



**UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA**

**CONSEJO ACADÉMICO**

**RESOLUCIÓN No. 120**

30 NOV. 2004

POR LA CUAL SE APRUEBA LA CONVERSIÓN A CRÉDITOS DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL PROGRAMA DE POSGRADO ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA EN MERCADOTECNIA, ADSCRITA A LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS, EN LA SEDE CENTRAL DE LA UPTC TUNJA.

**EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA**

En uso de sus atribuciones legales y en especial las conferidas en el literal J del Artículo 27 del Acuerdo No. 120 del 20 de Diciembre de 1.993, y el parágrafo 11 del Acuerdo N° 108 de 20 de Diciembre de 1999,

**CONSIDERANDO :**

Que el Ministerio de Educación Nacional a través del Decreto 2566 estableció el Crédito Académico como mecanismo de evaluación de calidad, transferencia estudiantil y cooperación institucional y ordeno expresar en Créditos Académicos todos los Planes de Estudio de Programas de Especialización en Educación Superior.

Que por Resolución 60 del 25 de noviembre de 2003 el Consejo Académico estableció el Sistema de Créditos Académicos de la UPTC, adopto criterios y definió Áreas.

Que el Programa de Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia fue aprobado por el Consejo Superior mediante Acuerdo No. 069 del 12 de junio de 1992, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Que el Consejo de Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, en su sesión No. 26 del 4 de noviembre de 2004, recomendó ante este organismo académico, la apertura de la Novena Promoción de la Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, con un Plan de Estudios ajustado al Sistema de Créditos Académicos y a las necesidades específicas de la demanda.

Que el Consejo Académico en sesión 35 del 30 de noviembre de 2004, aprobó la Apertura de la Novena Promoción de la Especialización en alta Gerencia en Mercadotecnia con un Plan de Estudios ajustado al Sistema de Créditos Académicos.

Continuación Resolución No. 120

2

En mérito de lo expuesto, el Consejo Académico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia,

**RESUELVE :**

**ARTÍCULO PRIMERO.** – **APROBAR** la Apertura de la Novena promoción de la Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, a realizarse en el Primer semestre de Académico de 2005.


**ARTÍCULO SEGUNDO.** \_ Desarrollar el Plan de Estudios de la Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia en dos ( 2 ) semestres académicos así :

ÁREAS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
FUNDAMENTACION EN MERCADOTECNIA	Introducción a la Mercadotecnia	2
	Innovación y Creatividad en la Mercadotecnia	2
	Modelos Estadísticos para Mercadotecnia	2
	Investigación de Mercados	2
	Comportamiento Psicológico del Consumidor	2
	Estrategia de Producto y Precio	2
	Estrategia de Logística y Distribución	2
MERCADOS AVANZADOS	Mercadotecnia Social	2
	Gerencia Estratégica de Proyectos de Mercadeo	2
	Gerencia de Ventas y Servicio al Cliente	2
	Mercadotecnia Internacional	2
	Alta Gerencia de Mercadotecnia	2
	<b>TOTAL CRÉDITOS</b>	

**ARTÍCULO TERCERO .** – La presente resolución rige a partir de la fecha de su expedición y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

**PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dada en Tunja, a los **30 NOV. 2004**

  
**CARLOS AUGUSTO SALAMANCA ROA**  
 Presidente Consejo Académico

  
**MARÍA CECILIA RODRIGUEZ RUEDA**  
 Secretaria Consejo Académico

Cecilia D.