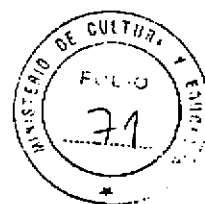




Ministerio de Cultura y Educación

"1999 - Año de la Exportación"

RESOLUCION N° 409



BUENOS AIRES, 23 MAR 1999

VISTO el Expediente N° 5933/98 del registro de este Ministerio, por el cual la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES eleva el proyecto de creación de la carrera de LICENCIATURA EN MARKETING, conducente al título de LICENCIADO EN MARKETING, y

CONSIDERANDO:

Que dicha Universidad cuenta en la actualidad con autorización provisoria, por lo que de conformidad con lo dispuesto en el inciso b) del artículo 64 de la Ley de Educación Superior N°24.521 y en el artículo 17 del Decreto N°576/96, compete a este Ministerio resolver sobre la aprobación del plan de estudio de la carrera presentada.

Que asimismo, corresponde a este Ministerio decidir sobre el reconocimiento oficial y la consecuente validez nacional del título mencionado, según lo previsto por el artículo 41 de la Ley N°24.521.

Que la carrera de que se trata cumple con la carga horaria mínima que prevé la Resolución Ministerial N° 6/97.

Que en el proceso de evaluación del plan de estudio correspondiente a la carrera cuya autorización se solicita, se dio intervención al CONSEJO DE RECTORES DE UNIVERSIDADES PRIVADAS y ha dictaminado un experto, formulando algunas observaciones al proyecto, las que fueron contempladas por la Universidad.

Que los organismos técnicos de este Ministerio han opinado favorablemente acerca de lo solicitado.

Que en consecuencia, corresponde otorgar la autorización para el funcionamiento de la carrera aludida y el correspondiente reconocimiento oficial al

*[Firmas manuscritas]*

*Ministerio de Cultura y Educación*

RESOLUCION N° 409

título ya enunciado a expedir por la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES, con el efecto consecuente de su validez nacional.

Que el reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorga al título de LICENCIADO EN MARKETING queda sujeto a las exigencias y condiciones que corresponda cumplimentar, en el caso eventual de que el mismo sea incorporado en el futuro a la nómina de títulos que requieran el control del Estado, según lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley N°24.521.

Que las facultades para dictar el presente acto resultan de lo dispuesto por las normas antedichas y por 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 SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS

LA MINISTRA DE CULTURA Y EDUCACIÓN

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar a la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES la creación y funcionamiento de la carrera de LICENCIATURA EN MARKETING, conducente al título de LICENCIADO EN MARKETING, con el plan de estudio y duración de la respectiva carrera que se detalla en el Anexo I de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°.- Otorgar el reconocimiento oficial y la validez nacional al título de LICENCIADO EN MARKETING a expedir por la UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES.

ARTÍCULO 3°.- Establecer que el reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorga al título citado en el artículo 2° de la presente Resolución, queda sujeto a las exigencias y condiciones que eventualmente corresponda cumplimentar, en el caso de que el mismo sea incorporado a la nómina de títulos que requieran el control del

*[Firmas manuscritas]*



N° 409

Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUCIÓN N° 409



Estado, según lo dispuesto por el artículo 43 de la Ley de Educación Superior N°24.521.

ARTÍCULO 4°.- Considerar como actividades para las que tienen competencia los poseedores de este título, a las incluidas por la Universidad como alcances del mismo, obrantes como Anexo II de esta Resolución.

ARTÍCULO 5°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

*[Firmas manuscritas]*

LIC. SUSANA BEATRIZ DECIBE  
MINISTRA DE CULTURA Y EDUCACION



## ANEXO I

Ministerio de Cultura y Educación



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 CARRERA: LICENCIATURA EN MARKETING

PLAN DE ESTUDIOSPRIMER AÑO

1er. Cuatrimestre	Total de Horas	Régimen	Correlativas
<u>Asignatura</u>	<u>Teórico/Prácticas</u>		
01.- Introducción al Marketing I	64	Cuatrim.	
02.- Metodología de la Investigación Social y Estadística I	64	Cuatrim.	
03.- Fundamentos de Economía	64	Cuatrim.	
04.- Administración de Empresas I	64	Cuatrim.	
05.- Análisis Conceptual	64	Cuatrim.	
06.- Inglés I	64	Cuatrim.	
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>		

**2do. Cuatrimestre**

07.- Introducción al Marketing II	64	Cuatrim.	01
08.- Metodología de la Investigación Social y Estadística II	64	Cuatrim.	02
09.- Macroeconomía	64	Cuatrim.	03
10.- Administración de Empresas II	64	Cuatrim.	04
11.- Problemática Humana	64	Cuatrim.	
12.- Inglés II	64	Cuatrim.	06
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>		

SEGUNDO AÑO**1er. Cuatrimestre**

13.- Marketing Operativo I	64	Cuatrim.	07-01
14.- Investigación de Mercado I	64	Cuatrim.	08-02
15.- Teoría y Práctica de la Comunicación Social	64	Cuatrim.	



409

Ministerio de Cultura y Educación

RESOLUCIÓN N°

409



16.- Psicología	64	Cuatrim.
17.- Sociología	64	Cuatrim.
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>	

**2do. Cuatrimestre**

18.- Marketing Operativo II	64	Cuatrim.	13-07-01
19.- Investigación de Mercado II	64	Cuatrim.	14-08-02
20.- Publicidad	64	Cuatrim.	15
21.- Psicología Social	64	Cuatrim.	16-17
22.- Conflicto y Negociación	64	Cuatrim.	
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>		

**TERCER AÑO**

**1er. Cuatrimestre**

23.- Marketing Estratégico I	64	Cuatrim.	18-13-07-01
24.- Comportamiento del Consumidor	64	Cuatrim.	21-16-17
25.- Finanzas I	64	Cuatrim.	
26.- Sistemas de Información Gerencial I	64	Cuatrim.	
27.- Estrategia de Empresa basada en los Mercados I	64	Cuatrim.	18-13-07-01
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>		

**2do. Cuatrimestre**

28.- Marketing Estratégico II	64	Cuatrim.	23-27-18 13-07-01
29.- Marketing Directo	64	Cuatrim.	18-13-07-01
30.- Finanzas II	64	Cuatrim.	25
31.- Sistemas de Información Gerencial II	64	Cuatrim.	26
32.- Estrategia de Empresa basada en los Mercados II	64	Cuatrim.	27-18-13 07-01
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>		

*[Firma manuscrita]*

**CUARTO AÑO****1er. Cuatrimestre**

33.- Comercio Exterior	64	Cuatrim.	09-03
34.- Pensamiento Estratégico y Sistémico	64	Anual	32-27-18 13-07-01
35.- Economía Argentina Comparada	64	Cuatrim.	09-03
36.- Derecho Empresarial I	64	Cuatrim.	
37.- Juegos de Simulación Empresaria	64	Anual	32-27-18 13-07-01
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>		

**2do. Cuatrimestre**

38.- Bloques Regionales	64	Cuatrim.	33-09-03
* Pensamiento Estratégico y Sistémico(Continuación)	64	Anual	
39.- Ética Profesional	64	Cuatrim.	
40.- Derecho Empresarial II	64	Cuatrim.	36
* Juegos de Simulación Empresaria (Continuación)	64	Anual	
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>		

Trabajo Monográfico Final/Tesina: 190 hs.

Total de horas de la Licenciatura en Marketing : 2.878 hs.

**TÍTULO: LICENCIADO EN MARKETING**

Nota: Inglés I/II será cursada por los alumnos que no hayan superado la evaluación que acredite el dominio de las capacidades de lectura y comprensión de textos en el idioma.

AC.

409



Ministerio de Cultura y Educación

ANEXO II



**ALCANCES PROPUESTOS POR LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES PARA EL TÍTULO DE LICENCIADO EN MARKETING**

- Dirigir empresas orientadas hacia el mercado, en los distintos niveles gerenciales.
- Dirigir el área de Marketing de las empresas.
- Gerenciar el desarrollo y lanzamiento de productos y servicios en su rol de gerente de productos o marcas.
- Asesorar a Empresas en lo que hace a su orientación comercial, planes de negocio y desempeño de los ejecutivos del área.
- Desempeñarse por cuenta propia en empresas nacidas de su iniciativa.

AC.

RESOLUCION N° 409