

VISTO:

El Expediente N° 17.525-DEP-97 del registro del Consejo Provincial de Educación, y

CONSIDERANDO:

Que en el mismo obra documentación del Instituto Terciario Séneca (A-055) de Cipolletti;

Que el mencionado Instituto ha presentado el proyecto de Carrera Tecnicatura Superior en Marketing para ser implementada a partir del Ciclo Lectivo 2006;

Que, de acuerdo a la Resolución N° 3922/01, el proyecto ha sido analizado en el marco de una Comisión Evaluadora;

Que los profesionales de la Comisión Evaluadora han dictaminado la Aprobación Aprobación Plena del Plan de Estudios presentado;

Que el mismo se enmarca en la normativa vigente para Tecnicaturas Superiores de la Provincia, respecto de la carga horaria básica y la distribución de los espacios curriculares;

Que, en función de lo expresado, la Dirección de Enseñanza Privada propone emitir la norma correspondiente;

POR ELLO:

EL CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN
R E S U E L V E :

ARTÍCULO 1°.- APROBAR en el Instituto " Séneca" (A-055) de Cipolletti, el Plan de Estudios y Régimen de Correlatividades de la Carrera Tecnicatura Superior en Marketing, según consta en el Anexo I que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2°.- AUTORIZAR, a partir del Ciclo Lectivo 2006, en el Instituto mencionado en el artículo precedente, la implementación del Plan de Estudios de la Tecnicatura Superior en Marketing.

ARTÍCULO 3°.- ESTABLECER que el título a otorgar es el de "Técnico Superior en Marketing".

ARTÍCULO 4°.- DEJAR CONSTANCIA de que la presente resolución autoriza la implementación del Plan de Estudios bajo la Modalidad Presencial.

ARTICULO 5°.- ESTABLECER que de acuerdo con el Art. 7° de la Resolución N° 3922/01, el proyecto tendrá una vigencia de cuatro (4) años y luego de cumplido ese plazo el Plan de Estudios deberá ser nuevamente evaluado.

ARTICULO 6°.- ESTABLECER que la supervisión didáctico-pedagógica y administrativa se realizará a través de los mecanismos que el Consejo Provincial de Educación determine.

ARTICULO 7°.- DEJAR CONSTANCIA de que lo dispuesto en los artículos 1° y 2° de la presente resolución no implican erogación alguna por parte del Consejo Provincial de Educación:

ARTICULO 8°.- REGÍSTRESE, comuníquese a los interesados por intermedio de la Dirección de Enseñanza Privada y archívese.-

RESOLUCIÓN N° 1796
DEP/gr.-

ANEXO I - RESOLUCIÓN N° 1796

ESTABLECIMIENTO: INSTITUTO TERCIARIO SÉNECA REG: A-055
 LOCALIDAD: CIPOLLETTI
 CARRERA: TECNICATURA SUPERIOR EN MARKETING
 MODALIDAD: PRESENCIAL

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE	HORAS*		SEGUNDO CUATRIMESTRE	HORAS*	
Métodos Cuantitativos	2	2	Sociología de la Organización	2	2
Economía General	2	2	Comunicación Estratégica	2	2
Principios de Marketing	3	3	Metodología de la Investigación	2	2
Administración General	2	2	Comportamiento del Consumidor	3	3
Seminario: La Estrategia y los Negocios	-	2	Seminario: Finanzas para el Desarrollo de Productos	-	2
	--	--	Seminario: Internet y Comercio Electrónico	-	2

* Horas teóricas y horas prácticas
 Subtotal Horas 1° Año: 675.

SEGUNDO AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE	HORAS*		SEGUNDO CUATRIMESTRE	HORAS*	
Administración de Recursos Humanos	2	2	Derecho Comercial	2	2
Política de Costos y Precios	2	2	Canales de Distribución y Publicidad	3	3
Investigación de Mercado	2	2	Marketing Internacional		2
Política de Desarrollo de Productos	3	3	Ética y Deontología Profesional	2	2
Seminario: Los Medios y la Publicidad	-	2	Seminario: Marketing de Servicios	-	2
			Seminario: Técnicas de Negociación y Resolución de Conflictos		2

Pasantías	100 horas	Pasantías	150 horas
		Tesina	180 horas

*Horas teóricas y horas prácticas

Subtotal Horas 2° Año: 1105.

CARGA HORARIA TOTAL PLAN DE ESTUDIOS: 1780 Horas

REGIMEN DE CORRELATIVIDADES

ASIGNATURA	CORRELATIVA
Sociología de la Organización	Administración General
Comportamiento del Consumidor	Principios de Marketing
Administración de Recursos Humanos	Sociología de la Organización
Política de Costos y Precios	-Métodos Cuantitativos -Economía General
Investigación de Mercado	Metodología de la Investigación
Política de Desarrollo de Productos	Sociología de la Organización
Canales de Distribución y Publicidad	Política de Desarrollo de Productos