

**ACUERDO No. 43
(21 de Octubre de 2021)**

“Por el cual se aprueba la modificación de la denominación, el plan de estudios, el número de créditos académicos, la ampliación de cupos de ingreso de estudiantes y la periodicidad de admisión del programa de Administración de Mercadeo, ofertado bajo la modalidad virtual en la sede Bogotá de la Fundación Universitaria del Área Andina.”

El Consejo Superior de la Fundación Universitaria del Área Andina, en ejercicio de sus facultades estatutarias y,

CONSIDERANDO

Que:

- La Ley 30 del 28 de diciembre de 1992, en su artículo 29 literales c) y d) sobre la autonomía de las instituciones universitarias, establece que éstas podrán crear y desarrollar sus programas académicos, lo mismo que expedir los correspondientes títulos, así como definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión. De acuerdo con el literal m) del artículo 37 de los Estatutos de la Fundación, corresponde al Consejo Superior aprobar la creación, modificación, suspensión o supresión de programas académicos, de extensión, servicios y asesorías, de conformidad con las normas legales vigentes.
- La Ley 1188 de 2008. Congreso de la República. “Por la cual se regula el Registro calificado de programas de educación superior”. Define el registro calificado como el instrumento requerido para poder ofertar y desarrollar programas académicos de educación superior, y asigna al Ministerio de Educación Nacional la competencia para el otorgamiento del mismo, previo cumplimiento de las condiciones de calidad institucionales y de programa, por parte de las instituciones de educación superior y de aquellas habilitadas legalmente para ofrecer este servicio público, y se dictan otras disposiciones.
- De acuerdo con el literal e) del artículo 37 de los Estatutos de la Fundación, corresponde al Consejo Superior definir la política académica, administrativa y financiera de la Fundación y adoptar las medidas necesarias para su ejecución, de conformidad con las normas legales vigentes.
- Mediante Resolución número 4401 del 7 de abril de 2014 y 7791 del 26 de mayo de 2014, el Ministerio de Educación Nacional otorgó registro calificado al programa Administración de mercadeo, modalidad virtual de la Fundación Universitaria del Área Andina, sede Bogotá.
- Así mismo la Ley 30 de 1992, concretamente establece en el artículo 2º que: “La educación superior es un servicio público cultural inherente a la finalidad social del Estado”. Y por otro lado el artículo 5º de la misma ley señala: “La educación superior será accesible a quienes demuestren poseer las capacidades requeridas y cumplan con las condiciones académicas exigidas en cada caso”.
- El decreto 1075 de 2015 por medio del cual se expide el Decreto Único reglamentario del sector educación en su artículo 2.3.3.1.5.6. preceptúa que: “las funciones del consejo directivo de los establecimientos educativos serán las siguientes: d). Fijar los criterios para la asignación de cupos disponibles para la admisión de nuevos alumnos” (...).
- El Decreto 1330 de 2019. Ministerio de Educación Nacional. “Por el cual se subroga el capítulo 2 y se suprime el capítulo 7 del título 3 de la parte 5 del libro 2 del Decreto 1075 de 2015 — Único Reglamentario del Sector Educación”
- La Resolución 021795 del 19 de noviembre del 2020 – emanada del Ministerio de Educación Nacional, por la cual se establecen los parámetros de autoevaluación, verificación y evaluación de las condiciones de calidad de programas académicos, reglamentadas en el Decreto 1075 de 2015.
- En sesión extraordinaria del Consejo Académico Nacional de la Fundación Universitaria del Área Andina, realizado el día 21 de octubre de 2021, se aprobó la propuesta de modificación de la denominación, número de

créditos académicos y el plan de estudios del programa de Administración de Mercadeo ofertado bajo la modalidad virtual en la sede Bogotá con 8 semestres y 136 créditos.

- Lo anterior, teniendo en cuenta que se propuso la denominación Marketing de Negocios por los procesos de internacionalización del programa dada su modalidad virtual y las conclusiones del benchmarking, donde se identificó la necesidad de cambio, la comprensión del Marketing como proceso interno de las empresas que hacen una planificación en la forma cómo los productos y/o servicios se crearán, promocionarán y distribuirán en el mercado, y los negocios, porque es en el mercado, donde se establecen las relaciones de intercambio entre consumidores y productores; y se satisfacen las necesidades de producción Vs. consumo.

La Institución ha realizado análisis del entorno y condiciones de desarrollo del programa Administración de mercadeo que se oferta bajo la modalidad virtual en la sede de Bogotá, y ha establecido que existen razones que posibilitan el cumplimiento de las condiciones de calidad para el ingreso de 250 estudiantes, cuya periodicidad de admisión es semestral, con ingreso regular cada periodo académico y 100 estudiantes semestrales provenientes de convenio de articulación. Hay un registro sostenido de aspirantes a ingresar al programa; el programa cuenta con una planta docente e infraestructura tecnológica y medios educativos suficientes y pertinentes para el desarrollo del programa.

- El Consejo Superior, mediante acuerdo 16 de 24 de marzo de 2020, delegó expresamente a la Comisión Académica de Revisión al interior del Consejo Superior, las facultades de Revisar y analizar las decisiones de impacto académico que deban ser tomadas en atención de requerimientos o solicitudes de los entes de control, en el marco de procesos de tipo académico y relacionados con el trámite de procesos de aseguramiento de la calidad (registro calificado y acreditación), siempre que hayan sido previamente debatidas y aprobadas al interior del Consejo Académico Nacional o Seccional (Cuando tengan impacto exclusivo sobre la Seccional Pereira) y Aprobar las decisiones de impacto académico a que haya lugar para garantizar la respuesta oportuna a requerimientos o solicitudes de los entes de control, en el marco de procesos de tipo académico.
- En consecuencia de lo anterior, la Comisión Académica de Revisión al interior del Consejo Superior, en sesión realizada el 21 de octubre de 2021, llevó a cabo el análisis y revisión de la propuesta presentada por el Consejo Académico Nacional y acogió la modificación de la denominación, el plan de estudios, ampliación de cupos a un número de 150 estudiantes cuya periodicidad de admisión es semestral con ingreso regular por cada periodo académico y 50 estudiantes provenientes de convenio de articulación del programa de Administración de Mercadeo ofertado en la modalidad virtual en la sede Bogotá, con 8 semestres y 136 créditos.

En mérito de lo expuesto, la Comisión Académica de Revisión al interior del Consejo Superior en uso de sus facultades conferidas por el Consejo Superior de la Fundación Universitaria del Área Andina,

ACUERDA:

Artículo Primero. Acoger la propuesta presentada por el Consejo Académico Nacional de la Fundación Universitaria del Área Andina y, en consecuencia, aprobar la modificación de la denominación, el plan de estudios y número de créditos del programa de Administración de Mercadeo ofertado bajo la modalidad virtual en la sede Bogotá, para ser denominado Marketing de Negocios y desarrollado con un total de 136 créditos y ocho (8) semestres.

De conformidad con lo anterior, el plan de estudios quedará así:

NOMBRE DE NOMBRE	MARKETING DE NEGOCIOS						
MODALIDAD	VIRTUAL		NÚMERO DE CRÉDITOS			136	
ÁREA DE FORMACIÓN	NOMBRE DE ASIGNATURA	TIPO	PERIODO	CRÉDITOS	DIRECTO	INDEPENDIENTE	HORAS TOTALES
					HORAS DE CONTACTO	HORAS DE TRABAJO	

PROFESIONAL ESPECÍFICA 63 créditos 46%	DISEÑO Y GESTIÓN DE PRODUCTOS	T	I	3	36	108	144
	SEGMENTACIÓN	T	II	2	24	72	96
	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	T	II	2	24	72	96
	DISEÑO Y GESTIÓN DE SERVICIOS	T	III	3	36	108	144
	ESTRATEGIA DE PRECIO	T	III	2	24	72	96
	COSTOS Y PRESUPUESTOS	T	III	2	24	72	96
	PROMOCIÓN Y MERCHANDISING	T	IV	2	24	72	96
	LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	T	IV	3	36	108	144
	BRANDING	T	IV	2	24	72	96
	FINANZAS INTERNACIONALES	T	IV	2	24	72	96
	GLOBALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD	T	IV	2	24	72	96
	ESTRATEGIAS DE MARKETING	T	V	2	24	72	96
	TENDENCIAS DE MARKETING	T	V	2	24	72	96
	MARKETING DIGITAL	T	V	2	24	72	96
	PLANEACIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA	T	V	2	24	72	96
	NEGOCIOS INTERNACIONALES	T	VI	3	36	108	144
	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	T	VI	2	24	72	96
	INNOVATION & CREATIVITY	T	VI	2	24	72	96
	LIDERAZGO Y NEGOCIACIÓN	T	VI	2	24	72	96
	BUSINESS INTELLIGENCE	T	VII	2	24	72	96
	MODELOS DE NEGOCIO I	T	VII	3	36	108	144
	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	T	VII	2	24	72	96
	REGULACIÓN COMERCIAL	T	VII	2	24	72	96
BUSINESS MANAGEMENT	T	VIII	3	36	108	144	
MODELOS DE NEGOCIO II	T	VIII	3	36	108	144	
SIMULACIÓN EMPRESARIAL	TP	VIII	2	24	72	96	
AUDITORÍA DE MARKETING	T	VIII	2	24	72	96	
ÉTICA PROFESIONAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	T	VIII	2	24	72	96	
PROFESIONAL COMÚN 39 créditos 29%	MATEMÁTICAS BÁSICAS	T	I	2	24	72	96
	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	T	I	3	36	108	144
	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	T	I	3	36	108	144
	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA	T	I	2	24	72	96
	FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD	T	II	3	36	108	144
	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	T	II	2	24	72	96
	MICROECONOMÍA	T	II	2	24	72	96
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	T	II	2	24	72	96
	ESTADÍSTICA INFERENCIAL	T	III	2	24	72	96
	MACROECONOMÍA	T	III	2	24	72	96
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	T	V	3	36	108	144
	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	T	VI	2	24	72	96
	GESTIÓN DE MERCADEO	T	VII	3	36	108	144
GESTIÓN ESTRATÉGICA	T	VII	3	36	108	144	
CONSTITUCIÓN Y DEMOCRACIA	T	VII	2	24	72	96	

	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	T	VIII	3	36	108	144
TRANSVERSAL 24 créditos 18%	CÁTEDRA PABLO OLIVEROS MARMOLEJO	T	I	2	24	72	96
	INGLÉS I	TP	I	2	24	72	96
	SER (BE - IT)	T	II	2	24	72	96
	INGLÉS II	TP	II	2	24	72	96
	SABER CONVIVIR (LIVE-IT)	T	III	2	24	72	96
	INGLÉS III	TP	III	2	24	72	96
	SABER HACER (DO-IT)	T	IV	2	24	72	96
	INGLÉS IV	TP	IV	2	24	72	96
	SABER CONOCER (KNOW-IT)	T	V	2	24	72	96
	INGLÉS V	TP	V	2	24	72	96
	INGLÉS VI	TP	VI	2	24	72	96
	ESPÍRITU EMPRENDEDOR	T	VI	2	24	72	96
LIBRE ELECCIÓN 10 créditos 7%	ELECTIVA I	T	III	2	24	72	96
	ELECTIVA II	T	IV	2	24	72	96
	ELECTIVA III	T	V	2	24	72	96
	ELECTIVA IV	T	VI	2	24	72	96
	ELECTIVA V	T	VIII	2	24	72	96
TOTAL				136	1632	4896	6528

Artículo Segundo. Acoger la propuesta del Consejo Académico Nacional de ampliar cupos a 150 estudiantes cuya periodicidad de admisión es semestral y 50 cupos para estudiantes provenientes del convenio de articulación para el programa de Administración de mercadeo que se oferta bajo la modalidad virtual, en la Sede de Bogotá de la Fundación Universitaria del Área Andina.

Artículo Tercero Informar al Ministerio de Educación Nacional y a la comunidad académica acerca de esta decisión.

Artículo Cuarto. El presente Acuerdo rige a partir de su expedición y deroga expresamente los Acuerdos No. 71 del 20 de octubre de 2020 y 07 del 23 de febrero de 2021.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá D.C., a los veintiún (21) días del mes de octubre de dos mil veintiuno (2021).

José Leonardo Valencia Molano
Rector



Martha P. Castellanos.
Vicerrectora Nacional Académica



Erika Milena Ramírez Sánchez
Vicerrectora Nacional Administrativa y Financiera



María Angélica Pacheco Chica
Secretaria General

