



UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN

CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN

ACUERDO 39

de 28 de noviembre de 2016

ACTA 1.554

Por el cual se modifica el Programa de Maestría en Mercadeo, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN, en ejercicio de sus atribuciones estatutarias y,

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con los fines y objetivos de la educación superior establecidos en la Constitución Política de Colombia, en la Ley 30 de 1992 y en el Decreto 1075 de 2015 y demás normas aplicables, los planes de formación deben responder a la internacionalización del conocimiento, a las necesidades investigativas y a la solución de los problemas sociales;

Que la Universidad de Medellín adelanta un trabajo interdisciplinario y permanente orientado a la renovación curricular de los diversos programas de posgrado, como un mecanismo de actualización que responde a la necesidad de ofrecer programas de alta calidad;

Que el Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, previo estudio del Comité Central del Currículo, considera oportuno que los módulos electivos del programa se adelanten durante el cuarto nivel, para facilitar su oferta con otros programas de posgrado.

Que la presente modificación pretende disminuir a tres módulos, uno en cada nivel para el Seminario de Investigación, y crear así, un modelo de matrícula obligatorio, denominado Investigación de Mercados y otro electivo.

ACUERDA:

Artículo 1. Objeto. Modificar el programa de Maestría en Mercadeo, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, conducente al título de Magíster en Mercadeo.

Artículo 2. Plan de formación. El plan de formación de la Maestría de Mercadeo, está organizado en seminarios de fundamentación, seminarios de investigación y seminarios complementarios, distribuidos así:



UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

NIVEL I				
Módulos o Seminarios	Créditos	Horas presenciales	Horas trabajo independiente	Total horas
*Comportamiento y Psicología del Consumidor	3	36	108	144
*Mercadeo Internacional	3	36	108	144
*Gerencia de Ventas y Negociación	3	36	108	144
*Investigación de Mercados	2	24	72	96
Total créditos	11			

NIVEL II				
Módulos o Seminarios	Créditos	Horas presenciales	Horas trabajo independiente	Total horas
*Gestión de Marca	3	36	108	144
Geopolítica Mundial	3	36	108	144
Investigación I	2	24	72	96
*Plan de Mercadeo	3	36	108	144
Total créditos	11			

NIVEL III				
Módulos o Seminarios	Créditos	Horas presenciales	Horas trabajo independiente	Horas totales
Marketing Social	3	36	108	144
Investigación II	2	24	72	96
Gerencia de Mercadeo	3	36	108	144
Gerencia Financiera	3	36	108	144
Gerencia Logística	3	36	108	144
Total créditos	14			

NIVEL IV				
Módulos o Seminarios	Créditos	Horas presenciales	Horas trabajo independiente	Total horas
Investigación III	4	48	96	144
*Electiva I	2	24	72	96
Electiva II	2	24	72	96
Electiva III	2	24	72	96
Electiva IV	2	24	72	96
Total créditos	12			

*Módulos o seminarios reconocidos para egresados del Programa de Especialización en Mercadeo Gerencial.

Parágrafo. Los seminarios electivos, podrán ser ofrecidos por la Coordinación del programa, o por otros programas de posgrados de la Universidad, con el fin de estimular los principios de flexibilidad orientados a complementar su formación de Maestría y apoyar el desarrollo de su trabajo de grado.

Artículo 3. Estructura del plan de formación. El plan de formación del programa se estructura en tres unidades de organización curricular (UOC): Mercadeo, Gerencia e Investigación. Los módulos por cada UOC se distribuyen de la siguiente manera:



UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

UOC MERCADEO

Módulos o Seminarios	Créditos
Geopolítica Mundial	3
Marketing Social	3
*Comportamiento y Psicología del Consumidor	3
*Gestión de Marca	3
*Plan de Mercadeo	3
*Investigación de Mercados	2
*Mercadeo Internacional	3
*Electiva I	2
Electiva II	2
Electiva III	2
Electiva IV	2
Total	28

UOC GERENCIA

Módulos o Seminarios	Créditos
*Gerencia de Ventas y Negociación	3
Gerencia Financiera	3
Gerencia Logística	3
Gerencia de Mercadeo	3
Total	12

UOC INVESTIGACIÓN

Módulos o Seminarios	Créditos
Investigación I	2
Investigación II	2
Investigación III	4
Total	8

Artículo 4. Requisitos para optar al título. Para optar al título de Magíster en Mercadeo, el aspirante deberá haber completado la totalidad de créditos del plan de formación, acreditado el conocimiento de una lengua extranjera en los términos definidos por la Institución y aprobar el trabajo de grado.



UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

PLAN DE FORMACIÓN 1		PLAN DE FORMACIÓN 2	
Módulos o Seminarios	Créditos	Módulos o Seminarios	Créditos
Geopolítica Mundial	3	Geopolítica Mundial	3
Marketing Social	2	Marketing Social	3
Comportamiento y Psicología del Consumidor	3	Comportamiento y Psicología del Consumidor	3
Electiva 1: Producto / Precio, Marketing de Servicios	3	Electiva II	2
Electiva 3: Legislación Comercial, Neurociencias Aplicadas al Mercadeo	3	Electiva III	2
		ELECTIVA IV	2
Gestión de Marca	2	Gestión de Marca	3
Electiva 2: Comunicación Integrada de Mercadeo, Mercadeo Electrónico	2	Electiva I	2
Mercadeo Internacional	3	Mercadeo Internacional	3
Plan de Mercadeo	3	Plan de Mercadeo	3
Gerencia de Ventas y Negociación	3	Gerencia de Ventas y Negociación	3
Gerencia Financiera	3	Gerencia Financiera	3
Gerencia Logística	3	Gerencia Logística	3
Gerencia de Mercadeo	3	Gerencia de Mercadeo	3
Investigación I	2	Investigación de Mercados	2
Investigación II	2	Investigación I	2
Investigación III	2	Investigación II	2
Investigación IV	6	Investigación III	4

Artículo 5. Plan de transición. Los módulos o seminarios del plan de formación 1 tienen una equivalencia en el plan de formación 2, tal como se indica a continuación.

Artículo 6. Título que se otorga. Cumplidos los requisitos exigidos, la institución otorgará el título de Magíster en Mercadeo.

Artículo 7. Vigencia. El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición y deroga el Acuerdo 20 de 27 de julio de 2010.

Comuníquese y cúmplase

Dado en Medellín, en la sala de sesiones de la Rectoría, a los veintiocho (28) días del mes de noviembre de dos mil dieciséis (2016).


NÉSTOR HINCAPIÉ VARGAS
Presidente


JUAN FELIPE HERNÁNDEZ GIRALDO
Subsecretario General

Miriam O.