



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA

Disposición

Número:

Referencia: EX-2024-136947949- -APN-DNGU#MCH - UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA -
TECNICATURA UNIVERSITARIA EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES – MODALIDAD
PRESENCIAL.

VISTO la Ley de Educación Superior N° 24.521 y sus decretos reglamentarios, el Expediente EX-2024-136947949- APN-DNGU#MCH; y

CONSIDERANDO:

Que por la actuación mencionada en el VISTO tramita la solicitud de otorgamiento de reconocimiento oficial y validez nacional para el título de TÉCNICO/A UNIVERSITARIO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITAL, presentada por la UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA, Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva, Córdoba.

Que el mencionado título y la consecuente oferta educativa fueron aprobados en el seno de la Casa de Altos Estudios ya citada por Resolución de la Rectora Normalizadora N° 0475 del 6 de diciembre de 2024.

Que de conformidad con lo dispuesto por los artículos 29 incisos d) y e) y 42 de la Ley de Educación Superior N° 24.521, es facultad y responsabilidad exclusiva de las Instituciones Universitarias la creación de carreras de pregrado, grado y posgrado, y la formulación y desarrollo de sus planes de estudios, así como la definición de los conocimientos y capacidades que tales títulos certifican y las actividades para las que tienen competencia sus poseedores, debiendo respetarse la carga horaria mínima que fijó el entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN, recayendo dicha competencia en la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN, en acuerdo con el CONSEJO DE UNIVERSIDADES.

Que sin perjuicio de ello, cuando se trate de títulos correspondientes a profesiones reguladas por el Estado, cuyo ejercicio pudiere comprometer el interés público poniendo en riesgo de modo directo la salud, la seguridad, los derechos, los bienes o la formación de los habitantes, se requiere que se respeten, además de la carga horaria a que se hizo referencia en el CONSIDERANDO anterior, los contenidos curriculares básicos y los criterios sobre intensidad de la formación práctica que establezca la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN en

acuerdo con el CONSEJO DE UNIVERSIDADES, debiendo las carreras respectivas ser periódicamente acreditadas por la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA o entidades privadas constituidas con ese fin debidamente autorizadas (Art. 43 Ley de Educación Superior N° 24.521).

Que la carrera de TECNICATURA UNIVERSITARIA EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES que propone la UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA no requiere acreditación por parte de la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA.

Que la modalidad de dictado de la carrera de TECNICATURA UNIVERSITARIA EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES que propone la UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA es presencial y, por tanto, el otorgamiento del reconocimiento oficial y la validez nacional del título no requiere la aprobación del Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED).

Que de conformidad con lo normado por el Art. 41 de la Ley de Educación Superior N° 24.521 el reconocimiento oficial y la validez nacional de los títulos que expiden las Instituciones Universitarias es otorgado por el MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACIÓN, hoy SECRETARÍA DE EDUCACIÓN.

Que el encuadre normativo específico del presente caso, con mención explícita de la totalidad de la normativa aplicada, obra en el informe técnico de evaluación producido por la DIRECCIÓN NACIONAL DE GESTIÓN UNIVERSITARIA el 14 de julio de 2025, identificado como IF-2025-75740671-APN-DNGU#MCH.

Que en consecuencia, tratándose de una Institución Universitaria legalmente constituida, habiéndose aprobado la carrera respectiva por el Acto Resolutivo ya mencionado y no advirtiéndose defectos formales en dicho trámite, corresponde otorgar el reconocimiento oficial al título ya enunciado que expide la UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA, con el efecto consecuente de su validez nacional.

Que la DIRECCIÓN NACIONAL DE GESTIÓN UNIVERSITARIA y la DIRECCIÓN DE ASUNTOS JURÍDICOS DE EDUCACIÓN han tomado la intervención de su competencia.

Que las facultades para dictar el presente acto resultan de lo dispuesto por el artículo 41 de la Ley de Educación Superior N° 24.521, la Ley de Ministerios N° 22.520 (t.o. 1992) y sus modificatorias, y los Decretos N° 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y N° 86 de fecha 26 de diciembre de 2023 y sus modificatorios.

Por ello,

EL SUBSECRETARIO DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS

DISPONE:

ARTÍCULO 1°.- Otorgar reconocimiento oficial y la consecuente validez nacional para el título de TÉCNICO/A UNIVERSITARIO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITAL que expide la UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA, Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva, Córdoba, perteneciente a la carrera de TECNICATURA UNIVERSITARIA EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES a dictarse bajo la modalidad presencial, según el plan de estudios y demás requisitos académicos que obran como ANEXO (IF-2025-67155408-APN-DNGU#MCH) de la presente disposición.

ARTÍCULO 2°.- Los alcances fijados y dados a conocer por la Institución Universitaria para el título de

TÉCNICO/A UNIVERSITARIO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITAL reconocido por el artículo precedente son los que se incorporan en el ANEXO (IF-2025-67154171-APN-DNGU#MCH) de la presente disposición.

ARTÍCULO 3°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by ALVAREZ Alejandro Ciro
Date: 2025.08.05 12:13:40 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL
ELECTRONICA - GDE
Date: 2025.08.05 12:13:42 -03:00

ALCANCES DEL TÍTULO: TÉCNICO/A UNIVERSITARIO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITAL, QUE EXPIDE UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA, INSTITUTO DE GESTIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y PRODUCTIVA, CÓRDOBA

El/a Técnico/a Universitario/a en Marketing y Negocios Digitales está capacitado/a para desempeñar las siguientes actividades laborales:

- Interpretar y evaluar tendencias del mercado e identificar oportunidades de negocio.
- Crear y ejecutar campañas de Marketing Digital.
- Implementar estrategias que mejoren la visibilidad de los productos y servicios de las organizaciones.
- Gestionar y optimizar plataformas de comercio electrónico y otros modelos de negocios digitales.
- Integrar proyectos tecnológicos que mejoren la experiencia del usuario.
- Crear e implementar emprendimientos independientes en el ámbito de los negocios digitales.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: EX-2024-136947949- -APN-DNGU#MCH-ALCANCES

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 1 pagina/s.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
Date: 2025.06.23 10:52:50 -03:00

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL
ELECTRONICA - GDE
Date: 2025.06.23 10:52:51 -03:00

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA, Instituto de Gestión e Innovación Tecnológica y Productiva, Córdoba

TÍTULO: TÉCNICO/A UNIVERSITARIO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITAL

COD	ASIGNATURA	REGIMEN	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	MODALIDAD DICTADO	OBS.
-----	------------	---------	-----------------------	---------------------	-------------------	------

PRIMER AÑO - PRIMER SEMESTRE

01	Marketing 1	Semestral	4	64	Presencial	
02	Tecnología Digital 1	Semestral	4	64	Presencial	
03	Inglés Técnico 1	Semestral	2	32	Presencial	
04	Gestión Empresarial	Semestral	4	64	Presencial	
05	Sociología y Cultura Digital	Semestral	3	48	Presencial	
06	Plan de Marketing	Semestral	4	64	Presencial	
07	Investigación de Mercados	Semestral	2	32	Presencial	

PRIMER AÑO - SEGUNDO SEMESTRE

08	Marketing 2	Semestral	4	64	Presencial	
09	Tecnología Digital 2	Semestral	4	64	Presencial	
10	Inglés Técnico 2	Semestral	2	32	Presencial	
11	Estadística y Ciencia de Datos	Semestral	3	48	Presencial	
12	Comportamiento del Consumidor	Semestral	2	32	Presencial	
13	Estrategias Digitales	Semestral	4	64	Presencial	
14	Ecosistema y Creatividad Digital	Semestral	2	32	Presencial	

SEGUNDO AÑO - PRIMER SEMESTRE

15	Modelos de Negocios Digitales 1	Semestral	4	64	Presencial	
16	Administración de Comunidades Digitales	Semestral	2	32	Presencial	
17	Sitios Web	Semestral	3	48	Presencial	
18	Marco Jurídico	Semestral	3	48	Presencial	
19	Práctica Profesionalizante 1	Semestral	4	64	Presencial	
20	Publicidad Digital	Semestral	2	32	Presencial	
21	Analítica Web	Semestral	2	32	Presencial	
22	Electiva 1	Semestral	2	32	Presencial	

SEGUNDO AÑO - SEGUNDO SEMESTRE

23	Modelos de Negocios Digitales 2	Semestral	4	64	Presencial	
24	Posicionamiento en Buscadores	Semestral	2	32	Presencial	
25	Marketing en Móviles	Semestral	2	32	Presencial	
26	Emprendedurismo	Cuatrimestral	3	48	Presencial	

COD	ASIGNATURA	REGIMEN	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	MODALIDAD DICTADO	OBS.
27	Práctica Profesionalizante 2	Semestral	4	64	Presencial	
28	Ética Profesional	Semestral	2	32	Presencial	
29	Competencias para la Gestión	Semestral	3	48	Presencial	
30	Electiva 2	Semestral	2	32	Presencial	

TÍTULO: TÉCNICO/A UNIVERSITARIO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITAL

CARGA HORARIA TOTAL: 1408 HORAS



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: EX-2024-136947949- -APN-DNGU#MCH- PLAN DE ESTUDIOS

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 2 pagina/s.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
Date: 2025.06.23 10:54:05 -03:00

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL
ELECTRONICA - GDE
Date: 2025.06.23 10:54:06 -03:00