

## RESOLUCIÓN 26 DE 2014-

( 17 de Septiembre )

POR LA CUAL SE APRUEBA LA REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL PROGRAMA DE MERCADEO AGROINDUSTRIAL DE LA FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA - FESAD

EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y  
TECNOLÓGICA DE COLOMBIA

En uso de sus atribuciones legales y en especial las conferidas por la Ley 30 de 1992 y el Artículo 24 del Acuerdo 066 de 2005 y

### CONSIDERANDO:

Que según la Ley 30 de 1992, las instituciones de Educación Superior son autónomas para ejercer y desarrollar sus programas académicos, teniendo como objetivo prestar a la comunidad un servicio de alta calidad, como resultado de su formación.

Que el Decreto 2566 del 10 de Septiembre de 2003, determina las condiciones de estándares básicos de calidad y de créditos en los programas académicos de Educación Superior.

Que mediante Acuerdo No 098 de fecha 08 de octubre de 1993, el Consejo Superior creó el programa de Mercadotecnia Agroindustrial, con código SNIES N° 2653.

Que mediante Auto del 29 de junio del 2006, el Ministerio de Educación Nacional y la Comisión Nacional Intersectorial de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior – CONACES-, sugirieron que la denominación del Programa MERCADOTECNIA AGROINDUSTRIAL se modificará por la de MERCADEO AGROINDUSTRIAL, a fin de ajustar el nombre a la estructura curricular.

Que el Acuerdo 077 de 2006, modificó el Artículo Primero del Acuerdo 098 del 08 de octubre de 1993, con el sentido de cambiar la denominación del programa a: "Programa Académico de Pregrado en MERCADEO AGROINDUSTRIAL – CICLO PROFESIONAL-, adscrito a la Facultad de Estudios a Distancia".

Que de conformidad con las recomendaciones efectuadas por CONACES del Ministerio de Educación Nacional, se sugirió modificar el Artículo 1°, del Acuerdo No. 077 de 2006, en el sentido de suprimir los términos "Ciclo Profesional", de la denominación del programa de MERCADEO AGROINDUSTRIAL.

Que el Comité de Currículo de la Escuela de Ciencias Agropecuarias y Ambientales, en Sesión 07, del 3 de julio de 2014, recomendó Reestructurar el Plan de Estudios del Programa Académico de Pregrado de Mercadeo Agroindustrial.

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**



Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 2 de 15

Que el Consejo de Facultad, en sesión 14 del 14 de agosto de 2014, estudio y recomendó la Reestructuración del Plan de Estudios del Programa de Mercadeo Agroindustrial, atendiendo las recomendaciones de la sala CONACES.

Que mediante Acuerdo No 035 de fecha 10 de septiembre de 2014, el Consejo Superior modifica el Artículo 1º, del Acuerdo 077 de 2006, teniendo en cuenta las recomendaciones de CONACES en adelante y el programa se denominará: "MERCADERO AGROINDUSTRIAL".

Que el Consejo Académico, en sesión 18 del 17 de septiembre de 2014, aprobó la Reestructuración del Plan de Estudios del Programa Mercadeo Agroindustrial, de la Facultad de Estudios a Distancia, FESAD.

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

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Aprobar la Reestructuración del Plan de Estudios del Programa Mercadeo Agroindustrial de la Facultad de Estudios a Distancia - FESAD.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** El Programa Mercadeo Agroindustrial, se identifica por las siguientes características generales:

Duración del Programa: 10 semestres

Número de Créditos Académicos: 171

Número Total de Asignaturas: 54

Título que otorga: Profesional en Mercadeo Agroindustrial

Jornada: Distancia

Periodicidad de Admisión: Semestral

**ARTÍCULO TERCERO: MISIÓN**

Propender por la formación integral de los futuros profesionales, con valores morales y éticos, con capacidad de apropiarse de los conocimientos necesarios que le proporciona el mundo circundante, que le permita situarse en el área de transformación y comercialización, apropiados para afrontar la constante evolución de un mercado de apertura cada vez más exigente, ligado al desarrollo social y económico del país.

**ARTÍCULO CUARTO: VISIÓN**

Convertirse en un programa de excelencia educativa, en la formación integral de sus educandos, generando liderazgo en el campo empresarial y social, que tenga como resultado mejorar el nivel de vida. Se pretende, generar una cultura de mejoramiento en la comercialización de los productos agropecuarios, otorgándole mayor importancia a la distribución e innovación, orientada hacia el beneficio del consumidor. El Programa se vinculará detectando problemáticas reales con respecto a la vocación de cada localidad y teniendo en cuenta los planes de ordenamiento territorial.

**ARTÍCULO QUINTO: JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA**

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**



Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 3 de 15

La Constitución Política de 1991 consagra la educación como un derecho fundamental y obliga al estado en atender las necesidades formativas de todos los ciudadanos, al menos hasta el noveno grado de escolaridad.

Colombia se enfrenta en la actualidad a un entorno que ha ido evolucionado velozmente, caracterizado por la rapidez con la cual los adelantos técnicos aparecen, se difunden y se vuelven obsoletos, en un contexto de alta competencia en el comercio internacional y un mundo cada vez más globalizado. A medida que los procesos de globalización de las economías se van extendiendo e imponiendo, el cambiante mundo económico y del trabajo pone énfasis en controlar y elevar la calidad de la producción y de las mercancías, lo cual requiere a la vez aumentar la productividad del hombre. Por lo tanto, es indispensable que exista coherencia entre la formación del talento humano y los requerimientos del mercado laboral; el sistema de educación debe responder en sus diferentes niveles y en forma integral a este requerimiento. La educación dinamiza el mercado laboral en la medida en que permite, mediante una estructura ágil y flexible, el desarrollo de las personas de acuerdo con sus intereses y aptitudes y, al mismo tiempo, responde a los cambios y demandas de los diferentes sectores.

Acorde con la misión upetecista, referente a la transformación y desarrollo de la sociedad colombiana, y los componentes dentro de su misión de formación, investigación, formación integral, profesional y ética de sus estudiantes, búsqueda de la excelencia académica, así mismo, edificación del futuro por medio de un proyecto institucional en lo científico, lo técnico, lo social y cultural. Enmarcados en esta filosofía, el proyecto educativo institucional, se propone responder de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país.

Por lo tanto, la importancia del profesional en Mercadeo Agroindustrial que coherentemente de respuesta a dichos factores, promoviendo el desarrollo del aprendizaje, que brinda la posibilidad al estudiante a desarrollar experticia en diferentes acciones y que le permiten una movilidad laboral efectiva.

Por tal razón, el Programa es pertinente con el propósito nacional, en cuanto a educación se refiere, va en relación directa con cada proyecto educativo Institucional de la Universidad, direccionando esfuerzos, en concretar programas de formación que brinden posibilidades de cualificación del talento humano Colombiano, y que busquen efectividad de procesos que se adelantan en el sector. En concordancia con lo anterior el egresado del programa, estará en condiciones de responder en forma pertinente y apropiada, a través del desarrollo de competencias propias de su perfil de formación, que le permitirán un desempeño de manera competitiva en el mundo laboral altamente competitivo.

#### **ARTÍCULO SEXTO: PROPÓSITO DEL PROGRAMA**

Desarrollar programas de nivel profesional, que conduzcan al desarrollo de competencias, que le brinden la posibilidad al estudiante, de proyectarse hacia el futuro, con creatividad y responder de manera pertinente en diferentes contextos del sector.

La Universidad pretende aunar esfuerzos con el fin de hallar puntos de encuentro, entre las necesidades del sector y las ofertas de la academia, abordando temas que les permitan convertirse en socios estratégicos en el diseño, implementación y desarrollo de programas profesionales, propios del sector agroindustrial.

MACROPROCESO: DOCENCIA  
PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES  
PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS  
APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS



Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 4 de 15

Estos programas buscan fortalecer la cadena de valor, logrando mitigar problemas por la informalidad del sector y la falta de interés de las nuevas generaciones por incursionar en temas relacionados con el Mercadeo Agroindustrial.

#### ARTÍCULO SÉPTIMO: OBJETIVOS

**Objetivo General:** Formar un profesional idóneo en el campo del mercadeo agroindustrial en una economía globalizada, orientada a satisfacer las necesidades y deseos de un consumidor cada vez más exigente, ante una competencia creciente en calidad y en servicios.

#### Objetivos Específicos

- Fomentar en el estudiante una reflexión crítica de la realidad, para contribuir como programa al desarrollo armónico del país, dotando a profesionales y egresados de principios éticos y criterios para asumir con responsabilidad su compromiso con la comunidad.
- Ofertar un programa de óptima calidad académica, que responda a las necesidades de la sociedad, orientado al desarrollo social, con una sólida fundamentación científica.
- Incentivar la innovación, creatividad, transparencia, liderazgo y un espíritu emprendedor, en la comunidad educativa.
- Incorporar los avances tecnológicos para que beneficien los procesos académicos, los niveles de investigación y la comprensión de los problemas, que respondan con efectividad.

#### ARTÍCULO OCTAVO: COMPETENCIAS

**COMPETENCIAS BÁSICAS:** Es así como el Programa propiciará, además de las competencias laborales, aquellas necesarias para la formación de un profesional integral, resaltando en cuanto al SABER – SER, el respetar y valorar el trabajo. De modo que esté en capacidad de comprender su modo de actuar, sus valores culturales, y sus costumbres de producción.

Así mismo, podrá argumentar con criterio su postura y su trabajo desarrollado estará en capacidad de observar la realidad de modo crítico y objetivo, reconociendo a su vez, la subjetividad y el papel que ella juega en la toma de decisiones. Igualmente tendrá una visión global, lo que le permitirá proyectar el desarrollo local en un entorno mundial, por lo que también le implicará reconocer e involucrar una visión de sostenibilidad en el desarrollo de su actividad; en cuanto a las relaciones interpersonales, será capaz de promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social, permitiéndole liderar el talento humano de donde quiera que se desenvuelva, para lograr los resultados propuestos. Finalmente, podrá desarrollar una mentalidad emprendedora que contribuya al mejoramiento del nivel y calidad de vida personal y social.

Además, de las competencias argumentativas, interpretativas, propositivas, comunicativas, que son básicas para la formación de profesionales, por tanto, éstas son transversales, a las anteriormente señaladas y en la formación profesional. Para el caso particular, al que se

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**



Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 5 de 15

refiere los contenidos programáticos, están centrados en lo que debe saber hacer, con lo que aprende o debe aprender el estudiante, durante todo el proceso académico.

**COMPETENCIAS GENERALES:** Éstas están relacionadas con las competencias investigativas, pedagógicas y de proyección social, para responder a las necesidades de formación y a los requerimientos que la sociedad exige, haciéndolas evidentes en el diseño y desarrollo de los proyectos de investigación, a través de procesos de formación.

Además por ser un programa de formación, será capaz de:

- Auto gestionar el conocimiento.
- Comunicarse utilizando diversos medios.
- Buscar, clasificar, seleccionar, contrastar y transferir información.
- Trabajar en equipo.
- Utilizar los medios de información y comunicación - TIC como apoyo a la metodología aplicada en el programa.

**COMPETENCIAS PROFESIONALES:** Se promueven en la formación de profesionales, definidas a partir del desempeño comunitario, educativo, y didáctico, derivadas de la investigación, la identificación de necesidades y problemáticas del entorno; que lo hacen competente para:

- En cuanto al SABER - SABER el estudiante obtendrá competencias que le permitirán reconocer los elementos, propiedades y criterios del mercadeo, así como identificar los procesos por los cuales se realiza.
- Conoce y se comunica con un lenguaje técnico, propio de mercadeo y comercialización, de productos de orden agroindustrial.
- Identifica la normativa existente que involucre los productos y los mercados con los cuales trabaja.
- Conoce cuáles son los elementos formales que hacen un producto atractivo, para un mercado específico.
- Maneja las tecnologías de la información que le permitan optimizar su labor.
- Aprende a aprender sobre el sector agropecuario y agroindustrial en un contexto regional, nacional e internacional.
- Diseña, desarrolla y evalúa proyectos de investigación que atiendan a necesidades y problemáticas del entorno social.
- Trabaja en equipo, con sentido solidario y tolerante, resolviendo los problemas y conflictos que se presentan dentro de un marco de respeto y equidad.
- Hace uso eficiente y creativo de las tecnologías de la información y la comunicación, en el contexto de la educación.

#### ARTÍCULO NOVENO: PERFIL PROFESIONAL

Una vez terminados los estudios, el profesional en Mercadeo Agroindustrial estará en capacidad de:

- Entender la estructura y funcionamiento del mercado a nivel global, nacional, regional, local y a nivel de empresa.
- Conocer la dinámica del proceso agroindustrial, como parte integral de la economía.
- Manejar con propiedad la investigación de mercados y relaciones públicas.

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 6 de 15

- Conocer el manejo adecuado de lo relacionado con las políticas del mercadeo, importación y exportación de productos agropecuarios y agroindustriales, teniendo como referencia la innovación permanente y tecnología de punta.
- Planear y desarrollar productos.
- Administrar y organizar la mercadotecnia en términos de planeación del mercado y de las técnicas modernas.
- Evaluar y controlar los procesos inherentes a la mercadotecnia.
- Formular y evaluar proyectos de factibilidad, planes y programas a corto y mediano plazo, acorde con las políticas de desarrollo nacional y/o regional.
- Utilizar diversas herramientas administrativas, financieras y uso de las tecnologías de la información y la comunicación, TIC, optimizando los recursos económicos, materiales y humanos.

**ARTÍCULO DÉCIMO: PERFIL OCUPACIONAL**

El Profesional en Mercadeo Agroindustrial, podrá desempeñarse laboralmente en:

- Administración de empresas rurales, públicas, privadas, cooperativas, de autogestión y organizaciones comunitarias que tengan que ver con la ejecución de labores propias de procesos agroindustriales, desde el recibo y control de materias primas, hasta el mercadeo de productos terminados.
- Liderazgo de procesos de autogestión y producción, gestores de mercadeo y calidad en las empresas, además de ser capacitadores en el área de la agroindustria.

**ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO:** Se establece para el programa Mercadeo Agroindustrial, la siguiente Estructura Curricular y Plan de Estudios: (Se anexa plan de estudios en el formato SIGMA código D-LC-P03-F01).

**ESTRUCTURA CURRICULAR**

(DESCRIPCIÓN POR ÁREAS, ASIGNATURAS, CRÉDITOS)

ÁREA	%	Nombre y código de Asignaturas	Créditos
GENERAL	9,4	Cátedra Universidad y Entorno	3
		Competencias Comunicativas	4
		Socio- humanística I	3
		Socio- humanística II	3
		Ética y Política	3
			<b>16</b>
INTERDISCIPLINAR	33,3	Introducción a la Investigación	3
		Estadística	3
		Economía Solidaria	3
		Salud Ocupacional	3
		Proceso del Pensamiento	3
		Cultura política	3
		Economía Colombiana	3

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**



Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 7 de 15

		Métodos Cuantitativos	3
		Microeconomía	3
		Macroeconomía	3
		Introducción a la Economía	3
		Legislación Comercial	3
		Administración de personal	3
		Dirección, Organización y Métodos	3
		Lógica Matemática	3
		Contabilidad Básica	3
		Planeación y Control	3
		Gestión Financiera	3
		Introducción a la Administración	3
			<b>57</b>
DISCIPLINAR Y DE PROFUNDIZACIÓN	57,3	Administración Moderna y Estratégica	3
		Agroecología	3
		Comportamiento del Consumidor	3
		Bioquímica y Nutrición	4
		Fisiología de la Poscosecha	3
		Procesos Agroindustriales	3
		Conservación de Alimentos	3
		Procesamiento de Alimentos	3
		Mercadeo Internacional	3
		Formulación y Evaluación de Proyectos	4
		Estructura agraria	3
		Química	4
		Costos	3
		Emprendimiento y Creación de Empresa	3
		Tecnología de empaques	3
		Investigación de Mercados	3
		Fundamentos de agroindustria	3
		Promoción y publicidad	3
		Entorno de la Mercadotecnia	3
		Comercio Electrónico	3
Proceso Comercial y comunicación	3		
Seminario de Investigación	3		
Control de Calidad Agropecuaria	3		

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 8 de 15

		Mercadeo Agropecuario	4
		Planeación y Mercadeo estratégico	3
		Ecoagroindustria	3
		Fundamentos de Mercadeo	4
		Diseño promocional y Marketing	3
		Logística de la Comercialización	3
		Mercadeo Gerencial	3
		Trabajo de Grado	3
			<b>98</b>
<b>TOTAL</b>	100,0		<b>171</b>

**DESCRIPCIÓN PLAN DE ESTUDIOS:**

(POR SEMESTRES, ASIGNATURAS O CONTENIDOS, PROGRAMATICOS MÍNIMOS, REQUISITOS, CÓDIGO, CRÉDITOS, MODALIDAD DE LA ASIGNATURA: TEÓRICA (T), TEÓRICO PRÁCTICA (TP) O PRÁCTICA (P).

**Primer Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Introducción a la Investigación		T	3	Interdisciplinar	
Introducción a la Administración		T	3	Interdisciplinar	
Lógica Matemática		T	3	Interdisciplinar	
Proceso del Pensamiento		T	3	Interdisciplinar	
Competencias Comunicativas		T	4	General	
Cátedra Universidad y Entorno		T	3	General	
<b>TOTAL</b>			<b>19</b>		

**Segundo Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Introducción a la Economía		T	3	Interdisciplinar	
Contabilidad Básica		T	3	Interdisciplinar	
Estructura Agraria		T	3	Disciplinar	
Administración Moderna y Estratégica		T	3	Disciplinar	
Fundamentos de Mercadeo		T	4	Disciplinar	
<b>TOTAL</b>			<b>16</b>		

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 9 de 15

**Tercer Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Socio - Humanística I		T	3	General	
Estadística		T	3	Interdisciplinar	
Legislación comercial		T	3	Interdisciplinar	
Agroecología		T	3	Disciplinar	
Química		TP	4	Disciplinar	
Comportamiento del consumidor		T	3	Disciplinar	
<b>TOTAL</b>			<b>19</b>		

**Cuarto Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Economía solidaria		T	3	Interdisciplinar	
Cultura política		T	3	Interdisciplinar	
Tecnología de empaques		T	3	Disciplinar	
Control de calidad agropecuaria		T	3	Disciplinar	
Diseño promocional y marketing		T	3	Disciplinar	
Socio - Humanística II		T	3	General	Socio - Humanísticas I
<b>TOTAL</b>			<b>18</b>		

**Quinto Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Economía Colombiana		T	3	Interdisciplinar	Introducción a la Economía
Costos		T	3	Disciplinar	
Bioquímica y nutrición		TP	4	Disciplinar	Química
Investigación de mercados		T	3	Disciplinar	
Logística de la comercialización		T	3	Disciplinar	
<b>TOTAL</b>			<b>16</b>		

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 10 de 15

**Sexto Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Métodos cuantitativos		T	3	Interdisciplinar	
Emprendimiento y creación de empresas		T	3	Disciplinar	
Fisiología de la poscosecha		TP	3	Disciplinar	Bioquímica y nutrición
Fundamentos de agroindustria		T	3	Disciplinar	
Mercadeo Agropecuario		T	4	Disciplinar	Fundamentos de Mercadeo
<b>TOTAL</b>			<b>16</b>		

**Séptimo Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Salud ocupacional		T	3	Interdisciplinar	
Microeconomía		T	3	Interdisciplinar	
Administración de personal		T	3	Interdisciplinar	
Planeación y control		T	3	Interdisciplinar	
Procesos agroindustriales		T	3	Disciplinar	Fundamentos de agroindustria
Promoción y publicidad		T	3	Disciplinar	
<b>TOTAL</b>			<b>18</b>		

**Octavo Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Macroeconomía		T	3	Interdisciplinar	Microeconomía
Dirección, organización y métodos		T	3	Interdisciplinar	
Gestión financiera		T	3	Interdisciplinar	
Conservación de alimentos		TP	3	Disciplinar	
Entorno de la mercadotecnia		T	3	Disciplinar	
<b>TOTAL</b>			<b>15</b>		

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 11 de 15

**Noveno Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Formulación y evaluación de proyectos		T	4	Disciplinar	
Seminario de investigación		T	3	Disciplinar	
Procesamiento de alimentos		TP	3	Disciplinar	Conservación de alimentos
Comercio electrónico		T	3	Disciplinar	Entorno de la mercadotecnia
Planeación y mercadeo estratégico		T	3	Disciplinar	
<b>TOTAL</b>			<b>16</b>		

**Décimo Semestre:**

Asignatura	Código	Modalidad	Créditos	Área	Prerrequisito
Mercadeo internacional		T	3	Disciplinar	Comercio electrónico
Proceso comercial y comunicación		T	3	Disciplinar	
Ecoagroindustria		T	3	Disciplinar	
Mercadeo gerencial		T	3	Disciplinar	Planeación y mercadeo estratégico
Ética y Política		T	3	General	
<b>TOTAL</b>			<b>15</b>		

**PARÁGRAFO.-** A Trabajo de Grado no se considera como asignatura, pero si es un requisito de grado para optar el título de profesional en Mercadeo Agroindustrial, con tres (3) créditos.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: HOMOLOGACIÓN DE ASIGNATURAS**

(Se definen como asignaturas homologables del plan 818 de 2004 al plan 819 de 2014, previo estudio y recomendación del Comité Curricular de la Escuela de Ciencias Agropecuarias y Ambientales; las siguientes.

Plan _____ (Antiguo)		Plan _____ (Nuevo)	
Asignatura	Código	Asignatura	Código
Cátedra Upetecista	8104480	Cátedra Universidad y Entorno	
Informática I	8104638		
Humanidades I	8104638	Socio- humanística I	

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 12 de 15

		Socio- humanística II	
		Salud Ocupacional	
Ética	8104711	Ética y Política	
Proceso del Pensamiento	8104687	Proceso del Pensamiento	
Tipología de la Investigación	8106240		
Investigación y Estadística	8106230	Estadística	
Proyecto Comunitario	8105400	Economía Solidaria	
Economía y población	8105339	Introducción a la Economía	
Métodos Cuantitativos	8105352	Métodos Cuantitativos	
Microeconomía	8104974	Microeconomía	
Macroeconomía	8105243	Macroeconomía	
- Métodos de Estudio	8104690	Competencias	
- Competencias Comunicativas	8104482	Comunicativas	
Economía Colombiana	8105221	Economía Colombiana	
Legislación Comercial	8105245	Legislación Comercial	
Cultura política	8105003	Cultura política	
		Administración de personal	
Organización y Métodos	8105355	Dirección, organización y Métodos	
Lógica	8105936	Lógica Matemática	
Aplicación contable	8105545	Contabilidad Básica	
Planeación y Control	8105354	Planeación y Control	
Finanzas	8105356	Gestión Financiera	
Introducción a la Investigación	8106113	Introducción a la Investigación	
Gestión Empresarial	8106229	Introducción a la Administración	
Administración Moderna	8106241	Administración Moderna y Estratégica	
Producción Agroecológica	8105338	Agroecología	
Comportamiento del Consumidor	8105397	Comportamiento del Consumidor	
Bioquímica y Nutrición	8106243	Bioquímica y Nutrición	
Tecnología de Alimentos	8105590	Fisiología de la Poscosecha	
Procesos Agroindustriales Bienes y Servicios	8105357	Procesos Agroindustriales	
Conservación de Alimentos	8105361	Conservación de Alimentos	
Procesamiento de Alimentos	8105632	Procesamiento de Alimentos	
Mercadeo Internacional	8105628	Mercadeo Internacional	
Formulación y Evaluación de Proyectos	8105067	Formulación y Evaluación de Proyectos	
Estructura agraria	8104480	Estructura agraria	
		Química	
Costos Agropecuarios	8105401	Costos	
Practica Empresarial	8105629	Emprendimiento y Creación de Empresa	
Tecnología de empaques	8105395	Tecnología de empaques	



**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 13 de 15

Investigación de Mercados	8105227	Investigación de Mercados	
Fundamentos de agroindustria	8105353	Fundamentos de agroindustria	
Promoción y publicidad	8105540	Promoción y publicidad	
Entorno de la Mercadotecnia	8105358	Entorno de la Mercadotecnia	
Mercadeo y Negocios Electrónicos	8104873	Comercio Electrónico	
Proceso Comercial y comunicación	8105630	Proceso Comercial y comunicación	
Seminario de Investigación	8105360	Seminario de Investigación	
Control de Calidad Agropecuaria	8106242	Control de Calidad Agropecuaria	
Mercadeo Agrícola	8105062	Mercadeo Agropecuario	
Planeación y Mercadeo estratégico	8105362	Planeación y Mercadeo estratégico	
Mercadeo pecuario	8105402		
Ecoagroindustria	8105631	Ecoagroindustria	
Prospectiva de los Mercadeos	8106231	Fundamentos de Mercadeo	
Diseño promocional y Marketing	8106232	Diseño promocional y Marketing	
Mercadeo Regional y Nacional	8105359	Logística de la Comercialización	
Mercadeo Gerencial	8105399	Mercadeo Gerencial	
Trabajo de Grado	8105633	Trabajo de Grado	

**PARÁGRAFO.-** Los estudiantes que actualmente cursan el programa con el Plan de estudios vigente, continúan con éste hasta la culminación de sus estudios o alternativamente pueden efectuar la homologación con el Plan que se presenta en esta Resolución previo estudio y recomendación del Comité Curricular y aval de Consejo de Facultad respectivo.

**ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO: HABILITACIÓN Y VALIDACIÓN DE ASIGNATURAS**

Asignatura	Código	Habilitables	No Habilitables	Validable
Cátedra Universidad y Entorno		x		x
Socio- humanística I		X		X
Socio- humanística II		X		X
Salud Ocupacional		X		X
Ética y política		X		X
Proceso del Pensamiento		X		X
Estadística		X		X
Economía Solidaria		X		X
Economía Colombiana		x		x
Métodos Cuantitativos		x		x
Microeconomía		x		x
Macroeconomía		x		x
Competencias Comunicativas		x		x
Introducción a la Economía		x		x
Legislación Comercial		x		x

**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 14 de 15

Cultura política		x		x
Administración de personal		x		x
Dirección, organización y Métodos		x		x
Lógica Matemática		x		x
Contabilidad Básica		x		x
Planeación y Control		x		x
Gestión Financiera		x		x
Introducción a la Investigación		x		x
Introducción a la Administración		x		x
Administración Moderna y Estratégica		x		x
Agroecología		x		x
Comportamiento del Consumidor		x		x
Bioquímica y Nutrición			x	
Fisiología de la Poscosecha			x	
Procesos Agroindustriales		x		x
Conservación de Alimentos			x	
Procesamiento de Alimentos			x	
Mercadeo Internacional		x		x
Formulación y Evaluación de Proyectos		x		x
Estructura agraria		x		x
Química			x	
Costos		x		x
Emprendimiento y Creación de Empresa		x		x
Tecnología de empaques		x		x
Investigación de Mercados		x		x
Fundamentos de agroindustria		x		x
Promoción y publicidad		x		x
Entorno de la Mercadotecnia		x		x
Comercio Electrónico		x		x
Proceso Comercial y comunicación		x		x
Seminario de Investigación			x	
Control de Calidad Agropecuaria		x		x
Mercadeo Agropecuario		x		x
Planeación y Mercadeo estratégico		x		x
Ecoagroindustria		x		x
Fundamentos de Mercadeo		x		x
Diseño promocional y Marketing		x		x
Logística de la Comercialización		x		x
Mercadeo Gerencial		x		x
Trabajo de Grado			x	



**MACROPROCESO: DOCENCIA**  
**PROCESO: LINEAMIENTOS CURRICULARES**  
**PROCEDIMIENTO: APROBACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**  
**APROBACIÓN DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Código: D-LC-P03-F02

Versión: 03

Página 15 de 15

**ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO:** DE LA EVALUACIÓN DEL PROGRAMA. El Comité Curricular establecerá mecanismos de evaluación del programa con el fin de efectuar cambios y/o ajustes que se consideren pertinentes para asegurar su calidad y su impacto social.

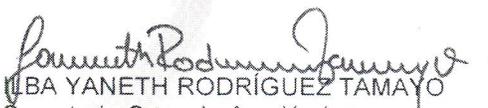
Hace parte de la presente Resolución el documento titulado "Proyecto Académico Educativo (PAE) del programa Mercadeo Agroindustrial adscrito a la Escuela de Ciencias Agropecuarias y Ambientales.

**ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO:** La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias, especialmente la Resolución 052 de 2004.

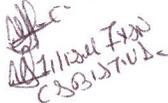
### PÚBLIQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Tunja, a los diez y siete (17) días del mes de septiembre de dos mil catorce (2014).

  
**GUSTAVO ORLANDO ÁLVAREZ ÁLVAREZ**  
Presidente Consejo Académico

  
**YIBA YANETH RODRÍGUEZ TAMAYO**  
Secretaria Consejo Académico

Proyectó: Comité de Currículo Programa de Mercadeo Agroindustrial  
Revisó: Yiba Yaneth Rodríguez Tamayo  
Revisó: Daniel Arturo Jaime Velandía

  
23/09/2014