

ACUERDO No. 35 (13 de junio de 2019)

“Por el cual se aprueba la creación del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo y Publicidad para ser ofertado bajo la modalidad presencial, en la sede de Valledupar 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.
- Colombia, vive un auge de desarrollo económico y social, evoluciona en su capacidad productiva y en la búsqueda de nuevos mercados, por lo que las actividades mercantiles se intensifican día a día, incentivándose tanto la actividad empresarial como el diseño de nuevos productos y servicios. En este contexto el mercadeo cumple el papel de mediadores entre la oferta y la demanda manteniendo cierto equilibrio y permitiendo a productores y consumidores desarrollarse como actores activos en los procesos de consumo.
- Según estadísticas del DANE para el 2109 en el departamento del Cesar, el sector del comercio ocupa el tercer puesto en participación del sector económico con un crecimiento anual aproximado del 5%, De igual forma, el mercado laboral absorbe el 34,9 de los profesionales para trabajar en áreas comerciales, datos que se convierten en una fortaleza que hace pertinente la creación del programa Tecnológico de Gestión de Mercadeo y Publicidad en Valledupar.
- Existe un mercado potencial de estudiantes que según datos del DANE se estima en un aproximado de 202.000 en la región del Cesar, en su gran mayoría ubicados en los estratos 2 y 3, lo que se convierte en una oportunidad de llegar con un programa tecnológico de calidad a un precio asequible como aporte al acceso de la población al mercado laboral.
- En sesión del Consejo Académico del 11 de junio de 2019, se expuso la propuesta de creación del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo y Publicidad, el cual contará con 6 semestres y 117 créditos. La propuesta fue aprobada en su integridad.
- En sesión extraordinaria del Consejo Superior del 13 de junio de 2019, se expuso la propuesta de creación del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo y Publicidad, el cual contará con 6 semestres y 117 créditos. La propuesta fue aprobada en su integridad.



Que, en mérito de lo expuesto, el Consejo Superior de la Fundación Universitaria del Área Andina,

ACUERDA:

Artículo Primero. Aprobar la creación del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo y Publicidad para ser ofertado bajo la modalidad presencial, en la sede de Valledupar, con un total de 117 créditos y seis (6) semestres.

Artículo Segundo. El título que otorgará la Fundación Universitaria del Área Andina será el de Tecnólogo en Gestión de Mercadeo y Publicidad.

Artículo Tercero. Aprobar el plan de estudios del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo y Publicidad, el cual quedará así:

NOMBRE DE PROGRAMA	TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO Y PUBLICIDAD		
MODALIDAD	PRESENCIAL	NÚMERO DE CRÉDITOS	117

ÁREA DE FORMACIÓN	NOMBRE DE ASIGNATURA	TIPO	PERIODO	CRÉDITOS	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS TOTALES
PROFESIONAL ESPECÍFICA 58 Créditos 50 %	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD	T	I	3	48	96	144
	ANTROPOLOGÍA Y PENSAMIENTO CREATIVO	T	I	3	48	96	144
	CONCEPTOS DE DISEÑO	T	II	3	48	96	144
	SEMIÓTICA Y CREATIVIDAD	T	II	3	48	96	144
	COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARCA	T	II	3	48	96	144
	FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	T	III	3	48	96	144
	ESTRATEGIA CREATIVA	T	III	3	48	96	144
	PRODUCTO Y PRECIO	T	III	3	48	96	144
	LEGISLACIÓN COMERCIAL Y LABORAL	T	III	2	32	64	96
	REDACCIÓN PUBLICITARIA	T	IV	2	32	64	96
	GESTIÓN COMERCIAL	T	IV	3	48	96	144
	DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA	T	IV	3	48	96	144
	PRODUCCIÓN DE AUDIO Y VIDEO	TP	V	4	96	96	192
	PLAN DE MEDIOS	T	V	3	48	96	144
	PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL	T	V	2	32	64	96
	MERCHANDISING	T	V	3	48	96	144
	MARKETING ON-LINE	T	VI	3	48	96	144
	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	T	VI	3	48	96	144
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	T	VI	3	48	96	144	
PRÁCTICA EMPRESARIAL	T	VI	3	48	96	144	

PROFESIONAL COMÚN 33 Créditos 28 %	FUNDAMENTOS DE MERCADEO	T	I	3	48	96	144
	MICROECONOMÍA	T	I	3	48	96	144
	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	T	I	3	48	96	144
	MATEMÁTICA BÁSICA	T	II	3	48	96	144
	MACROECONOMÍA	T	II	3	48	96	144
	FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD	T	III	3	48	96	144
	COSTOS Y PRESUPUESTOS	T	IV	3	48	96	144
	INVESTIGACION I	T	IV	2	32	64	96
	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	T	IV	2	32	64	96
	INVESTIGACIÓN II	T	V	2	32	64	96
	ESTADÍSTICA INFERENCIAL	T	V	2	32	64	96
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	T	VI	4	64	128	192

ALC

DD

TRANSVERSAL 14 Créditos 12 %	CÁTEDRA PABLO OLIVEROS MARMOLEJO	T	I	2	32	64	96
	INGLÉS I	TP	I	2	48	48	96
	SER (Be-IT)	T	II	2	32	64	96
	INGLÉS II	TP	II	2	48	48	96
	SABER CONVIVIR (Live-IT)	T	III	2	32	64	96
	INGLÉS III	TP	III	2	48	48	96
	INGLÉS IV	TP	IV	2	48	48	96

LIBRE ELECCIÓN 12 Créditos 10 %	ELECTIVA I	T	III	2	32	64	96
	ELECTIVA II	T	IV	2	32	64	96
	ELECTIVA III	T	VI	2	32	64	96
	PROFUNDIZACIÓN I	T	V	3	48	96	144
	PROFUNDIZACIÓN II	T	V	3	48	96	144

TOTAL				117	1968	3648	5616
-------	--	--	--	-----	------	------	------

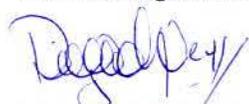
Artículo Cuarto. Autorizar al Rector Nacional para adelantar ante las autoridades gubernamentales, los trámites requeridos para la obtención del Registro Calificado del programa en mención.

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

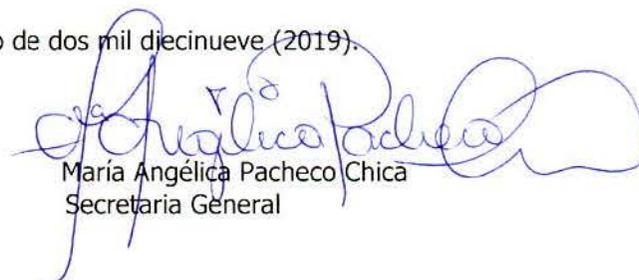
Artículo Sexto. El presente Acuerdo rige a partir de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá D.C., a los trece (13) días de junio de dos mil diecinueve (2019).



Diego Molano Vega
Presidente



María Angélica Pacheco Chica
Secretaria General

Aprobado:



Martha Patricia Castellanos S.
Vicerrectora Nacional Académica