UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
CONSEJO ACADÉMICO
RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 111 DE 2020
(noviembre 10)

"Por la cual se aprueban líneas y cursos del área de profundización del programa de grado de Mercadeo"

EL CONSEJO ACADÉMICO

En uso de sus atribuciones legales y reglamentarias, especialmente las conferidas por la Ley 30 de 1992, el Acuerdo Superior Nº 026 de 2000, el Acuerdo Superior Nº 004 de 2009, y

CONSIDERANDO

Que el Acuerdo Superior No. 026 de 2000 - Proyecto Educativo Institucional-, en el numera 5.2 señala que los grupos de investigación son para los estudiantes "*espacios abiertos de formación permanente en la investigación junto a sus profesores*" y, así mismo, que las Líneas de Profundización de los planes de estudio están "*asociados a programas o proyectos de investigación de los docentes responsables de la línea*".

Que el Acuerdo Superior No. 026 de 2000 en el Artículo 5.2.2.5 define las líneas de profundización:

> *(…)*
> *Líneas de Profundización. Una Línea de Profundización está constituida por una o más asignaturas electivas de naturaleza teórica y práctica asociadas a programas o proyectos de investigación de los docentes responsables de la línea, 38 las cuales hacen parte del Plan de Estudios de cada programa, claramente definidas en cuanto a sus objetivos y contenidos programáticos.*
> *(…)*

Que el Acuerdo Académico Nº 003 de 2011, establece los criterios para definir e impartir las líneas y los cursos que hacen parte del Área de Profundización de los programas de grado de la Universidad de los Llanos. El Artículo 2 de éste Acuerdo Académico establece que las líneas de profundización serán aprobadas mediante Resolución Académica, teniendo en cuenta el plan de estudios vigente.

Que el Acuerdo Superior N° 014 de 2015, establece los lineamientos pedagógicos y curriculares de los programas de grado, los modelos de formación, redes de conocimiento, modelos pedagógicos, y el plan formativo de programa, entre otros aspectos.

Que mediante Acuerdo Académico N° 011 de 2012, se define el plan de estudios del programa profesional de Mercadeo de la Universidad de los Llanos.

Que el Comité Curricular del Programa de grado de Mercadeo presentó ante la Dirección Curricular las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización.

Que el Consejo de Facultad de Ciencias Economía en sesión ordinaria N° 045 del 28 de octubre de 2020, analizó y dio aval a las líneas de profundización de los programas de la Facultad.

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
CONSEJO ACADÉMICO
RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 111 DE 2020
(noviembre 10)

"Por la cual se aprueban líneas y cursos del área de profundización del programa de grado de Mercadeo"

Que el Consejo Académico en desarrollo de la Sesión Extraordinaria Nº 045 del 10 de noviembre de 2020, estudió las líneas y los cursos y contenidos que hacen parte del área de profundización del programa de grado Mercadeo, programa adscrito a la Escuela de Administración y Negocios de la Facultad de Ciencias Económicas.

Que, en mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. APROBAR las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización del programa Mercadeo, según la siguiente descripción:

Línea de profundización No. 1		**Marketing en Agronegocios**						
Objetivo del curso	**Nombre del Curso**	**No. de Crédito**	**Profesores Responsables del Área**	**Línea de Investigación Relacionada**	**Grupos de Investigación Vigentes Relacionados**	**Semilleros de investigación vigentes relacionados**	**Cursos de posgrados relacionados**	**Producto esperado**
Fortalecer la formación del estudiante en e proceso de investigación, para el desempeño de las acciones en el Marketing en los agro negocios	Marketing en agro negocios del sector primario	3	Martha Lucia Vargas Bacci, Luz Mery Barrera Rojas, Héctor Ismael Rojas Hernández	* Crecimiento y Desarrollo Socioeconómico * Marketing en las Mpymes	Territorio y Ambiente		Gestión de Mercados - Esp Gestión de Proyectos	* Informe de pasantía * Artículos para presentar en revistas académicas * Participación con ponencias, poster en eventos académicos * informes de las visitas empresariales realizadas * Proyectos de aula.
	Marketing en agro negocios de valor agroindustrial	3						
	Marketing en agro negocios del sector terciario	3						

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
CONSEJO ACADÉMICO
RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 111 DE 2020
(noviembre 10)

"Por la cual se aprueban líneas y cursos del área de profundización del programa de grado de Mercadeo"

Línea de profundización No. 2		**Marketing y Gestión de Servicios**						
Objetivo del curso	**Nombre del Curso**	**No. de Credito**	**Profesores Responsables del Área**	**Línea de Investigación Relacionada**	**Grupos de Investigación Vigentes Relacionados**	**Semilleros de investigación vigentes relacionados**	**Cursos de posgrados relacionados**	**Producto esperado**
Analizar las tendencias del+A10:I14 conocimiento del mercadeo de servicios y la importancia del desarrollo de estos productos en la economía regional, nacional y mundial, que conduzcan a la academia a abrir espacios de reflexión e investigación para mejorar la competitividad del profesional y de las empresas	Economía de servicios	3	Blanca Iris Pinilla Moreno, Hector Ismael Rojas Hernández y Matilde Elisa Villamil	* Crecimiento y Desarrollo Socioeconomico * Marketing en las Mpymes	Territorio y Ambiente		Gestión de Mercados - Esp Gestión de Proyectos	* Informe de pasantia * Articulos para presentar en revistas académicas * Participación con ponencias, poster en eventos acedémicos * informes de las visitas empresariales realizadas * Proyectos de aula.
	Gestión de la calidad de los servicios orientadas al mercadeo	3						
	Gestión estrategica del mercadeo de servicios	3						

Línea de profundización No. 3		**Diseño y Gestión Publicitaria**						
Objetivo del curso	**Nombre del Curso**	**No. de Crédito**	**Profesores Responsables del Área**	**Línea de Investigación Relacionada**	**Grupos de Investigación Vigentes Relacionados**	**Semilleros de investigación vigentes relacionados**	**Cursos de posgrados relacionados**	**Producto esperado**
Generar en el estudiante criterios de diseño, análisis y evaluación de medios, imagen corporativa e investigación publicitaria, que respondan a las necesidades del contexto.	Diseño Publicitario	3	Matilde Elisa Villamil y Jorge García	* Crecimiento y Desarrollo Socioeconómico * Marketing en las MPymes	Dinámicas de Consumo GyDO		Gestión de Mercados - Esp Gestión de Proyectos Electiva - Especialización en Administración de Negocios	* Informe de pasantía, Trabajos de Grado * Artículos para presentar en revistas académicas * Participación con ponencias, poster en
	Análisis de Medios	3						

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
CONSEJO ACADÉMICO
RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 111 DE 2020
(noviembre 10)

"Por la cual se aprueban líneas y cursos del área de profundización del programa de grado de Mercadeo"

	Gerencia de Publicidad	3						eventos académicos * informes de las visitas empresariales realizadas * Proyectos de aula con Innovación.

Línea de profundización No. 4		**Mercadeo y Negocios Internacionales**						
Objetivo del curso	**Nombre del Curso**	**No. de Crédito**	**Profesores Responsables del Área**	**Línea de Investigación Relacionada**	**Grupos de Investigación Vigentes Relacionados**	**Semilleros de investigación vigentes relacionados**	**Cursos de posgrados relacionados**	**Producto esperado**
Desarrollar una cultura investigativa que permita a la academia brindar espacios de investigación y reflexión, que conduzcan al conocimiento del comportamiento de los mercados Nacionales e internacionales como también la internacionalización de las empresas que conlleven a la formulación de proyectos encaminados a atender dichos mercados.	Pre- Exportación	3	María Cristina Otero y Blanca Iris Pinilla Moreno	Crecimiento y Desarrollo Socioeconómico	Dinámicas de consumo		Gestión de Mercados - Esp Gestión de Proyectos Electiva - Especialización en Administración de Negocios	* Informe de pasantía * Artículos para presentar en revistas académicas * Participación con ponencias, poster en eventos académicos * informes de las visitas empresariales realizadas * Proyectos de aula.
	Proceso Importación y Exportación	3						
	Post - Exportación Evaluación	3						

ARTICULO 2. Vigencia. El presente acto administrativo rige a partir de la fecha de expedición y publicación y estará vigente por el término de dos (2) años.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Villavicencio, a los 10 días del mes de noviembre de 2020.

PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS
Presidente

GIOVANNY QUINTERO REYES
Secretario

Proyectó: BPinilla
Ajustó: JB-SG
Revisó:MLpinzón