINISTRA DE CULTURA Y EDUCACION

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Otorgar reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional al título de TECNICO UNIVERSITARIO EN GESTION DE MARKETING, que expide la UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA con el plan de estudios y duración de la respectiva carrera que se detalla en el ANEXO II de la presente Resolución.

ARTICULO 2º.- Considerar como actividades para las que tienen competencias los poseedores de este título, a las incluidas por la Universidad como "alcances del título" en el ANEXO I de la presente Resolución.

ARTICULO 3º.- El reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorga al título mencionado en el artículo 1º, queda sujeto a las exigencias y condiciones que corresponda cumplimentar en el caso de que el mismo sea incorporado a la

*m  
f  
h  
w  
C, M, S.*

2123



"1998 - Año de los Municipios"

Ministerio de Cultura y Educación



nómina de títulos que requieran el control específico del Estado, según lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley de Educación Superior.

ARTICULO 4º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

*PPW*  
*PPW*  
*Sus.*

LIC. SUSANA BEATRIZ DECIRE  
MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACION

RESOLUCIÓN N° 2123



2123

Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUCION

2123



**A N E X O I**

**ALCANCES DEL TITULO DE TECNICO UNIVERSITARIO EN GESTION DE  
MARKETING QUE EXPIDE LA UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA**

- Colaborar en el análisis y estudio cualcuantitativos de mercados locales, regionales, nacionales o internacionales, así como proyecciones de oferta y demanda de productos y servicios.
- Colaborar en análisis, estudios y proyectos sobre oportunidad o conveniencia de mercado.
- Colaborar en análisis y estudios referentes a las políticas y métodos de comercialización de productos y líneas de productos y servicios.
- Colaborar en análisis y estudios referentes a publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y servicios.
- Colaborar en análisis y estudios sobre estructura de costos de comercialización de productos y servicios.

*W  
W  
W  
W*

• 2123



"1998 - Año de los Municipios"

Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUCIÓN N° 2123



## ANEXO II

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SALTA

TITULO: TECNICO UNIVERSITARIO EN GESTION DE MARKETING

### PLAN DE ESTUDIOS

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

#### PRIMER AÑO

##### 1er. Cuatrimestre

01	Análisis Cuantitativo I (Matemática)	C	4	60	-
02	Economía para Empresarios (Microeconomía)	C	6	90	-
03	Fundamentos de la Administración Estratégica	C	6	90	-
04	Fundamentos de Marketing	C	6	90	-
05	Comportamiento Organizacional	C	4	60	-

##### 2do. Cuatrimestre

06	Economía y Negocios (Macroeconomía)	C	6	90	02
07	Marketing Estratégico I	C	6	90	03-04
08	Análisis Cuantitativo II (Estadística Aplicada)	C	4	60	01
09	Innovación y Creatividad	C	4	60	-
10	Administración Financiera	C	6	90	-

#### SEGUNDO AÑO

##### 1er. Cuatrimestre

11	Marketing Estratégico II	C	6	90	07
12	Investigación de Mercados I	C	6	90	07-08
13	Comportamiento del Consumidor	C	4	60	-
14	Marketing de Servicios	C	4	60	07
15	Administración Publicitaria	C	4	60	07-09

W  
M



"1998 - Año de los Municipios"

2122



## Ministerio de Cultura y Educación

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

### 2do. Cuatrimestre

16	Investigación de Mercados II	C	6	90	11-13
17	Marketing Internacional	C	6	90	11
18	Gestión de Negocios	C	6	90	11-12-13-14
19	Aspectos Legales de los Negocios	C	6	90	
20	Trabajo de Aplicación	Aprobadas todas las asignaturas			

### OTROS REQUISITOS

#### - Idioma Extranjero - Inglés

En cualquier etapa de la carrera, el alumno deberá cursar y aprobar los 3 cursos de Inglés Elemental, Intermedio y Superior, acreditando un total de 100 horas cátedra.

#### - Actividades Extracurriculares

Con el objeto de complementar la formación de los alumnos, se establece la obligatoriedad de certificar como mínimo 150 (ciento cincuenta) horas de presencia efectiva en cursos, conferencias, talleres y/o seminarios dictados por la Universidad o por otras instituciones, que guarden relación con la formación específica del Técnico.

#### DEDICACION PREVISTA

Programa del Curso	1.500 horas
Idioma Extranjero	100 horas
Práctica Profesional	300 horas
Actividades Extracurriculares	150 horas

CARGA HORARIA TOTAL: 2.050 horas