

CONSEJO ACADEMICO DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN

ACUERDO 14

de 25 de julio de 2006

ACTA NÚMERO 1.311

sesión extraordinaria

Por el cual se modifica el acuerdo 43 de 1997 que crea el programa de **Especialización en Mercadeo Gerencial**, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

El CONSEJO ACADEMICO DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN, en ejercicio de sus atribuciones estatutarias y de lo preceptuado en el artículo 28 de la ley 30 del 28 de diciembre de 1992, y

CONSIDERANDO:

Que de acuerdo con la ley 30 del 28 de diciembre de 1992, que regula la educación superior, los programas de formación universitaria deben tener un carácter científico, preparar para el cultivo del intelecto y para el ejercicio académico.

Que en tiempo de cambios y complejidad de los mercados, se reconoce que el Mercadeo facilita el proceso de toma de decisiones de la gerencia en el ambiente organizacional, de donde se derivan ventajas competitivas sostenibles.

Que en una economía basada en el conocimiento, el Mercadeo se constituye en un elemento crítico de la estrategia de negocios, permitiendo a las organizaciones aprovechar los nuevos retos y oportunidades en un mercado global.

Que de conformidad con el modelo pedagógico de la Universidad de Medellín y el decreto 1001 de 2006, es necesario modificar el plan de formación del programa de Especialización en Mercadeo Gerencial, ajustando el trabajo académico en créditos, previendo la actividad de docencia directa y la actividad independiente del estudiante, que privilegie la formación autónoma.

ACUERDA:

Artículo primero. Modificar el plan de estudios de la **Especialización en Mercadeo Gerencial** adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas conducente al título de **Especialista en Mercadeo Gerencial**.

Artículo segundo. El artículo tercero del acuerdo 43 de 1997 quedará así: El plan de estudios del programa de Especialización en Mercadeo Gerencial y la distribución del trabajo académico será el que sigue:

COPIA NO VIGENTE
MODIFICADO EL PLAN DE ESTUDIOS MEDIANTE EL ACUERDO #39 DE OCTUBRE 29 DE 2012

NIVEL I

ASIGNATURA	CRÉDITOS
Gestión gerencial y principios administrativos	2
Fundamentos de mercadeo	1
Liderazgo y creatividad	2
Mezcla de mercado	3
Comportamiento del consumidor y comprador	2
Investigación de mercados	2
Sistemas de información de mercadeo	1
Seminario de investigación I	1
Total	14

NIVEL II

ASIGNATURA	CRÉDITOS
Gerencia del servicio	2
Gerencia y estrategia de ventas	2
Mercadeo electrónico	1
Mercadeo internacional	2
Finanzas y mercadeo	2
Legislación comercial	1
Plan de mercadeo	2
Seminario de investigación II	2
Total	14

TOTAL CRÉDITOS

28

Artículo tercero. Requisitos. Las asignaturas del segundo nivel, tienen como requisito las del primero.

Artículo cuarto. El artículo cuarto del acuerdo 43 de 1997 quedará así: Las asignaturas Seminario de investigación I y Seminario de investigación II, estarán orientadas para el desarrollo de un proyecto que será presentado como trabajo de grado, con las asesorías metodológica y temática respectivas, el cual es requisito para optar al título.

Artículo quinto. El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Comuníquese y cúmplase.

Dado en Medellín en la sala de sesiones de la Rectoría, a los veinticinco (25) días del mes de julio del año dos mil seis (2006).


NÉSTOR HINCAPIÉ VARGAS
 Presidente


LUCAS CADAVID ARANGO
 Subsecretario General