



*Ministerio de Educación, Ciencia  
y Tecnología*

RESOLUCION N° 380



BUENOS AIRES, **17** MAR 2003

VISTO el Expediente N° 10.032/01 (2 cuerpos) del registro del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN, por el que la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS solicita que se le otorgue el reconocimiento oficial y consecuente validez nacional al título de TÉCNICO EN MARKETING, según lo aprobado por Resolución del Rector Organizador N° 196 del 16 de octubre de 2002, y

**CONSIDERANDO:**

Que los títulos y grados a expedir por las instituciones universitarias provinciales podrán obtener el reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional cuando las mismas sean reconocidas por el PODER EJECUTIVO NACIONAL, conforme a los términos del artículo 69, inciso a) de la Ley de Educación Superior N° 24.521 y se ajusten a las normas fijadas por el Título IV, capítulos 1, 2, 3 y 4 de la ley citada.

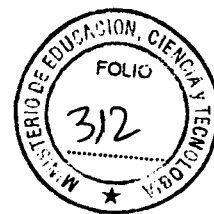
Que el reconocimiento de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS, creada por Ley provincial N° 9.250, con sede en la Ciudad de PARANÁ, PROVINCIA DE ENTRE RÍOS, fue otorgado por Decreto N° 806 del 20 de junio de 2001.

Que en virtud de lo dispuesto por el artículo 5° del Decreto citado, el MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA otorgará el reconocimiento oficial de los títulos y grados previstos en el artículo 41 de la Ley de Educación Superior N° 24.521, a medida que la Universidad lo solicite separadamente para cada uno de ellos o para cada grupo de títulos afines.

Que de acuerdo con las previsiones del artículo 28, inciso a) de la Ley N° 24.521, una de las funciones básicas de las instituciones universitarias es la formación de profesionales, docentes y técnicos, capaces de actuar con solidez profesional, atendiendo a las demandas individuales y a los requerimientos nacionales y regionales.

Que efectuado el análisis de la formulación y desarrollo del plan de estudios correspondiente a la carrera de TECNICATURA EN MARKETING surge que dicha propuesta es consistente y viable, destacando que se ajusta a los principios y normas de la ley citada.

Que asimismo, resultan adecuados la definición de los conocimientos y



*Ministerio de Educación, Ciencia  
y Tecnología*

capacidades que certifican el título referido y las actividades para las que tienen competencia sus poseedores.

Que el plan de estudios conducente al título de TÉCNICO EN MARKETING forma parte del correspondiente a la Licenciatura homónima propuesta por la citada Universidad, cuyo trámite de reconocimiento oficial y validez nacional se encuentra suspendido según los términos de la Resolución de la SPU N° 31/02.

Que los organismos técnicos de este Ministerio han dictaminado favorablemente respecto de lo solicitado.

Que en consecuencia, corresponde otorgar el reconocimiento oficial al título ya enunciado a expedir por la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS, con el efecto consecuente de su validez nacional.

Que el reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional que se otorga al título de TÉCNICO EN MARKETING, queda sujeto a las exigencias y condiciones que corresponda cumplir, 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 el artículo 41 de la Ley N° 24.521 y por el inciso 14 del artículo 23 quater de la Ley de Ministerios (texto ordenado por Decreto N° 438/92), modificada por las Leyes Nros. 24.190 y 25.233, y por los Decretos Nros. 1.343 de fecha 24 de octubre de 2001, 1.366 de fecha 26 de octubre de 2001, 1.454 de fecha 8 de noviembre de 2001 y 355 de fecha 21 de febrero de 2002.

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

LA MINISTRA DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Otorgar reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional al título de TÉCNICO EN MARKETING a expedir por la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS, con el plan de estudios y demás requisitos académicos que se detallan en el



*Ministerio de Educación, Ciencia  
y Tecnología*



Anexo I de esta Resolución.

ARTÍCULO 2º.- Considerar como actividades para las que tienen competencia los poseedores de este título, a las incluidas por la Universidad como alcances del mismo en el Anexo II de la presente.

ARTÍCULO 3º.- El reconocimiento oficial y la validez nacional que se otorgan al título mencionado en el artículo 1º, quedan sujetos a las exigencias y condiciones que corresponda cumplir 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 Nº 24.521.

ARTÍCULO 4º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION Nº 380

Dra. GRACIELA M. GIANNETTASIO  
MINISTRA DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA



*Ministerio de Educación, Ciencia  
y Tecnología*

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS**  
**CARRERA: TECNICATURA EN MARKETING**

**Requisitos de Ingreso:** Haber completado el nivel medio o polimodal de enseñanza / aprobar un Ciclo Introductorio con los contenidos y la modalidad que establezca la Universidad.

**PLAN DE ESTUDIOS**

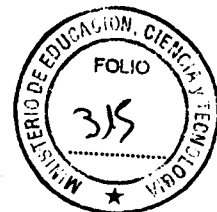
Código <sup>1</sup>	Asignaturas	Dedicacion	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Anual	Correlatividad
<b>PRIMER AÑO</b>					
202101	Principios de Administración.	ANUAL	2	64	
202102	Introducción a la Economía	ANUAL	2	64	
202103	Epistemología de las Ciencias	ANUAL	2	64	
202104	Trabajo Intelectual	CUAT-1	3	48	
202105	Universidad y Formación Profesional	CUAT-2	2	32	104
202106	Historia Social y Política	CUAT-2	3	48	
202107	Psicología Organizacional	CUAT-1	4	64	
202108	Marketing	ANUAL	5	160	
202109	Matemática Aplicada	ANUAL	4	128	
202110	Contabilidad	CUAT-2	4	64	
202111	Práctica Profesional I	ANUAL	2	64	
<b>SEGUNDO AÑO</b>					
202212	Derecho Público y Privado	ANUAL	2	64	

<sup>1</sup> El código numeral empleado contiene los siguientes descriptores de izquierda a derecha: el primer dígito indica la Facultad; los dos dígitos siguientes la Carrera; el cuarto dígito el año del plan de estudios; y los dos últimos dígitos las materias de las carreras ordenadas según su aparición curricular.



*Ministerio de Educación, Ciencia  
y Tecnología*

RESOLUCION N° 380



202213	Sociología de las Organizaciones	ANUAL	2	64	107
202214	Microeconomía y Macroeconomía	ANUAL	3	96	102-109
202215	Estadística	ANUAL	2	64	109
202216	Política de Comunicaciones	CUAT-1	4	64	108
202217	Políticas de Mercado Interno y Externo	CUAT -1	3	48	102-108
202218	Logística y Canales de Distribución	CUAT-1	4	64	101-108
202219	Política de Precios	CUAT-2	4	64	108-110
202220	Política y Desarrollo de Productos	CUAT-2	4	64	108
202221	Práctica Profesional II	ANUAL	3	96	111
<b>TERCER AÑO</b>					
202322	Investigación de Mercados	ANUAL	3	96	215
202323	Plan de Marketing	ANUAL	4	128	221-216- 217-218- 219-220
202324	Comportamiento del Consumidor	ANUAL	2	64	215
202325	Creatividad e Innovación	CUAT-1	4	64	215
202326	Marketing de Servicios	CUAT-2	3	48	215
202328	Administración Financiera	CUAT- 2	4	64	214
202329	Práctica Profesional III	ANUAL	4	128	221

*[Handwritten signature]*



RESOLUCION N° 380



*Ministerio de Educación, Ciencia  
y Tecnología*

202330	Asignatura Optativa del Área Social	CUAT. (1 ó 2)	3	48	
202331	Pasantía	ANUAL		360	221

**Otros Requisitos**

Para acceder al título de TÉCNICO EN MARKETING el alumno deberá aprobar tres niveles de Inglés y tres niveles de Procesamiento de Datos.

**TOTAL DE HORAS: 2.128 (excluidas las 360 hs de la Pasantía)**

**TÍTULO: TÉCNICO EN MARKETING**

ABD.



*Ministerio de Educación, Ciencia  
y Tecnología*

**ALCANCES PARA EL TÍTULO DE TÉCNICO EN MARKETING PROPUESTOS  
POR LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS.**

- Ejecutar las decisiones y estrategias resueltas por la empresa de marketing
- Participar en el análisis de los mercados, productos y servicios regionales.
- Integrar equipos de trabajo interdisciplinario en el área de marketing.
- Participar en la aplicación de programas de publicidad, promoción y de distribución de productos o servicios de la empresa.
- Auxiliar en el estudio y en la aplicación de diferentes alternativas para responder a situaciones nuevas en la empresa de marketing.
- Colaborar en la recolección de datos para el desarrollo de nuevos productos.

ABD.