

# Universidad Católica de Santiago del Estero

Universidad Católica  
de Santiago del Estero

*Scientia Deo Et Patriae Servire*



Licenciatura en

# Marketing

**Título**

Licenciado/a en Marketing

**Duración**

4 años

## PERFIL DEL EGRESADO

---

---

Para más información: [www.ucse.edu.ar](http://www.ucse.edu.ar)

# PLAN DE ESTUDIOS

## Primer año

- Filosofía
- Sistemas de Información Contable
- Matemática
- Marketing
- Administración General
- Derecho Público
- Derecho privado I: Persona humana,
- Derechos y Obligaciones

## Segundo año

- Teología
- Contabilidad de Gestión
- Marketing Estratégico
- Estadística Descriptiva y
- Probabilidades
- Microeconomía
- Derecho Privado II: Contratos
- Estadística Inferencial
- Macroeconomía
- Metodología de la Investigación

## Tercer año

- Doctrina Social de la Iglesia
- Inglés Comercial
- Comportamiento de Compra y
- Consumo
- Investigación de Mercados
- Finanzas Operativas
- Estrategias de Productos y Servicios
- Política de Precios
- Comercio Electrónico

## Cuarto año

- Ética Profesional
- Logística y Distribución
- Marketing Sectorial
- Optativa I: Complementación de
- Especialidades
- Servicio Comunitario
- Comunicación Estratégica de Marketing
- Marketing Global
- Optativa II: Desarrollo de
- Habilidades y Actitudes
- Práctica Profesional Supervisada

# ALCANCES DEL TÍTULO

- Planificar, coordinar e implementar estructuras, funciones y procedimientos del área de comercialización de las organizaciones
- Investigar y analizar cualitativa y cuantitativamente los mercados locales, nacionales e internacionales, a fin de planificar estratégicamente la comercialización
- Realizar estudios sobre necesidades, deseos y comportamientos de consumo de productos y servicios para el desarrollo de negocios competitivos
- Diseñar, desarrollar, implementar y evaluar proyectos de lanzamiento de nuevos productos y servicios.
- Analizar la estructura de costos de comercialización de productos y servicios para tomar decisiones estratégicas.
- Realizar análisis sobre políticas para la determinación de precios.
- Delinear estrategias de logística y canales de distribución de productos y servicios
- Diseñar estrategias de comunicación de productos y servicios para su comercialización
- Seleccionar y dirigir equipos de comercialización.
- Integrar equipos interdisciplinarios de trabajo en organizaciones privadas y entes públicos.
- Asesorar sobre responsabilidad social empresarial en materia comercial, interviniendo en la evaluación de proyectos con impacto socioeconómico.
- Realizar peritajes en cuestiones de comercialización de todos los fueros en el orden judicial