

ACUERDO No. 71
(20 de octubre de 2020)

“Por el cual se aprueba la modificación de la denominación y el plan de estudios 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.
- En sesión ordinaria del Consejo Académico Nacional de la Fundación Universitaria del Área Andina, realizado el día 13 de octubre de 2020, se aprobó la propuesta de modificación de la denominación 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.

- En sesión ordinaria del Consejo Superior del 20 de octubre de 2020, se expuso la propuesta del Consejo Académico Nacional referente a la modificación de la denominación y el plan de estudios del programa de Administración de Mercadeo ofertado en la modalidad virtual en la sede Bogotá, con 8 semestres y 136 créditos. Los miembros del Consejo Superior de manera unánime acogieron esta propuesta.

En mérito de lo expuesto el Consejo Superior,

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 y el plan de estudios 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 PROGRAMA MODALIDAD	MARKETING DE NEGOCIOS	
	VIRTUAL	NÚMERO DE CRÉDITOS 136

ÁREA DE FORMACIÓN	NOMBRE DE ASIGNATURA	TIPO	PERIODO	CRÉDITOS	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS TOTALES	
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 PRECIOS	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	
	ESPIRITU 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. Informar al Ministerio de Educación Nacional y a la comunidad académica acerca de esta decisión.

Artículo Tercero. El presente Acuerdo rige a partir de su expedición.

COMUNIQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá D.C., a los veinte (20) días de octubre de dos mil veinte (2020).

Diego Molano Vega
Presidente

María Angélica Pacheco Chica
Secretaria General

Presentó y Aprobó: Martha Patricia Castellanos S.
Vicerrectora Nacional Académica

