



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional

Año de la Grandeza Argentina

Disposición

Número:

Referencia: EX-2026-52877146- -APN-DNGU#MCH - REC.OF. Y VALIDEZ NACIONAL TÍTULO LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES - UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO.

VISTO el Expediente EX-2026-52877146- -APN-DNGU#MCH, la Ley de Educación Superior N° 24.521 y sus decretos reglamentarios; 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 LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES, presentada por la UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO.

Que el mencionado título y la consecuente oferta educativa fueron aprobados en el seno de la Casa de Altos Estudios ya citada por Resolución del Consejo Superior N° 10 del 27 de mayo de 2026.

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 estudio, 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 CICLO DE COMPLEMENTACIÓN CURRICULAR DE LICENCIATURA EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES – que propone la UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO no requiere acreditación por parte de la COMISIÓN NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA.

Que el Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) de la UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO ha sido aprobado por Resolución de la entonces SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS N° 230 del 6 de septiembre de 2019.

Que a fin de obtener el título de LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES el reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional en los términos del Art. 41 de la Ley de Educación Superior N° 24.521, la SUBSECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS resulta ser la autoridad llamada a resolverlo, en razón de las atribuciones definidas por los Decretos N° 50 del 19 de diciembre de 2019, N° 8 del 10 de diciembre de 2023, N° 86 del 26 de diciembre de 2023 y N° 378 del 21 de mayo del 2026.

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 26 de agosto de 2026, identificado como IF-2026-82372560-APN-DNGU#MCH.

Que en consecuencia, tratándose de una Institución Universitaria legalmente constituida, habiéndose aprobado la carrera respectiva por el/los acto/s administrativo/s universitario/s mencionado/s y no advirtiéndose defectos formales en dicho trámite, corresponde otorgar el reconocimiento oficial al título ya enunciado que expide la UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO, con el efecto consecuente de su validez nacional.

Que la DIRECCIÓN NACIONAL DE GESTIÓN UNIVERSITARIA y el Servicio Jurídico Permanente del MINISTERIO DE CAPITAL HUMANO han tomado las intervenciones de sus competencias.

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 y los Decretos N° 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios Decreto N° 8 de fecha 10 de diciembre de 2023, N° 86 de fecha 26 de diciembre de 2023 y N° 378 de fecha 21 de mayo de 2026.

Por ello,

EL SUBSECRETARIO DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS

DISPONE:

ARTÍCULO 1°.- Otorgar el reconocimiento oficial y la consecuente validez nacional para el título de LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES que expide la UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO, perteneciente a la carrera de CICLO DE COMPLEMENTACIÓN CURRICULAR DE LICENCIATURA EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES – a dictarse bajo las modalidades presencial y a distancia, según el plan de estudios y demás requisitos académicos que obran como ANEXO (IF-2026-82374042-APN-DNGU#MCH) de la presente disposición.

ARTÍCULO 2°.- Los alcances fijados y dados a conocer por la Institución Universitaria para el título de LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES son los que se incorporan como ANEXO (IF-2026-82373491-APN-DNGU#MCH), que forma parte integrante de la presente disposición.

ARTÍCULO 3°.- Comuníquese y archívese.

ALCANCES DEL TÍTULO: LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES, QUE EXPIDE UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO

- a. Elaborar estrategias de marketing y negocios digitales basadas en evidencia, integrando diagnóstico de mercado, consumidor, competencia y datos.
- b. Planificar, implementar y optimizar estrategias de e-commerce y omnicanalidad, definiendo hojas de ruta, métricas y criterios de gestión.
- c. Gestionar procesos de experiencia del cliente y diseño de servicios, identificando fricciones y oportunidades de mejora continua.
- d. Conducir procesos de gestión de productos digitales, definiendo prioridades, rutas de desarrollo y medición de resultados mediante indicadores.
- e. Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing orientadas a empresas y a cuentas clave, coordinando el trabajo entre marketing y ventas y midiendo el impacto en el embudo comercial.
- f. Implementar procesos de análisis avanzado, pruebas controladas y medición rigurosa para optimizar la toma de decisiones.
- g. Diseñar y gestionar operaciones de marketing, automatizaciones e integraciones tecnológicas, asegurando calidad de las herramientas aplicadas y gobernanza de datos.
- h. Tomar decisiones económico-financieras aplicadas al negocio y evaluar la rentabilidad de proyectos en ámbitos locales e internacionales.
- i. Aplicar criterios legales, de protección de datos personales y de cumplimiento normativo en entornos digitales, gestionando riesgos operativos y reputacionales.
- j. Liderar equipos y proyectos, desempeñarse en consultoría y gestionar la relación agencia/cliente con ética profesional.
- k. Aplicar criterios éticos y de responsabilidad profesional en la gestión de datos, el uso de tecnologías digitales y la toma de decisiones en entornos de marketing y negocios digitales.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
Año de la Grandeza Argentina

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: EX-2026-52877146- -APN-DNGU#MCH-ALCANCES-UNIVERSIDAD GRAN ROSARIO- LIC. EN
MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES (CCC)- MODALIDAD PRESENCIAL Y A DISTANCIA

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

UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO

TÍTULO: LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES

Requisitos de Ingreso:

Técnicos o Analistas en Marketing, Comercialización, Negocios Digitales, Comercio Electrónico y títulos afines con al menos 1100 horas reloj y dos años y medio de duración. Si la carga horaria total del plan de estudio de ingreso no es suficiente pero cumple con los años requeridos, se podrá determinar espacios curriculares que el aspirante deberá cumplir a los fines de completar la carga horaria.

Graduados de otras carreras técnicas o superiores de al menos 1100 horas reloj y dos años y medio de duración que acrediten antecedentes académicos en ciencias económicas y ciencias de la administración u otras áreas afines vinculados al marketing, comercialización y/o comercio internacional, los que serán analizados por un comité de admisión. Si la carga horaria total del plan de estudio de ingreso y los contenidos previos no son suficientes pero cumple con los años requeridos, se podrá determinar espacios curriculares que el aspirante deberá cumplir a los fines de completar la carga horaria y contenidos.

Los alumnos extranjeros que manifiesten intención de inscribirse a la presente formación deberán cumplir con los requisitos establecidos precedentemente y, a su vez, cumplir con los requisitos establecidos por la legislación nacional vigente referente a Educación Superior.

Cumplimentar los requisitos de inscripción establecidos oportunamente por la Universidad.

ASIGNATURA	REGIMEN	HS IP	HS TAE	HS TTE	CRE	OBS.
PRIMER AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE						
Analítica de Marketing	Cuatrimestral	80.00	70.00	150.00	6.00	
Operaciones y Tecnología de Marketing	Cuatrimestral	80.00	70.00	150.00	6.00	
Experiencia del Cliente y Diseño de Servicios	Cuatrimestral	64.00	86.00	150.00	6.00	
Modelos de Negocio Digital y Unidades						

ASIGNATURA	REGIMEN	HS IP	HS TAE	HS TTE	CRE	OBS.
Económicas	Cuatrimestral	64.00	86.00	150.00	6.00	
Creación de Contenidos	Cuatrimestral	64.00	86.00	150.00	6.00	

PRIMER AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE

Inteligencia Artificial aplicada a Marketing y Negocios Digitales	Cuatrimestral	80.00	70.00	150.00	6.00	
Estrategia de Precios y Gestión de Ingresos	Cuatrimestral	64.00	86.00	150.00	6.00	
Integraciones E-commerce y Automatización	Cuatrimestral	80.00	70.00	150.00	6.00	
Planificación de Medios y Medición Avanzada	Cuatrimestral	64.00	86.00	150.00	6.00	
Metodología de la Investigación	Cuatrimestral	64.00	86.00	150.00	6.00	

SEGUNDO AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE

Marketing Internacional y LATAM	Cuatrimestral	64.00	136.00	200.00	8.00	
Emprendimiento Digital y Ampliación de Escala	Cuatrimestral	80.00	70.00	150.00	6.00	
Formación Disciplinar Específica	Cuatrimestral	64.00	111.00	175.00	7.00	
Taller de Trabajo Final	Cuatrimestral	96.00	129.00	225.00	9.00	

TÍTULO: LICENCIADO/A EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES

CARGA TOTAL: 90.00 CRÉDITOS / 2250.00 HORAS TTE (1008.00 IP / 1242.00 TAE)

CRE: Crédito de Referencia del estudiante (Unidad de tiempo total de trabajo académico)

IP: Hora de Interacción Pedagógica

TAE: Horas de trabajo Autónomo del Estudiante

TTE: Horas de Trabajo Total del Estudiante (hs. IP + hs. TAE) (Carga horaria Total)

Hs. IP + Hs. TAE= TTE 1500 hs. Por año como mínimo

Valor asignado a cada CRE oscila entre 25 a 30 horas = CRE. 60 por año promedios de trabajo

Valor por crédito: 25 horas



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
Año de la Grandeza Argentina

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: EX-2026-52877146- -APN-DNGU#MCH- PLAN DE ESTUDIOS- UNIVERSIDAD GRAN ROSARIO- LIC. EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES (CCC)- MODALIDAD PRESENCIAL Y A DISTANCIA

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