



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

ACUERDO ACADÉMICO N° 011 DE 2012

(Julio 24)

Por el cual se define el Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo para los estudiantes que ingresen a la Universidad a partir del Segundo Período Académico del año 2012.

EL CONSEJO ACADÉMICO

En uso de sus atribuciones legales y reglamentarias, especialmente las conferidas por la Ley 30 de 1992 y el Acuerdo 004 de 2009, y

CONSIDERANDO

Que el Acuerdo Superior N° 007 del 17 de abril de 2002 establece la organización y estructura curricular de los programas académicos de pregrado de la Universidad de los Llanos.

Que el Acuerdo Superior N° 004 de 2003 reglamenta la aplicación del crédito académico en el desarrollo de los cursos de los programas curriculares profesionales de la Universidad de los Llanos y el Acuerdo Académico N° 004 de 2006 define los Cursos Iniciales de Formación establecidos por el Acuerdo Superior N° 007 de 2002.

Que el Acuerdo Académico N° 007 de 2007 establece el Plan de Estudios del Programa de Mercadeo.

Que el Comité de Programa de Mercadeo en las sesiones N° 021 del 8 de Septiembre de 2011, N° 022 del 17 de Septiembre de 2011 y N° 023 del 20 de Septiembre de 2011, realizó ajuste al Plan de Estudios para el Programa Profesional de Mercadeo, el cual se presentó al Consejo de Facultad de Ciencias Económicas para su respectivo aval.

Que el Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas en la sesión N° 026 de septiembre 08 de 2011, avaló los ajustes correspondientes al Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo y remitió dicha propuesta al Consejo Académico para su aprobación.

Que mediante la Resolución Académica N°084 del año 2011 se otorgó aval al proceso de Autoevaluación y Documento de Condiciones de Calidad del Programa de Mercadeo con fines de Renovación de Registro Calificado y en su artículo 2 aprobó los ajustes al plan de Estudios del Programa de Mercadeo, en el sentido de disminuir la duración a nueve semestres, acorde con las necesidades del programa y conservando el número actual de 148 créditos académicos.

Que el Ministerio de Educación Nacional, mediante Resolución N° 12409 del 29 de diciembre de 2011, renovó el Registro Calificado al programa de Mercadeo por un término de siete (7) años, con 148 créditos.

Que el Consejo de Facultad en sesión N° 018 de Junio 06 del 2012, dio el aval al proyecto de Acuerdo Académico mediante el cual se define el Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo para los estudiantes que ingresen a partir del segundo período académico del 2012.



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

ACUERDO ACADÉMICO N° 011 DE 2012

(Julio 24)

Por el cual se define el Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo para los estudiantes que ingresen a la Universidad a partir del Segundo Período Académico del año 2012.

2

Que el Consejo Académico en las sesiones ordinarias N° 017 de 2012 y N° 019 de 2012, analizó la propuesta de ajuste al Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo para los estudiantes que ingresen a la Universidad a partir del Segundo Período Académico de 2012.

Que en mérito de lo expuesto,

ACUERDA

ARTICULO 1. DEFINIR la organización del Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo, así:

PRIMER SEMESTRE

Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Matemáticas	T	f	Ba	4	Ninguno
Procesos Comunicativos	T	f	Ba	2	Ninguno
Principios de Mercadeo	T	e	Ps	3	Ninguno
Fundamentos de Administración	T	f	Ps	3	Ninguno
Antropología	T	f	Co	2	Ninguno
Psicología	T	f	Co	2	Ninguno

SEGUNDO SEMESTRE

Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Estadística I	T	f	Ba	4	Matemáticas
Contabilidad Empresarial	T	f	Ps	3	Ninguno
Estrategias de Producto	TP	e	Ps	3	Principios de Mercadeo
Microeconomía	T	f	Ba	3	Matemáticas
Sociología	T	f	Co	2	Ninguno
Pensamiento Lógico Matemático	T	f	Ba	2	Ninguno

TERCER SEMESTRE

Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Estadística II	T	f	Ba	4	Estadística I
Costos y Presupuesto	T	f	Ps	4	Contabilidad Empresarial
Comportamiento del Consumidor	TP	e	Ps	4	Psicología
Macroeconomía	T	f	Ba	3	Microeconomía
Cátedra Democracia y paz	T	f	Co	2	Ninguno

44



Por el cual se define el Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo para los estudiantes que ingresen a la Universidad a partir del Segundo Período Académico del año 2012.

3

CUARTO SEMESTRE

Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Investigación Cuantitativa de Mercados	TP	e	Ps	4	Estadística II
Matemáticas Financieras	T	f	Ps	3	Matemáticas
Estrategia de Precio	TP	e	Ps	3	Microeconomía. Costos y Presupuestos
Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Cátedra Orinoquia	T	f	Co	2	Ninguno
Ciencia, Tecnología y Desarrollo	T	f	Co	2	Ninguno
Electiva I	T	f	Co	2	Ninguno

QUINTO SEMESTRE

Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Investigación Cualitativa de Mercados	TP	e	Ps	4	Comportamiento del Consumidor
Análisis Financiero	T	f	Ps	3	Costos y Presupuesto
Distribución y Logística	TP	e	Ps	4	Estrategia de Precio
Entornos Globales	T	e	Ps	3	Macroeconomía
Metodología de la Investigación	T	f	Ba	3	Ninguno

SEXTO SEMESTRE

Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Mercadeo de Servicios	TP	e	Ps	3	Investigación Cuantitativa de Mercados. Investigación Cualitativa de Mercados
Mercadeo Agroindustrial	TP	e	Ps	3	Investigación Cuantitativa de Mercados. Investigación Cualitativa de Mercados
Mercadeo Internacional	TP	e	Ps	3	Entornos Globales
Publicidad	TP	e	Ps	3	Estrategia de Precio
Planeación Estratégica de Marketing	TP	e	Ps	3	Investigación Cuantitativa de Mercados. Investigación Cualitativa de Mercados
Ética	T	f	Co	2	Ninguno

LP



Por el cual se define el Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo para los estudiantes que ingresen a la Universidad a partir del Segundo Período Académico del año 2012.

4

SEPTIMO SEMESTRE

Curso	Tipo	ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Merchandising y Promoción de Venta	TP	e	Ps	4	Distribución y Logística
Relaciones Publicas y Organización de Eventos	TP	e	Ps	4	Publicidad
Curso de Profundización I	TP	e	Pz	3	Metodología de la Investigación
Curso	Tipo	ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Gestión de la Calidad	TP	e	Ps	3	Planeación Estratégica de Márketing
Electiva II	TP	e	Ps	3	Ninguno

OCTAVO SEMESTRE

Curso	Tipo	ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Márketing Electrónico	TP	e	Ps	3	Publicidad
Derecho Empresarial	T	e	Ps	3	Democracia y paz
Curso de Profundización II	TP	e	Pz	3	Curso de Profundización I
Formulación y Evaluación de Proyectos	TP	e	Ps	4	Análisis Financiero
Electiva III	TP	e	Ps	3	Ninguno

NOVENO SEMESTRE

Curso	Tipo	Ciclo	Área	Créditos	Requisitos
Gerencia Comercial	TP	e	Ps	3	Formulación y Evaluación de Proyectos
Servicio al Cliente	TP	e	Ps	3	Mercadeo de Servicios
Curso de Profundización III	TP	e	Pz	3	Curso de Profundización II
Márketing Social	TP	e	Ps	3	Cátedra Orinoquia. Ética
Gerencia Estratégica de Márketing	TP	e	Ps	3	Planeación Estratégica de Márketing

Convenciones

Tipo:	Teórico = T	Teórico-Práctico = TP	Práctico = P
-------	-------------	-----------------------	--------------

44



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

ACUERDO ACADÉMICO N° 011 DE 2012
(Julio 24)

Por el cual se define el Plan de Estudios del Programa Profesional de Mercadeo para los estudiantes que ingresen a la Universidad a partir del Segundo Período Académico del año 2012.

5

Ciclos:	Fundamentación = f	Específico = e	
Áreas de Formación:	Básica = Ba	Profesional = Ps	
	Profundización = Pz	Complementarios = Co	

TOTAL CRÉDITOS: 148

ARTICULO 2. DEFINIR que los estudiantes del Programa de Mercadeo cumplan los siguientes requisitos del Plan de Estudio:

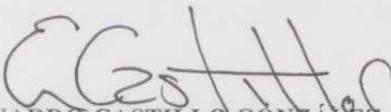
1. Acreditar el dominio de una lengua extranjera de conformidad con el nivel de suficiencia establecido mediante el Acuerdo Superior N°007 de 2010 o la norma que lo remplace.
2. Acreditar, mediante constancia expedida por el Director de Programa, el desarrollo satisfactorio de una OPCIÓN DE GRADO, de conformidad con lo establecido en el Acuerdo Académico N° 002 de 2006.

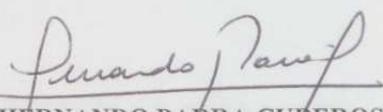
ARTICULO 3. ESTABLECER que a partir de la vigencia del presente Acuerdo, el Comité de Programa respectivo con el apoyo de la Vicerrectoría Académica, debe señalar las equivalencias y homologaciones a que hubiere lugar entre los cursos correspondientes a planes de estudios anteriores y los cursos del plan de estudio definidos por la presente norma, teniendo en cuenta los propósitos, contenidos programáticos, las competencias y el número de créditos o su equivalente en horas.

ARTICULO 4. SEÑALAR que el presente Acuerdo Académico rige para los estudiantes que ingresan al Programa de Mercadeo a partir del Segundo Período Académico de 2012 y para los estudiantes a quienes se les autorice el cambio de plan correspondiente.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Villavicencio a los 24 días del mes de Julio de 2012.


EDUARDO CASTILLO GONZÁLEZ
Presidente


HERNANDO PARRA CUBEROS
Secretario

Proyecto: Blanca Iris Pinilla M.
Revisó: E Castillo/ Gloria H
Primer debate: Sesión Consejo Académico N° 017 del 10 de Julio de 2012
Segundo debate: Sesión Consejo Académico N° 019 de 24 de Julio de 2012