



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA

CONSEJO ACADÉMICO

RESOLUCIÓN No. 30

29 JUN. 2001

Por la cual se autoriza la apertura de la Sexta Promoción del Programa de Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, en la Sede Central de la UPTC.

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 del Artículo 11, del Acuerdo No. 108 del 20 de Diciembre de 1.999 y,

CONSIDERANDO :

Que el Consejo de Facultad en sesión No. 010 del 17 de Mayo del 2001 aprobó la apertura de la Sexta Promoción del Programa de Posgrado Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, con un Plan de Estudios ajustado a las necesidades específicas de la demanda y, el Calendario Académico para el inicio de actividades en el Segundo Semestre del 2001.

Que el Consejo Académico, en sesión No. 009 del 5 y 14 de junio del 2001, recomendó la apertura de la Sexta Promoción del Programa de Posgrado Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, en la Sede Central de la UPTC, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

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

RESUELVE :

Artículo Primero : APROBAR la apertura de la Sexta Promoción del Programa de Posgrado Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, con sede en Tunja y adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Artículo Segundo : AJUSTAR el Plan de Estudios de la Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, a cuatro (4) trimestres académicos, así :

one

Trimestre	MÓDULO	ASIGNATURA	Total Horas Asignatura	Total Horas Módulo
I	FUNDAMENTOS BÁSICOS	Introducción a la Mercadotecnia.	24	124
		Innovación y Creatividad en Mercadotecnia.	12	
		Modelos Estadísticos para Mercadotecnia.	48	
		Investigación de Mercados	36	
		Seminario Taller No. 1	4	
Trimestre	MÓDULO	ASIGNATURA	Total Horas Asignatura	Total Horas Módulo
II	MERCADOS AVANZADOS I	Comportamiento Sicológico del Consumidor.	24	120
		Estrategias de Producto.	24	
		Estrategias de Precios.	24	
		Estrategias de Logística y Distribución	24	
		Estrategias de Comunicación	12	
		Seminario Taller No. 2	12	
III	MERCADOS AVANZADOS II	Mercadotecnia Social.	24	120
		Gerencia Estratégica de Proyectos de Mercadeo.	36	
		Gerencia de Ventas.	24	
		Gerencia de Servicio al Cliente	24	
		Seminario Taller No. 3	12	
IV	MERCADOS AVANZADOS III	Mercadotecnia Internacional.	24	84
		Gerencia Publicitaria y Promocional.	24	
		Alta Gerencia de Mercadotecnia.	24	
		Seminario Taller No. 4	12	
TOTAL HORAS DE LA ESPECIALIZACIÓN				448

Mue

Artículo Tercero : APROBAR las fechas para el Primer Trimestre, del Calendario Académico del Programa de Especialización en Alta Gerencia en Mercadotecnia, Sexta Promoción, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, así :

Recepción de Inscripciones	:	Hasta 23 de Junio del 2001
Entrevista de Admisión	:	Junio 26 del 2001
Publicación Resultados de Admisión	:	Junio 29 del 2001
Matrículas Ordinarias	:	Julio 3 del 2001 a Julio 6 del 2001
Matrículas Extraordinarias	:	Hasta el 28 de Julio del 2001
Jornada de Inducción	:	Julio 5 del 2001
Iniciación de Clases del Primer Trimestre	:	Julio 6 del 2001
Terminación de Clases del Primer Trimestre	:	Septiembre 15 del 2001

Artículo Cuarto : Las personas que no hayan cancelado a favor de la UPTC., los valores económicos de la matrícula, en las fechas aquí estipuladas, no se consideran estudiantes regulares del programa, hasta tanto no legalicen los pagos correspondientes.

Artículo Quinto : La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Tunja, a los **29 JUN. 2001**


MANUEL FRANCISCO CAICÉDO RUÍZ
 Presidente (E.) Consejo Académico


JULIETTA ALARCÓN GONZÁLEZ
 Secretaria Consejo Académico