



Universidad de Nariño

Consejo Académico

ACUERDO NUMERO No 117 (Octubre 11 de 2011)

Por el cual se aprueba la apertura del programa de Mercadeo a partir del período A de 2012 y el plan de estudios.

EL CONSEJO ACADEMICO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO,
en uso de sus atribuciones legales y reglamentarias, y,

CONSIDERANDO:

Que mediante Acuerdo No 092 de 1993, los Consejos Superior y Académico de la Universidad de Nariño acuerdan fijar para todas las Facultades y Programas procesos de inscripción y admisión en forma anual.

Que desde la expedición del Acuerdo No. 050 del 18 de mayo del 2010, se estableció la apertura de 19 programas para los períodos A y 18 programas para los períodos B de cada año.

Que mediante Acuerdo No. 111 de octubre 6 de 2011, se aprobó el Calendario de inscripciones, admisiones, matrículas y reintros con reserva de cupo vigente a primer semestre – Sede Pasto.

Que el Honorable Consejo Superior, mediante Acuerdo No. 004 de febrero 4 de 2011, aprobó la creación del nuevo programa de Mercadeo y avaló el documento de condiciones mínimas de calidad para obtener su registro calificado ante el Ministerio de Educación Nacional, como requisito indispensable para su apertura.

Que el MEN, expide la Resolución Ministerial No. 7146 de agosto 30 de 2011, por medio de la cual se otorga, por término de siete (7) años el Registro Calificado para el Programa de Mercadeo.

Que por lo anterior, el Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, mediante Acuerdo No. 103 del 19 de septiembre del presente año y remitido por la Vicerrectoría Académica el 3 de octubre del año en curso, recomienda autorizar la apertura del Programa de Mercadeo, a partir del período A de 2012 y aprobar el Plan de Estudios correspondiente, para que OCARA registre las asignaturas, a efectos de ejercer la supervisión del desarrollo de dicha carrera para estudiantes que se matriculen al programa en mención.

Que este Organismo, teniendo en cuenta las disposiciones establecidas para el número de programas a abrirse en cada período, consideró pertinente solicitar al Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo, mediante oficio 135 de octubre 11 del año en curso, hacer una revisión en cuanto a las Electivas de Profundización que se deben cursar por los estudiantes del Programa de Comercio Internacional en los semestres VIII y IX, por cuanto no existe explicación alguna para que inicien desde el nivel II y no del nivel I. De otro lado, para definir la apertura del programa en mención, en el período A de 2012, se hizo necesario la presentación de un informe por escrito, sobre el impacto de aulas y disponibilidad docentes.

Que el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo, mediante oficio CIM-FOA- 262 del 12 de octubre del año en curso, presenta el cuadro de proyección de los dos Programas (Comercio Internacional y Mercadeo) que obedeció al análisis realizado conjuntamente con la Oficina de Planeación para proyectar el Presupuesto a partir del periodo A de 2012 y, que con base en el mismo y demás argumentos académicos, el Consejo Superior avaló la creación del Programa de Mercadeo para someterlo al Ministerio de Educación Nacional. De igual manera se presenta la logística contemplada también en el Documento de Condiciones Mínimas de Calidad con el que se obtuvo el Registro Calificado.

Que finalmente, es importante considerar, que al periodo B de 2012, el Programa en Transición de Comercio Internacional y Mercadeo ha terminado con su última Cohorte y, a dicho periodo, el Programa de Comercio Internacional contaría tan solo con tres semestres (1°, 3° y 5°) por su anualización y un semestre de MERCADEO en el periodo A de 2012. Esto significa que, por un buen tiempo, los dos Programas generan un ahorro a la Universidad por docencia y por recursos logísticos; además, porque los dos Programas solo serán habilitados en la Sede Pasto.

Que además, en referencia a la carga académica, existe el personal idóneo en el Departamento y en otros Programas para la prestación de los servicios académicos correspondientes al Primer Semestre, toda vez que en el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo, en el momento se cuenta con cuatro (4) profesores Tiempo Completo, dos del área de Comercio Internacional y dos del área de Mercadeo. Sin embargo, el nuevo Programa de Comercio Internacional solamente contempla cuatro asignaturas del área de Mercadeo que serían asumidas por un docente tiempo completo de dicha área. En el mismo sentido, también es importante dar a conocer que además el Departamento cuenta con siete (7) profesores Hora Cátedra que han sido capacitados por la Universidad en el área de Mercadeo. En consecuencia, el nuevo programa de Mercadeo cuenta con el personal suficiente para abordar con calidad y eficiencia el Plan Curricular propuesto y aprobado por las instancias competentes de la Universidad de Nariño y el Ministerio de Educación Nacional.

Que por lo anterior, se considera oportuno manifestar que el Registro Calificado emitido por el Ministerio de Educación Nacional por siete (7) años se obtuvo en agosto 30 del presente año y se notificó al Programa por la Administración Central el 14 de Septiembre. De esta manera, en la medida en que se retrase la apertura del Programa al semestre B de 2012, se estaría perdiendo un valioso año de la vigencia del Registro Calificado y, por consiguiente, se retrasaría aún más la apertura de este Programa en Extensiones de la Universidad.

Que de la misma manera, el Programa de Mercadeo está adscrito al Departamento de Comercio internacional y de Mercadeo, bajo la coordinación de un solo Director y con una sola Secretaria y se apoya con la logística de la FACEA, en cuanto a medios audiovisuales y bibliografía.

Que por lo expuesto, se considera conveniente la apertura del Programa de Mercadeo a partir del periodo A de 2012.

Que de conformidad con el Acuerdo 125 de mayo 23 de 2006, se estableció el número máximo de cupos disponibles en cada programa de la Universidad de Nariño, para primer Semestre o año y el número de cupos para transferencias, traslados y cambios de sección; de igual manera, debe definirse mediante acto administrativo, el número de cupos para programas nuevos.

Que por todo lo anterior, este Organismo, acogió favorablemente la propuesta.

ACUERDA:

Artículo 1. Autorizar la apertura del programa de MERCADEO, a partir del periodo A de 2012, por las razones expuestas en los considerandos de la presente providencia.

Parágrafo: La apertura de admisiones al Programa de Mercadeo, se regirá por el Calendario Académico establecido en el Acuerdo No. 111 de octubre 6 de 2011.

Artículo 2º. Aprobar el Plan de Estudios del Programa de Mercadeo, que regirá para los estudiantes que ingresen a partir del I Semestre del periodo A del 2012, así:

Código	I Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Fundamentos de Mercadeo	4		4	4	3
	Cálculo Diferencial e Integral	4		4	5	3
	Contabilidad General	4		4	2	2
	Administración	4		4	2	2
	Psicología del Comportamiento	4		4	2	2
	Total	20				12

Código	II Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Mercadeo Estratégico	4	Fundamentos de Mercadeo	4	4	3

	Comportamiento del Consumidor	4	Psicología del Comportamiento	4	2	2
	Álgebra de Matrices y Programación Lineal	4	Cálculo Diferencial e Integral	4	5	3
	Teoría de la Investigación	4		4	4	3
	Microeconomía I	4		4	5	3
	Total	20				14

Código	III Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Metodología de la Investigación	4	Teoría de la Investigación	4	4	3
	Gerencia del Producto	4		4	4	3
	Laboratorio del Consumidor	4	Comportamiento del Consumidor	4	4	3
	Mercadeo de Servicios	4		4	4	3
	Microeconomía II	4	Microeconomía I	4	5	3
	Total	20				15

Código	IV Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Macroeconomía	4		4	5	3
	Estadística I	4		4	5	3
	Gerencia de Precio	4		4	4	3
	Empaques y Embalajes	4		4	4	3
	Mercadeo Electrónico	4		4	5	3
	Total	20				15

Código	V Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Economía Colombiana	4		4	5	3
	Mix de Comunicación	4	Fundamentos de Mercadeo	4	4	3
	Estadística II	4	Estadística I	4	5	3
	Investigación de Mercados I	4		4	4	3
	Green Marketing	4		4	2	2
	Total	20				14

Código	VI Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Empresarismo e Idea de Negocios	4		4	2	2
	Matemáticas Financieras	4		4	5	3
	Publicidad	4	Mix de Comunicación	4	4	3
	Investigación de Mercados II	4	Investigación de Mercados I	4	4	3
	Mercadeo Promocional y de Merchandising	4	Mix de Comunicación	4	4	3
	Total	20				14

Código	VII Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Investigación de Mercados III	4	Investigación de Mercados II	4	4	3
	Legislación Comercial	4		4	5	3
	Gerencia de Distribución y Logística	4		4	4	3
	Mercadeo Internacional I	4		4	4	3
	Formulación y Evaluación de Proyectos	4	Matemáticas Financieras	4	4	3
	Total	20				15

Código	VIII Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Integración Económica y Negocios Internacionales	4		4	4	3
	Plan Estratégico de Mercadeo	4	Mercadeo Estratégico	4	4	3
	Seminario de Trabajo de Grado	4	Metodología de la Investigación	4	4	3
	Mercadeo Internacional II	4	Mercadeo Internacional I	4	4	3
	Total	16				12

Código	IX Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Gerencia de Ventas	4	Plan Estratégico de Mercadeo	4	4	3
	Gerencia de Marca	4	Gerencia de Producto	4	4	3
	Logística Comercial Internacional	4		4	4	3
	Ética Profesional	4		4	2	2
	Total	16				11

Código	X Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
	Práctica Profesional	20	Paz y Salvo Académico hasta Noveno Semestre	0.5		12
	Total	20				12

NIVEL DE EFICIENCIA EN INGLES: Se constituye en un requisito indispensable para obtener el Título Profesional en MERCADEO, para lo cual los estudiantes deberán aprobar el examen de Eficiencia en Ingles aplicado por el Centro de Idiomas de la Universidad de Nariño.

Como requisito para la titulación, todo estudiante del Programa deberá presentar, sin excepción alguna, el EXAMEN de EFICIENCIA en INGLES, aplicado por el Centro de Idiomas de la Universidad de Nariño. Los estudiantes que adquieren la eficiencia en ingles certificada por una Institución distinta a la Universidad de Nariño o que hayan adquirido el conocimiento y dominio del idioma Ingles por otras circunstancias, deben obligatoriamente presentar y aprobar el Examen de Eficiencia en Ingles aplicado por el Centro de Idiomas de la Universidad de Nariño.

La Universidad de Nariño, a través de su Centro de Idiomas, ofrecerá los niveles de Ingles necesarios para presentar el Examen de Eficiencia en Ingles a aquellos estudiantes del Programa que así lo requieran. Para estos casos el Centro de Idiomas, establecerá el procedimiento a seguir y los cronogramas en los respectivos periodos académicos. De igual manera, el Centro de Idiomas fomentará estrategias pedagógicas en los distintos niveles como dinámicas grupales para representar a través de dramatizados casos referentes a las actividades de mercadeo; el aprendizaje basado en problemas, el método de casos, conferencias, video-conferencias, talleres técnicos para negociaciones, entre otros, actividades que se contemplan en el documento de condiciones mínimas de calidad del Programa con el cual se obtuvo el correspondiente Registro Calificado;

ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN: Las Electivas de Profundización se deben cursar por los estudiantes del Programa de Mercadeo en los semestres VIII y IX para lo cual el estudiante seleccionará de aquellas que sean propuestas por el Programa, en cada período académico. Las electivas contemplan las siguientes características académicas:

SEM.	ELECTIVAS	I.H.S	PROGRAMA	A.D	T.I	CRED.
VIII	Electiva de Profundización I	4	Mercadeo	4	5	3
IX	Electiva de Profundización II	4	Mercadeo	4	5	3
	Total	8				6

La codificación de las Electivas de Profundización se realizará ante OCARA, una vez sea habilitada la Electiva por matrícula de Estudiantes en el semestre respectivo, para ello se seguirá la norma y procedimiento de matrícula de Electivas establecida por la Universidad de Nariño.

ELECTIVAS DE COMPLEMENTACIÓN: Las dos (2) Electivas de Complementación, deben ser cursadas por los estudiantes durante la carrera a partir del VI semestre y serán seleccionadas por los estudiantes de aquellas que sean propuestas, para el respectivo periodo académico, por el Programa o de aquellas propuestas por otros Programas de la Universidad, siguiendo para estos casos el procedimiento establecido por la Institución:

ELECTIVAS	I.H.S	Programa	A.D	T.I	CRED.
Electiva de Complementación I	4	Mercadeo	4	2	2
Electiva de Complementación II	4	Mercadeo	4	2	2
Total	8				4

La codificación de las Electivas de Complementación se realizará ante OCARA, una vez sea habilitada la Electiva por matrícula de Estudiantes en el semestre respectivo, para ello se seguirá la norma y procedimiento de matrícula de Electivas establecida por la Universidad de Nariño.

PRACTICA INVESTIGATIVA: Se contempla para el registro académico CINCO (5) Créditos para la Práctica Investigativa que deberán cursar los estudiantes del III Semestre al VI Semestre, en cualquiera de los grupos de Investigación de la Universidad adscritos al Sistema de Investigaciones de la Universidad de Nariño o en cualquier grupo de Investigación de la Universidad de Nariño adscritos a COLCIENCIAS, la cual también es prerrequisito para la asignatura de Seminario de Trabajo de grado del VII Semestre.

FORMACION HUMANISTICA Y COMPETENCIAS BASICAS: El estudiante debe cursar y aprobar durante su carrera el siguiente registro académico en Formación Humanista y Competencias Básicas:

Humanística y Competencias Básicas	CRÉDITOS	
Lenguaje y herramientas informáticas	2	Competencia Básica
Formación humanística	8	
Lectura y producción de textos I y II	2	Competencia Básica
Total Créditos:	12	

ÉTICA Y COMPROMISO SOCIAL: Los estudiantes deberán desarrollar entre el V y el IX semestre de su carrera CUATRO (4) CREDITOS ACADÉMICOS en Ética y Compromiso Social. El Programa coordinará las actividades correspondientes para el cumplimiento de este requisito académico.

El estudiante de MERCADEO, debe cursar y aprobar un total de 165 créditos.

COMUNIQUESE Y CUMPLASE.

Dado en San Juan de Pasto a los 11 días del mes de octubre de 2011.



GERMAN ARTEAGA MENESES
Presidente (e)



FERNANDO GUERRERO FARÍNANGO
Secretario General

**CODIFICACION DE ASIGNATURAS
PLAN DE ESTUDIOS
PROGRAMA MERCADEO - SEDE PASTO**

Código	I Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
3213	Fundamentos de Mercadeo	4		4	4	3
251	Cálculo Diferencial e Integral	4		4	5	3
222	Contabilidad General	4		4	2	2
139	Administración	4		4	2	2
8501	Psicología del Comportamiento	4		4	2	2
	Total	20				12

Código	II Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
8502	Mercadeo Estratégico	4	Fundamentos de Mercadeo	4	4	3
5301	Comportamiento del Consumidor	4	Psicología del Comportamiento	4	2	2
1878	Álgebra de Matrices y Programación Lineal	4	Cálculo Diferencial e Integral	4	5	3
5038	Teoría de la Investigación	4		4	4	3
449	Microeconomía I	4		4	5	3
	Total	20				14

Código	III Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
106	Metodología de la Investigación	4	Teoría de la Investigación	4	4	3
8503	Gerencia del Producto	4		4	4	3
8504	Laboratorio del Consumidor	4	Comportamiento del Consumidor	4	4	3
8506	Mercadeo de Servicios	4		4	4	3
455	Microeconomía II	4	Microeconomía I	4	5	3
	Total	20				15

Código	IV Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
1347	Macroeconomía	4		4	5	3
359	Estadística I	4		4	5	3
8507	Gerencia de Precio	4		4	4	3
8508	Empaques y Embalajes	4		4	4	3
8509	Mercadeo Electrónico	4		4	5	3
	Total	20				15

Código	V Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
185	Economía Colombiana	4		4	5	3
5951	Mix de Comunicación	4	Fundamentos de Mercadeo	4	4	3
452	Estadística II	4	Estadística I	4	5	3
8510	Investigación de Mercados I	4		4	4	3
2892	Green Marketing	4		4	2	2
	Total	20				14

Código	VI Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
8511	Empresarismo e Idea de Negocios	4		4	2	2
1319	Matemáticas Financieras	4		4	5	3
8512	Publicidad	4	Mix de Comunicación	4	4	3
8513	Investigación de Mercados II	4	Investigación de Mercados I	4	4	3
8514	Mercadeo Promocional y de Merchandising	4	Mix de Comunicación	4	4	3
	Total	20				14

Código	VII Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
8515	Investigación de Mercados III	4	Investigación de Mercados II	4	4	3
6868	Legislación Comercial	4		4	5	3
8516	Gerencia de Distribución y Logística	4		4	4	3
2785	Mercadeo Internacional I	4		4	4	3

1497	Formulación y Evaluación de Proyectos	4	Matemáticas Financieras	4	4	3
	Total	20				15

Código	VIII Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
8517	Integración Económica y Negocios Internacionales	4		4	4	3
8518	Plan Estratégico de Mercadeo	4	Mercadeo Estratégico	4	4	3
5139	Seminario de Trabajo de Grado	4	Metodología de la Investigación	4	4	3
2789	Mercadeo Internacional II	4	Mercadeo Internacional I	4	4	3
	Total	16				12

Código	IX Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
3412	Gerencia de Ventas	4	Plan Estratégico de Mercadeo	4	4	3
8519	Gerencia de Marca	4	Gerencia de Producto	4	4	3
8520	Logística Comercial Internacional	4		4	4	3
372	Ética Profesional	4		4	2	2
	Total	16				11

Código	X Semestre	I.H.S	Prerrequisitos	A.D	T.I	CRED.
8297	Práctica Profesional	20	Paz y Salvo Académico hasta Noveno Semestre	0.5		12
	Total	20				12

NIVEL DE EFICIENCIA EN INGLES: Se constituye en un requisito indispensable para obtener el Título Profesional en MERCADEO, para lo cual los estudiantes deberán aprobar el examen de Eficiencia en Ingles aplicado por el Centro de Idiomas de la Universidad de Nariño.

Como requisito para la titulación, todo estudiante del Programa deberá presentar, sin excepción alguna, el EXAMEN de EFICIENCIA en INGLES, aplicado por el Centro de Idiomas de la Universidad de Nariño. Los estudiantes que adquieren la eficiencia en ingles certificada por una Institución distinta a la Universidad de Nariño o que hayan adquirido el conocimiento y dominio del idioma Ingles por otras circunstancias, deben obligatoriamente presentar y aprobar el Examen de Eficiencia en Ingles aplicado por el Centro de Idiomas de la Universidad de Nariño.

La Universidad de Nariño, a través de su Centro de Idiomas, ofrecerá los niveles de Ingles necesarios para presentar el Examen de Eficiencia en Ingles a aquellos estudiantes del Programa que así lo requieran. Para estos casos el Centro de Idiomas, establecerá el procedimiento a seguir y los cronogramas en los respectivos periodos académicos. De igual manera, el Centro de Idiomas fomentará estrategias pedagógicas en los distintos niveles como dinámicas grupales para representar a través de dramatizados casos referentes a las actividades de mercadeo; el aprendizaje basado en problemas, el método de casos, conferencias, video-conferencias, talleres técnicos para negociaciones, entre otros, actividades que se contemplan en el documento de condiciones mínimas de calidad del Programa con el cual se obtuvo el correspondiente Registro Calificado.

ELECTIVAS DE PROFUNDIZACIÓN: Las Electivas de Profundización se deben cursar por los estudiantes del Programa de Mercadeo en los semestres VIII y IX para lo cual el estudiante seleccionará de aquellas que sean propuestas por el Programa, en cada período académico. Las electivas contemplan las siguientes características académicas:

SEM.	ELECTIVAS	I.H.S	PROGRAMA	A.D	T.I	CRED.
VIII	Electiva de Profundización I	4	Mercadeo	4	5	3
IX	Electiva de Profundización II	4	Mercadeo	4	5	3
	Total	8				6

La codificación de las Electivas de Profundización se realizará ante OCARA, una vez sea habilitada la Electiva por matrícula de Estudiantes en el semestre respectivo, para ello se seguirá la norma y procedimiento de matrícula de Electivas establecida por la Universidad de Nariño.

ELECTIVAS DE COMPLEMENTACIÓN: Las dos (2) Electivas de Complementación, deben ser cursadas por los estudiantes durante la carrera a partir del VI semestre y serán seleccionadas por los estudiantes de aquellas que sean propuestas, para el respectivo periodo académico, por el Programa o de aquellas propuestas por otros Programas de la Universidad, siguiendo para estos casos el procedimiento establecido por la Institución:

ELECTIVAS	I.H.S	Programa	A.D	T.I	CRED.
Electiva de Complementación I	4	Mercadeo	4	2	2
Electiva de Complementación II	4	Mercadeo	4	2	2
Total	8				4

La codificación de las Electivas de Complementación se realizará ante OCARA, una vez sea habilitada la Electiva por matrícula de Estudiantes en el semestre respectivo, para ello se seguirá la norma y procedimiento de matrícula de Electivas establecida por la Universidad de Nariño.

PRACTICA INVESTIGATIVA: Se contempla para el registro académico CINCO (5) Créditos para la Práctica Investigativa que deberán cursar los estudiantes del III Semestre al VI Semestre, en cualquiera de los grupos de Investigación de la Universidad adscritos al Sistema de Investigaciones de la Universidad de Nariño o en cualquier grupo de Investigación de la Universidad de Nariño adscritos a COLCIENCIAS, la cual también es prerrequisito para la asignatura de Seminario de Trabajo de grado del VII Semestre.

FORMACION HUMANISTICA Y COMPETENCIAS BASICAS: El estudiante debe cursar y aprobar durante su carrera el siguiente registro académico en Formación Humanista y Competencias Básicas:

Humanística y Competencias Básicas	CRÉDITOS	
Lenguaje y herramientas informáticas	2	Competencia Básica
Formación humanística	8	
Lectura y producción de textos I y II	2	Competencia Básica
Total Créditos:	12	

ÉTICA Y COMPROMISO SOCIAL: Los estudiantes deberán desarrollar entre el V y el IX semestre de su carrera CUATRO (4) CREDITOS ACADÉMICOS en Ética y Compromiso Social. El Programa coordinará las actividades correspondientes para el cumplimiento de este requisito académico.

El estudiante de MERCADEO, debe cursar y aprobar un total de 165 créditos.