



RESOLUCIÓN N° 738

Ministerio de Educación

BUENOS AIRES, 10 AGO 2000

VISTO el Expediente N°4817-6/96 del registro del entonces MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACIÓN, por el cual la UNIVERSIDAD DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMÁS DE AQUINO eleva el proyecto de creación de la carrera de grado de LICENCIATURA EN COMERCIALIZACIÓN, dependiente de la FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, conducente al título de LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN, para el que se requiere el reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional, y

CONSIDERANDO:

Que dicha Universidad cuenta en la actualidad con autorización provisoria, por lo que según lo dispuesto por el inciso b) del artículo 64 de la Ley de Educación Superior N° 24.521 y por el artículo 17 del Decreto N° 576/96, compete a este Ministerio resolver sobre la aprobación del plan de estudios 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 se ha realizado la evaluación del plan de estudios propuesto, a través de cuyo desarrollo se otorga el título intermedio de TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMERCIALIZACIÓN al concluir el tercer año, conforme a lo establecido por la Resolución Ministerial N° 340 del 17 de marzo de 1997, recabándose la intervención del CONSEJO DE RECTORES DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS y la opinión de un experto de reconocido nivel científico y docente en la materia, quien formuló diversas observaciones al proyecto, las que fueron contempladas por la Universidad.

201

WW

My

1-1-00

738



RESOLUCIÓN 738

Ministerio de Educación

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

Que los organismos técnicos de este Ministerio han dictaminado 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 título ya enunciado a expedir por la UNIVERSIDAD DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMÁS DE AQUINO, con el efecto consecuente de su validez nacional.

Que el reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorga al título de LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN queda sujeto a las exigencias y condiciones que corresponda cumplimentar, en el caso eventual de que en el futuro el mismo sea incorporado a la nómina de títulos que requieran el control del Estado, según lo dispuesto por 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-, modificado por la Ley N° 25.233.

Por ello, y atento a lo aconsejado por la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

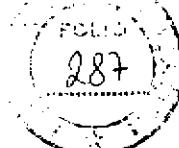
EL MINISTRO DE EDUCACIÓN

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Autorizar a la UNIVERSIDAD DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMÁS DE AQUINO la creación de la carrera de grado de LICENCIATURA EN COMERCIALIZACIÓN, dependiente de la FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, conducente al título de LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN, con el plan de estudios y duración de la respectiva carrera que se detalla en el Anexo I de la presente Resolución.

WW
MM
JUL
L.M.

738



Ministerio de Educación

ARTÍCULO 2°.- Otorgar el reconocimiento oficial y la validez nacional al título de LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN a expedir por la UNIVERSIDAD DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMÁS DE AQUINO .

ARTÍCULO 3°.- Establecer que el reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorga al título citado en el artículo 1°, 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 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.

dd
W
M

H-1-44

Lic. JUAN JOSE LLACH
MINISTRO DE EDUCACION

RESOLUCION N° 738 1



ANEXO I

Ministerio de Educación

UNIVERSIDAD DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES
 SANTO TOMÁS DE AQUINO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
 CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIALIZACIÓN

PLAN DE ESTUDIOS

Código	Materia	Carga Horaria						Correlativa	
		1ºC			2ºC			Anterior	Posterior
		T	P	Tot	T	P	Tot		
Primer Año									
AH 1.1.	Historia de la Cultura	2	-	2	2	-	2		Filosofía
AS 1.1.	Sociología	3	-	3	-	-	-		Investigación de Mercado.
AF 1.1.	Administración	3	2	5	-	-	-		Introducción a la Comercialización.
AF 1.2.	Introducción a la Comercialización	-	-	-	5	3	8	Administración	Estrategia de Producto y Precio.
AF 1.3.	Psicología del Consumidor	3	-	3	3	-	3		Estrategia de Producto y Precio. Estrategia de Comunicación.
AI 1.1.	Matemática	2	3	5	-	-	-		Costos. Estadística.
AI 1.2.	Contabilidad Básica	-	-	-	3	2	5		Costos
		270			270				

TOTAL DE HORAS 1ER. AÑO: 540

Segundo Año										
AH 2.1.	Filosofía	2	-	2	2	-	2	Historia de la Cultura	Teología. Ética y Deontología Profesional.	
AS 2.1.	Introducción a la Economía	2	1	3	2	1	3		Geografía Económica.	
AF 2.1.	Estrategia de Producto y Precio	3	2	5	3	2	5	Introducción a la Comercialización. Psicología del Consumidor.	Canales de Distribución y Logística. Gerencia Mercadológica. Investigación de Mercado.	

YU
YU


Ministerio de Educación

AF 2.2.	Estrategia de Comunicación	2	2	4	2	2	4	Introducción a la Comercialización. Psicología del Consumidor.	Canales de Distribución y Logística. Gerencia Mercadológica. Investigación de Mercado.
AI 2.1.	Costos	3	2	5	-	-	-	Matemática. Contabilidad Básica.	
AI 2.2.	Estadística	-	-	-	3	2	5	Matemática	Investigación de Mercado.
					285		285		

TOTAL DE HORAS 2DO. AÑO: 570

Tercer Año									
AH 3.1.	Teología	2	-	2	2	-	2	Filosofía	
AS 3.1.	Derecho Privado	3	-	3	3	-	3		
AF 3.1.	Canales de Distribución y Logística	2	1	3	2	1	3	Estrategia de Producto y Precio.	Plan de Negocios
AF 3.2.	Gerencia Mercadológica	2	2	4	2	2	4	Estrategia de Producto y Precio. Estrategia de Comunicación.	Plan de Negocios
AI 3.1.	Investigación de Mercado	2	2	4	2	2	4	Sociología. Estrategia de Producto y Precio. Estrategia de Comunicación. Estadística.	Plan de Negocios
AF 3.3.	Seminario de Graduación	1	2	3	1	2	3		
					285		285		

TOTAL DE HORAS 3ER. AÑO: 570
EXIGENCIAS ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS: Inglés: 2 (dos) Niveles
Informática: 2 (dos) Créditos

TÍTULO: TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMERCIALIZACIÓN

Cuarto Año									
AH 4.1.	Ética y Deontología Profesional	2	-	2	2	-	2	Filosofía.	
AS 4.1.	Geografía Económica	2	1	3	-	-	-	Introducción a la Economía.	
AF 4.1.	Comercialización Ambiental	2	2	4	2	2	4		
AF 4.2.	Comercialización Internacional	2	2	4	2	2	4		

738



738

Ministerio de Educación

AF 4.3.	Plan de Negocios	2	2	4	2	2	4	Canales de Distribución y Logística. Gerencia Mercadológica. Investigación de Mercado.	
AI 4.1.	Portugués Comercial	-	-	-	4	-	4		
AF 4.4.	Tesis de Licenciatura	2	2	4	2	2	4		
		315		330					

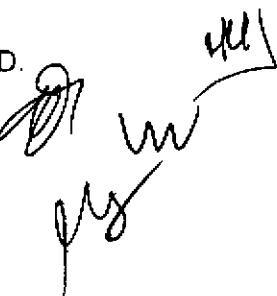
TOTAL DE HORAS 4TO. AÑO: 645

EXIGENCIAS ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS:

- Inglés: 3 (tres) Niveles 99 hs.c/nivel
 - Informática: 3 (tres) Créditos 72 hs.c/crédito
- Total Horas Nivel Inglés: 297
Total Horas Créditos Informática: 216

TOTAL DE HORAS: 2.838

TÍTULO: LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN

ABD.




Ministerio de Educación

ALCANCES PARA EL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN PROPUESTOS POR LA UNIVERSIDAD DE LA FRATERNIDAD DE AGRUPACIONES SANTO TOMÁS DE AQUINO.

- Diseñar investigaciones de mercado con su respectiva coordinación, análisis de resultados y preparación de informes.
- Realizar diagnósticos de situación empresarial, como sustento de acciones estratégicas.
- Diseñar estrategias comerciales, definiendo segmentos de mercado, posicionamiento y relacionamiento con clientes.
- Diseñar políticas comerciales, diseñando productos, fijando precios, implementando acciones comunicativas y estableciendo canales de comercialización.
- Diseñar la estructura de la Gerencia Comercial determinando funciones y procedimientos.
- Desarrollar estudios para el lanzamiento de nuevos productos atendiendo a los reclamos de la demanda.
- Desarrollar políticas de comunicación, seleccionando los medios, el presupuesto de medios y las herramientas más eficaces.
- Fijar precios de productos atendiendo a la estrategia global de la empresa.
- Participar de la negociación de los productos gerenciados, a los efectos de insertar los mismos en los canales más eficaces.
- Definir el formato de negocio, organizando las zonas del establecimiento, los tipos, criterios y niveles de exhibición.
- Participar del diseño creativo de campañas comunicacionales.
- Determinar los perfiles del personal comercial, participando en los procesos de selección y capacitación.
- Controlar que las políticas generales de las empresas se adecuen a las exigencias de una sociedad comprometida con el medio ambiente.
- Coordinar el diseño de sistemas de información que tengan por objeto una administración eficaz de información de mercado (quejas, categorización de clientes, programas de fidelización).
- Coordinar el área de servicio al cliente, monitoreando los cambios en los hábitos de consumo.

ABD.

Jul
DR W
PZ