

FACULTAD ESCUELA DE NEGOCIOS

TÍTULO: LICENCIADO EN COMERCIALIZACIÓN

Modalidad a Distancia

Duración: 4 (cuatro) años

TÍTULO: ANALISTA EN MARKETING

Modalidad a Distancia

Duración: 3 (tres) años

1. INCUMBENCIAS

La presente propuesta se fundamenta en la constante necesidad de adaptar la formación curricular de los estudiantes a los avances de las tecnologías y a las exigencias de las organizaciones de contar con profesionales aptos para enfrentar desafíos novedosos en escenarios cada vez más complejos

El programa académico tiene como objetivo formar profesionales con capacidad y competencias para comprender, investigar, analizar y ejecutar planes y programas de comercialización en diferentes áreas de la economía local, nacional e internacional, a fin que el entendimiento de la realidad sirva para impulsar el crecimiento y desarrollo de los mercados en los distintos niveles.

El profesional en Marketing deberá ser estar capacitado para desarrollar competencias que le permitan efectuar el análisis e interpretación de los fenómenos comerciales en relación a los distintos ámbitos de aplicación del marketing para asesorar, planificar y realizar negociaciones comerciales y toda otra actividad ejecutiva o administrativa en el marco de los negocios, en el ámbito empresarial y de la inserción de diferentes instituciones sociales, gubernamentales, de servicios públicos o como consultor independiente de cualquiera de ellas.

La renovación de este Plan de Estudios implica un potencial crecimiento y apertura hacia un mundo laboral globalizado y cada vez más competitivo. Aborda una formación integral y completa para todos aquellos que anhelan realizar estudios superiores, asociados a la comercialización.

La propuesta se implementa a través de una acción reflexiva sobre la práctica y sobre todas las áreas de la comercialización, lo que dotará de posibilidades a quienes desarrollen este tipo de tareas, re-valorizando el esfuerzo por producir cambios y generar conocimiento.

Se promueve:

- El ejercicio autónomo de la producción del propio aprendizaje.

- El análisis de los saberes práctico - profesionales desde nuevas corrientes teóricas de la comercialización.
- El desarrollo de competencias propias de las actividades inherentes a la profesión.
- El desarrollo de múltiples vías de aprendizaje a partir de la incorporación de nuevas estrategias de formación.
- El desarrollo de acciones de meta-cognición a partir de la reflexión sobre la práctica y sobre los saberes adquiridos en la formación inicial.

La estructura curricular de la carrera presenta un título de pre-grado, de “*Analista en Marketing*”, que se obtienen con el cumplimiento del tercer año de la carrera y la aprobación de la materia “Práctica Profesional”. Finalmente luego de cursado y aprobado el cuarto año de la carrera y realizado la Tesis correspondiente, se accede al título de *Licenciado en Comercialización*.

Duración de la carrera:

El presente Plan de Estudios, presenta una propuesta de carrera de cuatro años de duración repartidos en dos tramos, el primero (de tres años) para obtener un Título de pregrado de Analista en Marketing con una carga horaria total de 1850 horas y un segundo tramo (de cuatro años) para obtener el título de Licenciado en Comercialización con una carga horaria total de 2690 horas.

2. OBJETIVOS

Objetivo General

- Desarrollar un enfoque integral y estratégico del Marketing, brindando a los participantes los conocimientos fundamentales para distinguir oportunidades comerciales y prepararlos para competir en escenarios de continuos cambios.

Objetivos Específicos

- Realizar el análisis y el estudio cuali-cuantitativo de mercados locales, regionales, nacionales o internacionales, así como proyecciones de oferta y demanda de productos y servicios.
- Desarrollar estudios y proyectos sobre oportunidad o conveniencia del mercado.
- Realizar el análisis y estudio referente a políticas y métodos de comercialización de productos y líneas de productos y servicios.
- Realizar el análisis y estudio referente a publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y servicios.
- Analizar y estudiar la estructura de costos en la comercialización de productos y servicios.

3. ALCANCES DEL TÍTULO

- Alcance del Título de Analista en Marketing

- Colaborar en el análisis y estudios cuali-cuantitativos de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, así como proyecciones de oferta y demanda de productos y servicios.

- Colaborar en el análisis, estudios y proyectos sobre oportunidad o conveniencia del mercado.
- Colaborar en el análisis y estudios referentes a las políticas y métodos de comercialización de productos y líneas de productos y servicios
- Colaborar en el análisis y estudios referentes a publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y servicios.
- Colaborar en el análisis y estudios sobre estructura de costos de comercialización de productos y servicios.
- Colaborar en equipos de estudio o personalmente en búsqueda de datos, procesamiento y análisis de la información.
- Analizar y aplicar estrategias competitivas, de productos y de precios.
- Analizar y ejecutar planes de distribución y ventas.

- Alcances del Título de Licenciado en Comercialización

- Desempeñar y dirigir tareas de comercialización en emprendimientos de tipo económico, industrial o comercial.
- Realizar y dirigir tareas de búsqueda y procesamiento de datos e investigación de mercados
- Diseñar estrategias competitivas de productos y de precios.
- Planificar ventas de empresas o emprendimientos comerciales, supervisando la publicidad correspondiente.
- Dirigir, diseñar y ejecutar planes de distribución de productos comercializables.
- Organizar tareas de comercialización internacional estudiando las condiciones de los mercados y las estrategias correspondientes.
- Realizar análisis, estudios y proyectos sobre oportunidad o conveniencia de mercado para exportación e importación.
- Efectuar asesoramiento específico sobre mercados, productos y servicios a las representaciones diplomáticas argentinas en el exterior o embajadas extranjeras acreditadas ante la República.
- Realizar estudios y proyectos de promoción y políticas industriales, mineras, agropecuarias, comerciales, energéticas, de transporte y de infraestructura en sus aspectos y posibilidades de comercialización.
- Efectuar análisis, estudios y estrategias sobre desarrollo y lanzamiento o discontinuación de productos y servicios.
- Realizar análisis y estudios referentes a las políticas y métodos de comercialización de productos y servicios.
- Efectuar análisis y estudios sobre la estructura de costos de comercialización de productos y servicios.
- Realizar análisis y estudios referentes a políticas y fijación de precios de productos y servicios.
- Realizar análisis y estudios referentes a publicidad, promoción y desarrollo de canales de distribución de productos y servicios así como las estrategias y políticas correspondientes.
- Realizar peritajes en cuestiones de comercialización de todos los fueros en el orden judicial.

4. CONDICIONES DE INGRESO

Podrán acceder a la Licenciatura en Comercialización todas aquellas personas que posean título de nivel medio o el ciclo Polimodal de Enseñanza, otorgado por instituciones educativas reconocidas por el Ministerio de Educación o instituciones del

exterior reconocidas por sus países de origen y certificados por el Consulado del país de origen.

Podrán acceder por excepción las personas mayores de 25 años de edad que reúnan las condiciones previstas en el Artículo 7 de la Ley 24.521/97.

Los alumnos extranjeros deben presentar Título Secundario legalizado por el Consulado de la República Argentina en el País que lo otorga, legalizado también por el Ministerio de Cultura y Educación de la Republica Argentina.

5. PLAN DE ESTUDIOS

	PRIMER AÑO
	Primer Cuatrimestre
1	Análisis Cuantitativo I
2	Sistemas de Información Contable
3	Fundamentos de Marketing
4	Introducción a la Administración
5	Filosofía
	Segundo Cuatrimestre
6	Microeconomía
7	Marketing
8	Estadística
9	Informática
10	Costos y Presupuestos
11	Teología
	SEGUNDO AÑO
	Primer Cuatrimestre
12	Macroeconomía
13	Marketing Estratégico I
14	Investigación de Mercados I
15	Sistemas de información Financiera
16	Aspectos Legales de los Negocios
	Segundo Cuatrimestre
17	Investigación de Mercados II
18	Técnicas de Venta y Desarrollo Personal
19	Gestión de Negocios
20	Marketing de Servicios
21	Trabajo de Aplicación

TERCER AÑO	
Primer Cuatrimestre	
22	Ética Profesional
23	Inglés I
24	Negociación
25	Marketing Estratégico II
26	Derecho Empresarial
Segundo Cuatrimestre	
27	Administración Publicitaria
28	Escenarios de Negocios
29	Psico-Sociología del Consumo
30	Inglés II
31	Práctica Profesional)

TOTAL CARGA HORARIA ANALISTA EN MARKETING	1850
--	-------------

CUARTO AÑO	
Primer Cuatrimestre	
32	Formulación y Evaluación de Proyectos
33	Metodología de la Investigación
34	Inglés III
35	Comportamiento Organizacional
36	Economía Internacional

	Segundo Cuatrimestre
37	Gestión de Recursos Humanos
38	Marketing Agropecuario
39	Marketing Internacional
40	Doctrina Social
41	Taller de Tesis
42	Tesis *
	CARGA HORARIA TOTAL

TOTAL CARGA HORARIA LICENCIADO EN COMERCIALIZACION	2690
---	-------------