



«1998 – Año de los Municipios»

Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUTION NO. 2412

2412



BUENOS AIRES.

30 May, 1908

VISTO el Expediente N°2388/97 del registro de este Ministerio, por el que la UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21, eleva el proyecto de modificaciones en la organización del Plan de Estudios de la carrera de LICENCIATURA EN PUBLICIDAD, cuya creación y funcionamiento autorizó la Resolución Ministerial N°924 del 3 de noviembre de 1995, y

CONSIDERANDO:

Que mediante los cambios referidos la Universidad peticionante procura integrar un grupo de materias comunes a varias carreras, cuyos contenidos, denominación, carga horaria y ubicación son similares, en un núcleo básico que facilite la adquisición de conocimientos esenciales con fuerte conexión epistemológica, a los fines de mejorar el rendimiento académico de los alumnos.

Que asimismo, el proyecto comprende la reformulación de la estructura general del Plan de Estudios y la confección de un plan de transición con las asignaturas cuyos contenidos son equivalentes, sin que ello afecte ni al perfil ni a los alcances correspondientes a los títulos intermedios de TÉCNICO UNIVERSITARIO EN PUBLICIDAD y final de LICENCIADO EN PUBLICIDAD, de cuyas Orientaciones en ARTE y DISEÑO y en CUENTAS y MEDIOS, añadidas a su denominación y a la de la carrera, la Universidad propone su eliminación del modo como figuraban en la Resolución citada.

“ Que se ha dado intervención al CONSEJO DE RECTORES DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS, conforme a lo establecido por el artículo 17 del Decreto N°576/96 y los organismos técnicos de este Ministerio han dictaminado favorablemente.

Que la Universidad antedicha acredita autorización provisional para su funcionamiento, según los términos del Decreto N°90 del 19 de enero de

dictaminado favorable
Que la U.
su funcionamiento, s.

2412



"1998 - Año de los Municipios"



Ministerio de Cultura y Educación

1995, motivo por el cual compete a este Ministerio resolver sobre la aprobación de los cambios a introducir en el Plan de Estudios referido, conforme a lo dispuesto por el inciso b) del artículo 64 de la ley de Educación Superior N°24521.

Por ello,

LA MINISTRA DE CULTURA Y EDUCACIÓN

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el cambio de denominación de la carrera de LICENCIATURA EN PUBLICIDAD, Orientaciones en ARTE Y DISEÑO y en CUENTAS Y MEDIOS, autorizada a la UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21 mediante Resolución Ministerial N°924/95, por la de LICENCIATURA EN PUBLICIDAD.

ARTÍCULO 2º.- Aprobar las modificaciones propuestas por la UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21 al Plan de Estudios de la carrera de LICENCIATURA EN PUBLICIDAD, a partir del ciclo lectivo de 1998, cuyo texto obra como Anexo I de esta Resolución.

ARTÍCULO 3º.- Establecer que puede llevarse a la práctica el Plan de Transición propuesto por la Universidad mencionada que se detalla como Anexo II de la presente Resolución.

ARTÍCULO 4º.- Regístrese, comuníquese y archívese.-

W
W
SUSAN
RESOLUCIÓN N° 2412

Lic. SUSANA BEATRIZ DECIBÉ
MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACIÓN

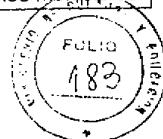
2412



RESOLUCIÓN N° 2412

ANEXO I

«1998 - Año de los Municipios»



Ministerio de Cultura y Educación

UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21
CARRERA: LICENCIATURA EN PUBLICIDAD

1. REQUISITOS DE INGRESO: - Nivel medio o ciclo Polimodal completo y aprobado.

- Realizar y aprobar un curso de ingreso de 74 horas de duración compuesto por las siguientes asignaturas: Introducción a la Gestión de Recursos Humanos 6 horas; Cultura y expresión 2 horas; Lengua 20 horas; Introducción al Estudio de las Organizaciones 20 horas; Integración Institucional 8 horas.

- Podrán ingresar sin cumplir el punto anterior los egresados terciarios, universitarios y no universitarios de dichos niveles que hayan cursado al menos 25 % de una carrera afín.

2. PLAN DE ESTUDIOS

2.1. ORGANIZACIÓN GENERAL: El Plan se ha organizado en dos ciclos, el primero, hasta el tercer año inclusive.

Otro, que abarca el cuarto y quinto año, y que posibilita, una vez superadas las exigencias que implica, la obtención del Título de Licenciado.

2.2. ORGANIZACIÓN ESPECIAL Y ESTRUCTURA:

2.2.1. Para obtener el título de grado de la carrera LICENCIATURA EN PUBLICIDAD los alumnos deberán cursar, regularizar y aprobar las asignaturas que permitan alcanzar el total de los Créditos estipulados por la misma. El total de los créditos requeridos para esta carrera es de DOSCIENTOS CUARENTA Y SIETE (247) créditos.

2.2.2. Los créditos necesarios podrán completarse de alguno de los siguientes modos:

- Cursando, regularizando y aprobando todas las asignaturas obligatorias de la currícula con sus respectivos créditos, más las materias electivas curriculares hasta completar los créditos requeridos para ésta.
- Cursando, regularizando y aprobando asignaturas de la currícula con sus respectivos créditos, más las materias electivas curriculares hasta completar los créditos previstos para éstas.

2.2.3. El plan de estudios que sigue distribuye las asignaturas en términos semestrales. Cada crédito corresponde a una dedicación horaria semanal por semestre de 40 minutos.

2.2.4. La inscripción al cursado de las distintas asignaturas se realizará de modo semestral.

La realización de los seminarios y/o trabajos finales requerirá en todos los casos que los alumnos realicen, fundamenten y defiendan el trabajo elegido.

2.2.5. En cuanto al idioma extranjero, se parte del principio según el cual los alumnos a partir del cuarto año deben estar en condiciones de asistir y comprender clases dictadas en inglés.

(Handwritten signature)

2412



RESOLUCIÓN N° 2412

«1998 – Año de los Municipios»

Ministerio de Cultura y Educación



PRIMER AÑO

Primer Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|---------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Publicidad | 6 | 60 | 36 | 96 |
| Psicología Social | 4 | 48 | 16 | 64 |
| Comunicación Visual | 6 | 48 | 48 | 96 |
| Técnicas de Investigación | 4 | 48 | 16 | 64 |
| Recursos Informáticos | 4 | -- | 64 | 64 |
| Idioma Extranjero I | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Total | 28 | -- | -- | 448 |

Segundo Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|--|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Análisis de los Medios de Comunicación | 4 | 16 | 48 | 64 |
| Teoría de la Comunicación | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Morfología I | 6 | 48 | 48 | 96 |
| Disenomática I | 6 | -- | 96 | 96 |
| Comportamiento del Consumidor | 6 | 60 | 36 | 96 |
| Idioma Extranjero II | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Total | 30 | -- | -- | 480 |

SEGUNDO AÑO

Primer Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|-------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Creación Publicitaria I | 4 | 32 | 32 | 64 |
| Gramática Aplicada | 4 | -- | 64 | 64 |
| Producción Gráfica | 4 | 48 | 16 | 64 |
| Disenomática II | 6 | -- | 96 | 96 |
| Marketing I | 5 | 48 | 32 | 80 |
| Idioma Extranjero III | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Total | 27 | -- | -- | 432 |

W W W

2412



Ministerio de Cultura y Educación

«1998 - Año de los Municipios»

RESOLUCIÓN N° 2412



Segundo Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|---------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Creación Publicitaria II | 4 | 32 | 32 | 64 |
| Historia de la Publicidad | 6 | 60 | 36 | 96 |
| Semiotica | 5 | 48 | 32 | 80 |
| Cultura Organizacional | 4 | 32 | 32 | 64 |
| Diseñomática III | 6 | -- | 96 | 96 |
| Idioma Extranjero IV | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Total | 29 | -- | -- | 464 |

TERCER AÑO

Primer Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|-----------------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Producción Radial | 4 | 16 | 48 | 64 |
| Administración | 6 | 60 | 36 | 96 |
| Planeamiento de la Comunicación I | 4 | 32 | 32 | 64 |
| Fotografía | 4 | 24 | 40 | 64 |
| Redacción Publicitaria | 6 | 32 | 64 | 96 |
| Idioma Extranjero V | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Total | 28 | -- | -- | 448 |

Segundo Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|---------------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Historia de la Cultura | 4 | 48 | 16 | 64 |
| Seminario de Práctica | 6 | -- | 96 | 96 |
| Etica y Deontología Profesional | 4 | 48 | 16 | 64 |
| Producción Televisiva I | 4 | -- | 64 | 64 |
| Lingüística | 4 | 48 | 16 | 64 |
| Idioma Extranjero VI | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Total | 26 | -- | -- | 416 |

Cantidad de créditos 1er Ciclo: 168

Cantidad de horas cátedra 1er Ciclo: 2688

TITULO: TÉCNICO UNIVERSITARIO EN PUBLICIDAD

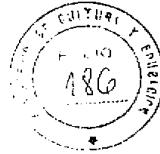
2412

«1998 – Año de los Municipios»



Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUCIÓN N° 2412



CUARTO AÑO

Primer Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|---|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Planeamiento de la Comunicación II | 6 | 36 | 60 | 96 |
| Gestión Ambiental | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Marketing de Servicios Profesionales | 4 | 48 | 16 | 64 |
| Sociología de los Medios de Comunicación Social | 8 | 100 | 28 | 128 |
| Materia Electiva I | - | -- | -- | -- |
| Materia Electiva II | - | -- | -- | -- |
| Total | 22 | -- | -- | 352 |

Segundo Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|-----------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Comunicación Organizacional | 4 | 40 | 24 | 64 |
| Diseño de Páginas | 6 | -- | 96 | 96 |
| Práctica Profesional | 12 | -- | 192 | 192 |
| Materia Electiva III | - | -- | -- | -- |
| Total | 22 | -- | -- | 352 |

QUINTO AÑO

Primer Semestre

| Asignatura | Créditos | Horas Teóricas | Horas Prácticas | Total de Horas |
|---------------------------|-----------|----------------|-----------------|----------------|
| Producción Televisiva II | 4 | -- | 64 | 64 |
| Campañas Publicitarias | 6 | 36 | 60 | 96 |
| Materia Electiva Optativa | - | -- | -- | -- |
| Seminario Final | 12 | -- | 192 | 192 |
| Total | 22 | -- | -- | 352 |

Cantidad de créditos materias electivas: 18

Cantidad de créditos 2do ciclo: 66

2412



«1998 – Año de los Municipios»

Ministerio de Cultura y Educación RESOLUCIÓN N° 2412



Cantidad total de créditos: 252

Cantidad de horas cátedra 2do Ciclo: 1344

CANTIDAD TOTAL DE HORAS: 4032

TÍTULO FINAL: LICENCIADO EN PUBLICIDAD

MATERIAS ELECTIVAS

2.2.6. MATERIAS ELECTIVAS CURRICULARES

En aquellos semestres en que figuran materias electivas, los alumnos podrán seleccionarlas optando por algunas de las que figuran en el cuadro adjunto. Entre todas las materias electivas los alumnos deberán completar al menos 18 (dieciocho) créditos

Si la selección que se efectúa entre las opciones posibles, no completara los 18 (dieciocho) créditos deberá seleccionar otra asignatura más, que en este caso se debe considerar como electiva opcional. Los Tutores de Carrera podrán proponer materias electivas distintas al cuadro adjunto, inclusión que deberá ser aprobada por el Rectorado.

| Asignaturas | Créditos |
|---|----------|
| Sociología General | 4 |
| Estadística I | 6 |
| Relaciones Públicas e Institucionales | 6 |
| Grupo y Liderazgo | 4 |
| Lógica Simbólica | 4 |
| Formulación y Evaluación de Proyectos | 6 |
| Administración de Recursos Humanos | 4 |
| Estadística II | 6 |
| Métodos y Técnicas de Investigación Social I | 4 |
| Métodos y Técnicas de Investigación Social II | 7 |
| Marketing Social y Político | 6 |
| Disciplinática IV | 6 |
| Tecnologías | 4 |
| Tipografía I | 4 |
| Tipografía II | 6 |
| Diseño Gráfico II | 4 |
| Estética | 6 |
| Morfología II | 6 |
| Estrategia | 6 |
| Investigación de Mercados | 5 |
| Contabilidad Básica y de Gestión | 6 |
| Diseño Gráfico I | 4 |
| Estructura y Sistemas | 6 |
| Economía I | 6 |
| Economía II | 6 |

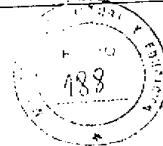
2412



Ministerio de Cultura y Educación

«1998 - Año de los Municipios»

RESOLUCIÓN N° 2412



ARTICULACIÓN VERTICAL.

Se establece un régimen de articulación vertical de las asignaturas mediante la instrumentación de un plan de correlatividades que asegure al menos, la secuencia lógica implicada por la definición epistemológica de la carrera, estableciéndose que:

- a) para cursarlas, requiere haber cursado y conservar la regularidad de su correlativa anterior; y
- b) para rendir su examen final, requiere haber aprobado su correlativa anterior, de acuerdo con el siguiente cuadro:

CORRELATIVIDADES

| Asignatura | Correlativa Anterior |
|--|--|
| Análisis de los Medios de Comunicación | Publicidad |
| Idioma Extranjero II | Idioma Extranjero I |
| Diseñomática II | Diseñomática I |
| Comportamiento del Consumidor | Psicología Social |
| Idioma Extranjero III | Idioma Extranjero II |
| Creación Publicitaria I | Análisis de los Medios de Comunicación |
| Creación Publicitaria II | Creación Publicitaria I |
| Semiótica | Gramática Aplicada |
| Diseñomática III | Diseñomática II |
| Lingüística | Semiótica |
| Idioma Extranjero IV | Idioma Extranjero III |
| Producción Gráfica | Morfología I |
| Idioma Extranjero V | Idioma Extranjero IV |
| Redacción Publicitaria | Gramática Aplicada |
| Idioma Extranjero VI | Idioma Extranjero V |
| Planeamiento de la Comunicación II | Planeamiento de la Comunicación I |
| Historia de la Publicidad | Publicidad |
| Producción Televisiva II | Producción Televisiva I |
| Comunicación Organizacional | Teoría de la Comunicación |
| Marketing' I | Comportamiento del Consumidor |
| Seminario Final | Todas las Materias |

2412

2412

2412

2412

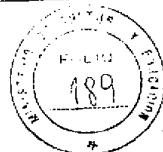


RESOLUCIÓN N° 2412

«1998 - Año de los Municipios»

ANEXO II

Ministerio de Cultura y Educación



PLAN DE TRANSICIÓN

El cuadro comprende las asignaturas que han cambiado de denominación o carga horaria entre un plan y otro, pero cuyos contenidos son equivalentes.

Los alumnos, que hayan comenzado su carrera con el plan aprobado y hayan cursado asignaturas que figuran en la columna de la izquierda, hallarán en la columna de la derecha, su equivalente. En el caso de no existir equivalencia en el plan nuevo, se podrán aplicar los créditos obtenidos a asignaturas electivas del nuevo plan.

En todos los casos los créditos obtenidos por la aprobación de asignaturas en los planes anteriores, serán reconocidos a la sumatoria total de créditos del nuevo plan.

| PLAN ANTERIOR | | PLAN VIGENTE | |
|---|---|--|---|
| Publicidad | 4 | Publicidad | 6 |
| Psicología Aplicada a la Publicidad I | 4 | Psicología Social | 4 |
| Psicología Aplicada a la Publicidad II | 4 | Comportamiento del Consumidor | 6 |
| Producción Gráfica | 3 | Producción Gráfica | 4 |
| Semiotica | 3 | Semiotica | 5 |
| Publimática I | 4 | Diseñomática | 6 |
| Comercialización I | 4 | Marketing I | 5 |
| Comercialización II | 4 | | |
| Publicidad II | 4 | Análisis de los Medios de Comunicación | 4 |
| Producción Audiovisual | 5 | Producción Televisiva I | 4 |
| Historia de la Publicidad | 4 | Historia de la Publicidad | 6 |
| Planificación y Medios I | 4 | Planeamiento de la Comunicación I | 6 |
| Planificación y Medios II | 4 | | |
| Elementos de Análisis Econ. y Social I | 4 | Sociol. De los Medios de Com. Social | 8 |
| Elementos de Análisis Econ. y Social II | 4 | | |
| Estadística Aplicada a la Publicidad I | 4 | | |
| Estadística Aplicada a la Publicidad II | | | |
| Teoría de la Comunicación | 2 | Teoría de la Comunicación | 4 |
| Publimática II | 4 | Diseñomática II | 6 |
| Publimática III | 4 | Diseñomática III | 6 |
| Antropología Filosófica | 4 | | |
| Organ.y Adminis. de la Empresa Public. | 4 | Administración | 6 |
| Investigación en Public. y Comercial I | 4 | Campañas Publicitarias | 6 |
| Investigación en Public. y Comercial II | 4 | | |
| Seminario de Página Profesional I | 5 | Seminario de Práctica | 6 |
| Seminario de Práctica Profesional II | 4 | | |
| Ética y Deontología Profesional | 2 | Ética y Deontología Profesional | 4 |
| Redacción Publicitaria I | 4 | Gramática Aplicada | 4 |
| Redacción Publicitaria II | 4 | Redacción Publicitaria | 4 |

2412

W