



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA

CONSEJO ACADÉMICO

RESOLUCION No. 51

(12 de febrero de 2004)

POR LA CUAL SE APRUEBA EL REAJUSTE CURRICULAR AL SISTEMA DE CRÉDITOS DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL PROGRAMA DE **TECNOLOGÍA EN MERCADEO AGROPECUARIO**

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 27 del Acuerdo 120 de 1993 y

CONSIDERANDO :

Que el Decreto 2566 del 10 de septiembre de 2003 estableció el Crédito Académico como mecanismo de evaluación de calidad, transferencia estudiantil y cooperación institucional y ordenó expresar en Créditos Académicos todos los Planes de Estudio de programas de Educación superior a partir del primer semestre de 2004.

Que por Resolución 60 del 25 de noviembre de 2003 el Consejo Académico estableció el sistema de Créditos Académicos de la UPTC, adoptó criterios, definió Áreas y fijo sus rangos porcentuales de Créditos, para aplicar a partir del primer semestre de 2004. **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** es un programa de pregrado de la UPTC; desde 1983 tiene reconocimiento del ICFES (código **110623800151500112300**)

Que de conformidad con el compromiso del programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** de contribuir a solucionar las necesidades que en la actualidad caracterizan a la sociedad colombiana en materia de movilidad, en varias reuniones profesoras realizadas durante el año 2003, y en virtud del análisis y revisión de planes de estudio realizados durante el proceso de autoevaluación se determinó estructurar un nuevo plan de estudios acorde con las exigencias del contexto. El nuevo currículo fue socializado con estudiantes, egresados, docentes del Cread de Tunja, y puesto en consideración en la Universidad de Córdoba, institución a quien le ofrecemos el Programa académico.

DUITAMA - SOJANOS - TUNJA - BOGOTÁ

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

Que el Consejo de Facultad de Estudios Tecnológicos y a Distancia en sesión 01 de febrero 6 del 2004 estudió las propuestas de reajuste de lo Planes de Estudio presentadas por los Directores de programa y determinó recomendar su aprobación, con la posibilidad de hacer modificaciones durante le primer semestre de 2004.

Que el Consejo Académico en sesión 03 del 12 febrero de 2004, aprobó el reajuste propuesto al Plan de Estudios del programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario**

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

RESUELVE :

ARTÍCULO PRIMERO: Definir la **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** como el campo profesional en el cual se construye conocimiento a partir de las disciplinas matemáticas, de las ciencias naturales y de las ciencias sociales, estructurado a través de la investigación aplicada que surge de la confrontación entre la teoría y la experiencia, para su aplicación ética en el desarrollo de métodos de utilización de materiales, esfuerzos y sinergia, dentro del marco del desarrollo sostenible, para satisfacción de las necesidades de la sociedad y del ambiente del mercado de los productos agropecuarios dentro de un marco de constante cambio inmerso en procesos de apertura económica y globalización social y económica.

ARTÍCULO SEGUNDO: Establecer como **MISIÓN** del programa de Tecnología en Mercadeo Agropecuario la siguiente: El programa de la Tecnología en Mercadeo Agropecuario de la Facultad de Estudios Tecnológicos y a Distancia - UPTC, tiene como propósito la formación integral del individuo, enmarcado en principios humanos y éticos que posibilitan el desarrollo de sus potenciales como profesional en el campo del conocimiento del mercadeo de los productos agropecuarios, desarrollando en él, espíritu crítico, reflexivo, para lograr un profesional dotado de creatividad, liderazgo, capacidad tecnológica y organizativa en el campo del conocimiento, que le permita apoyar la modernización enfocada, decidida y oportuna, en beneficio del desarrollo de la comunidad.

ARTÍCULO TERCERO: Adoptar para el programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** los siguientes objetivos:

Objetivos

Objetivo General formar un **Tecnólogo en Mercadeo Agropecuario** para satisfacer las necesidades que se generan en el proceso que se presenta en el circuito económico de los productos y desde el momento en que se producen hasta el consumo final de los mismos.

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

Objetivos específicos

- ◆ Implementar un **modelo pedagógico centrado** en el estudiante como eje del aprendizaje, para propiciar en él, un **autoaprendizaje** basado en principios como el desarrollo del aprender a ser, a hacer, a reflexionar, y a convivir, que lo sitúa en una realidad respecto al contexto, para que reflexione desde esta experiencia, y actúe consecuentemente con ella, evaluando su acción con el apoyo de un tutor.
- ◆ Propiciar en el estudiante **competencias** para gestionar los cambios en la organización, afrontando un mundo de apertura económica, aplicando criterios de productividad, competitividad y calidad en los procesos mercadológicos.
- ◆ Lograr a través de la formación del estudiante, habilidades para planificar, controlar, innovar y liderar procesos que involucren las variables del mercadeo con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor y contribuir al desarrollo económico y humano de la comunidad.
- ◆ Que el estudiante esté en capacidad de aplicar y desarrollar tecnologías apropiadas en sistemas de información para analizar y pronosticar ventas.
- ◆ Conocer las tendencias globales de los mercados agrícolas y de alimentos, en sus rasgos principales (globalización, multilateralismo, regionalización, desarrollo agroindustrial, biotecnológico e interrelación entre mercados comerciales y financieros).
- ◆ Tener capacidad de liderazgo, organización, emprendimiento, dirección y un conocimiento específico de la problemática del sector agropecuario.

Propósitos

- La orientación metodológica está basada en los principios mismos del proceso enseñanza - aprendizaje, en un ambiente con características de flexibilidad, amplio compromiso de la comunidad académica, participación activa de estudiantes, tutores, guiados por los siguientes principios: Aprender a aprender, Aprender a hacer, Aprender a ser, Aprender a reflexionar, Aprender a compartir
- Los valores como la honestidad, el respeto, el cuidado de los recursos naturales y del medio ambiente, la solidaridad, la disciplina, son sellos que se imprimen como verdadera organización que ofrece tecnólogos dotados de competencias para desempeñarse con eficiencia en su campo laboral.
- El propósito del programa es formar a través de conocimientos interdisciplinarios un Tecnólogo en Mercadeo Agropecuario, con una conciencia crítica, sentido ético de liderazgo, y para ello la estructura curricular le provee de conocimientos teóricos y prácticos que le permiten identificar y valorar los procesos propios de su futuro desempeño laboral.

ARTÍCULO CUARTO: De conformidad con el **PERFIL PROFESIONAL** se establece que el Tecnología en Mercadeo Agropecuario estará en capacidad de:

DUITAMA - SOCIEDAD - UNIDAD INQUIRIDA

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

Para la definición del perfil profesional se tuvo en cuenta el desarrollo de factores básicos que le proporcionan al individuo capacidad en adquirir conocimientos específicos, desarrollando habilidades intelectuales, sensoriales y actitudinales, teniendo en cuenta las competencias básicas, genéricas y específicas fundamentadas en los aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales, esto es en el saber ser, saber hacer y saber convivir. Específicamente debe estar en capacidad de: conocer variedades y rasgos de especies agrícolas y pecuarias, composición bioquímica de los productos agropecuarios, desarrollar habilidad para manejo de equipos de clasificación, tipificación y limpieza, conocer el valor nutricional de los productos, reconocer los signos postmortem y fisiología de maduración de productos agropecuarios, poder manipular las muestras para análisis y presentación del producto. Distribución del producto, infraestructura del transporte y de almacenamiento. Conocer áreas de producción. Desarrollar gran capacidad analítica y de interpretación con habilidad para el análisis sensorial y rapidez para tomar decisiones. Habilidad para la medición de tiempos y movimientos. Dinamismo y rapidez mental; creatividad y espíritu recursivo e innovador, facilidad motriz para el ensamble y armado de equipos. Gran sentido práctico del comercio y de la actividad agraria. Manejo de equipos de telefonía, cablegrafía y transmisión de comunicaciones , y desarrollo de aptitudes para el *aprendizaje durante toda la vida. entre otras*

COMPETENCIAS COGNITIVAS, PROCEDIMENTALES Y ACTITUDINALES.

- Competencias de autoaprendizaje y trabajo en grupo.
- Competencia para entender y comprender procesos de investigación que implican competencia para llevar a cabo investigación de mercado, estudios de mercado, a través del desarrollo de la observación, el análisis, la reflexión, la toma de decisiones acertadas.
- Competencia para observar, preguntar, registrar, interpretar, analizar, describir, situaciones problemáticas en el área de mercadeo agropecuario y dar posibles soluciones.
- Desarrollo intelectual en relación con las habilidades, destrezas y aptitudes, para el desempeño de la actividad, relacionados con el circuito económico de los productos agropecuarios.
- Competencias específicas para diseñar, ejecutar, construir, controlar y transformar los procesos que se relacionan con el área de mercadeo agropecuario con el fin de participar y contribuir en el sector productivo del país.
- Desarrollo del espíritu de emprendimiento y la gestión empresarial.
- Competencia para convertirse en un ciudadano libre, responsable y formado para un cotidiano autoaprendizaje, comprensión y actualización necesarios para un eficiente desempeño.

ARTÍCULO QUINTO: Establecer como **PERFIL OCUPACIONAL** para los egresados del programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** los siguientes campos de acción en el sector agropecuario y agroindustrial:

DUITAMA - PLAN DE ESTUDIOS DEL QUINCUENIO

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

El Egresado del Programa de Tecnología en Mercadeo Agropecuario tiene como campo laboral especialmente el de Técnico o administrador de: plazas de mercado mayoristas, cadena de supermercados, explotaciones agrícolas medianas y grandes, asociación y cooperativas de productores agropecuarios, cadena de tenderos y detallistas urbanos, fondos de comercialización, federaciones mayores de productores agropecuarios, intermediarios comerciales de productos agrarios, su propio sistema comercial, explotaciones de alimentos agrícolas y almacenes de generales de depósitos, las procesadoras de alimentos, como agentes de compra, agencias oficiales y privadas de fomento agrícola, centros regionales y locales de acopio de productores agropecuarios, Ferias agropecuarias y agroindustriales y Asistencia técnica en el área de mercadeo.

ARTÍCULO SEXTO: De conformidad con la Misión y los Objetivos del programa el proceso de enseñanza-aprendizaje se orientará a lograr formar personas que sean agentes de cambio en su comunidad y profesionales con las habilidades, actitudes y valores que sean competitivos en el área del **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** Para esto el modelo educativo del programa se orientará a lograr:

- *Aprendizaje de alto nivel académico, que sea relevante y actualizado.*
- *Desarrollo de la capacidad de autoaprendizaje.*
- *Desarrollo del aprendizaje interdisciplinario.*
- *Desarrollo de las habilidades, actitudes y valores establecidos en la Misión.*
- *Aplicación de la mejor tecnología educativa disponible.*

ARTÍCULO SEPTIMO: De conformidad con la Resolución 60/2003 las asignaturas del plan de estudios se distribuyen en las cuatro Áreas reglamentarias, así:

1. Área General. **Constituye el campo de formación a través del cual se busca recrear y profundizar las competencias** creativas y comunicativas básicas. Estos estudios son indispensables cualquiera que sea la carrera; Su tema integrador responde a la pregunta **“¿Qué significa ser Universitario Upetecista?”**

I. AREA GENERAL	
I.1 TEMAS OBLIGATORIOS: 10 Créditos	
Ética	2 créditos
Constitución Política	2 créditos
Informática Básica	2 créditos
Competencias Comunicativas	3 créditos
Cátedra Uptecista	1 crédito
I.2 TEMAS ELECTIVOS: 16 Créditos	
Humanidades	4 créditos
Idioma Extranjero	4 créditos
Lúdicas, deportivas y/o artísticas	2 créditos
Total créditos en el área: 20 (15%)	

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

2. Área Interdisciplinar: Compuesto por el conjunto de saberes, competencias y prácticas de las disciplinas matemáticas, ciencias naturales, ciencias sociales y las que son afines a los programas de Ingeniería. Su tema integrador responde a la pregunta “¿Qué significa ser Tecnólogo en Mercadeo agropecuario

INTERDISCIPLINARES	No. Créditos
OBLIGATORIAS	
Métodos de estudio	3
Procesos de pensamiento	2
Orientación Vocacional	1
Lógica y Técnicas de procesamiento	2
Introducción a la investigación	2
Acción organizacional y Contextual	2
Investigación Cualitativa y Cuantitativa	2
Planeación y Organización Empresarial	2
Exploración Problema de investigación	1
Dirección y control	2
Anteproyecto	3
Proyecto de Investigación	4
SUBTOTAL	26 (25%)

3. Área Disciplinar: Constituida por los cursos propios de la carrera que brindan los conocimientos teóricos y los criterios prácticos que el futuro egresado necesita en su desempeño frente a la realidad. Estos cursos son de carácter indispensable. Su tema integrador responde a la pregunta “¿Qué significa ser Tecnólogo en Mercadeo Agropecuario.

DISCIPLINARES	No Créditos
OBLIGATORIAS	
Estructura Agraria	5
Producción Agro ecológica	2
Economía y Población	3
Aplicaciones Contables	2
Físico bioquímica y Nutrición	4
Tecnología de empaques	3
Comportamiento del consumidor	1
Mercadotecnia Funcional	2
Mercadeo Agrícola	3
Mercadotecnia gerencial	2
Investigación de mercados	3
Mercadeo Pecuario	3
Proyecto Comunitario	4
Control de calidad	2
Manejo poscosecha	2
Legislación Comercial	2
Costos Agropecuarios	2
	45 (45%)

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

4. Área de Profundización: Constituida por los cursos que permiten complementar, o ampliar los saberes y habilidades adquiridos en el área disciplinar, que le da carácter flexible al programa y permite al estudiante orientar su futuro ejercicio profesional. De las siguientes el estudiante solo puede cursar 12 créditos que corresponden al menú de electivas.

Unidades temáticas	No. Créditos
Marketing y ventas	5
Mercadeo electrónico	4
Tecnología de alimentos	3
Administración de ventas	2
Análisis del consumidor	2
Seminario de promoción	2
Campañas publicitarias	2
Negocios electrónicos	2
Administración de compras	2
Ventas, créditos y cobros	2
Merchandising	2
Canales de distribución	2
Estrategias de mercado	2
Mercadotecnia del servicio	2

ARTÍCULO OCTAVO: Adoptar los siguientes códigos, nombres, créditos y requisitos para las asignaturas del plan de estudios de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario**

ESTRUCTURA CURRICULAR TECNOLOGÍA EN MERCADEO AGROPECUARIO								
Sem	Núcleo Programático	Unidades Programáticas	Carácter	No Créditos	Total Horas/sem	Horas pres/sem	Horas Trab indep/sem	Relación Horas presenc/ independ
I	General UPTC	Competencias Comu	OBLI	3	144	12	132	1/11
		Cátedra UPTC	OBIL	1	48	4	44	1/11
		Informática Básica	OBLI	2	96	8	88	1/11
		Lenguas extranjeras	ELEC	2	96	8	88	1/11
	Núcleo Metodología del Aprendizaje Autónomo	Metodos de estudio	OBLI	3	144	12	132	1/11
		Procesos de Pensamiento	OBLI	2	96	8	88	1/11
		Orientación Vocacional	OBLI	1	48	4	44	1/11

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

		Lógica		2	96	8	88	1/11
		SUBTOTAL		16	768	64	704	
II	Investigación	Principios a Investigación	OBLI	2	96	8	88	1/11
	Gestión Empresarial	Acción Organizac y Contextual	OBLI	2	96	8	88	1/11
	General	Ética	OBLI	2	96	8	88	1/11
	General	Cultura Política	OBLI	2	96	8	88	1/11
	General	Lenguas extranjeras	ELECT	2	96	8	88	1/11
	General	Artes, Cult física y/o Lúdica	ELECT	2	96	8	88	1/11
	Contextual	Estructura Agraria	OBLI	5	240	20	220	1/11
III				17	816	68	748	
	Investigación	Métodos de investigación	OBLI	2	96	8	88	1/11
	Gestión empresarial	Planeación y organización empresarial	OBLI	2	96	8	88	1/11
	General	Humanidades	ELECT	4	192	16	176	1/11
	Fundamentos y desarrollo del mercadeo	Producción Agro ecológica	OBLI	2	96	8	88	1/11
		Economía y población	OBLI	3	144	12	132	1/11
	Contextual	Aplicaciones contables	OBLI	2	96	8	88	1/11
		Manejo poscosecha	OBLI	2	96	8	88	1/11
	SUBTOTAL			17	816	68	748	
IV	Investigación	Exploración Problema investigación	OBLI	1	48	4	44	1/11
	Gestión Empresarial	Dirección y control	OBLI	2	96	8	88	1/11
	Fundamentos y desarrollo del mercadeo	Físico bioquímica y Nutrición	OBLI	4	192	16	176	1/11
		Tecnología Empaques	OBLI	3	144	12	132	1/11
		Mercadeo funcional	OBLI	2	96	8	88	1/11
		Comportamiento del consumidor	OBLI	1	48	4	44	1/11
		Control de calidad	OBLI	2	96	8	88	1/11
		Legislación Comercial	OBLI	2	96	8	88	1/11
	SUBTOTAL			17	816	68	748	
V	Investigación	Anteproyecto Trabajo de investigación	OBLI	3	144	12	132	1/11

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

	Fundamentos y desarrollo del mercadeo	Mercadeo Agrícola	OBLI	3	144	12	132	1/11
		Mercadeo gerencial	OBLI	2	48	8	88	1/11
		Investigación de mercados	OBLI	3	144	12	132	1/11
		Proyecto Comunitario	OBLI	4	240	20	220	1/11
		Costos agropecuarios	OBLI	2	96	8	88	1/11
	SUBTOTAL			17	816	68	748	
VI	Investigación	Proyecto de investigación	OBLI	3	192	16	176	1/11
	Fundamentos y desarrollo del mercadeo	Mercadeo pecuario	OBLI	3	144	12	132	1/11
	Énfasis	Tecnología de alimentos	ELECT	3	144	12	132	1/11
		Mercadeo Electrónico	ELECT	4	192	16	176	1/11
		Marketing y Ventas	ELECT	5	240	20	220	1/11
		SUBTOTAL		18	864	72	792	
	TOTAL			102	4896	408	4488	

MENU DE ELECTIVAS: EL ESTUDIANTE CURSARA SOLO 12 CRÉDITOS

ASIGNATURA Y NÚMERO DE CRÉDITOS	
Marketing y ventas	5
Mercadeo electrónico	4
Tecnología de alimentos	3
Administración de ventas	2
Análisis del consumidor	2
Seminario de promoción	2
Campañas publicitarias	2
Negocios electrónicos	2
Administración de compras	2
Ventas, créditos y cobros	2
Merchandising	2
Canales de distribución	2
Estrategias de mercado	2
Mercadotecnia del servicio	2

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

ARTÍCULO NOVENO: Las siguientes asignaturas , **no son habilitables:**
Anteproyecto de trabajo de grado Y Proyecto Comunitario.

ARTÍCULO DÉCIMO: El programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** busca hacer de la investigación el eje de su actividad académica y proyección social. La actividad investigativa se implementará a través de la Investigación Formativa propia de las asignaturas, los Seminarios de investigación los Trabajos de Grado y el desarrollo de tres líneas de Investigación:

ÁREA ADMINISTRATIVA Y DE GESTIÓN

Línea de Mercadeo:, Estudios de Mercadeo, Estudios de comercialización de productos agropecuarios, Estudios de diagnóstico, Análisis funcional e institucional, Estudios de prefactibilidad para la creación de empresas y caracterización de plazas de mercado, entre otras

ÁREA TÉCNICA Y CIENTÍFICA

Línea de producción y manejo: Control de calidad de productos agropecuarios y agroindustriales, Diseño, adecuación y mejoramiento de empaques para productos agropecuarios, elaboración de productos agroindustriales y Estudios de prefactibilidad para producción de explotaciones agropecuarias, (agrícola y especies menores), entre otros

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: El siguiente es el plan de Homologación

PLAN DE HOMOLOGACIÓN TECNOLOGÍA EN MERCADEO AGROPECUARIO

Sem	Unidades temáticas PLAN NUEVO	Asignaturas <i>PLAN ANTIGUO</i>	CÓDIGO ASIGNATURA PLAN ANTIGUO
I	Competencias Comunicativas	Comunicación oral escrita	
	Informática Básica	Informática Básica	71372
	Lenguas extranjeras	Inglés I Y II	71175-71275
	Métodos de estudio	1.Métodos de estudio 2. Metodología del SEAD	71173
	Procesos de Pensamiento	Procesos e pensamiento	
	Orientación Vocacional	Seminario de orientación Vocacional	
	Ética	Ética	71373
III	Planeación y organización empresarial	Gestión empresarial	71371
	Producción Agro ecológica	Producción Agropecuaria	71273
	Economía y población	1. Economía 2.Fundamentos de demografía	71270 71274

Continuación Resolución No. 51.- 12-02-04

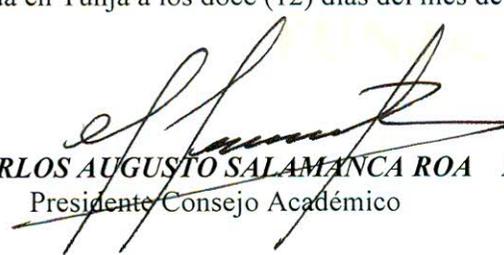
	Aplicaciones contables	Contabilidad Agropecuaria	71375
	Físico bioquímica y Nutrición	1.Físico bioquímica	71470
		2. Nutrición	71472
	Tecnología de empaques	Tecnología de empaques	71471
	Mercadotecnia funcional	Mercadotecnia Funcional	71374
	Control de calidad	Control de Calidad	71473
V	Anteproyecto Trabajo de investigación	Seminario de trabajo de Grado	71575
	Mercadeo Agrícola	1.Mercadeo de Raíces y tubérculos	71574
		2. Mercadeo de Granos y Cereales	71573
		3. Mercadeo Hortofrutícola	71673
		4. Mercadeo de Misceláneos	71670
	Mercadotecnia Gerencial	Mercadotecnia Gerencial	71474
	Investigación de Mercados	Investigación de mercados	71571
	Costos Agropecuarios	Costos Agropecuarios	71475
VI	Proyecto de investigación	Trabajo de grado	71674
	Mercadeo pecuario	1. Mercadeo de Pescados y Mariscos	71671
		2. Mercadeo de especies mayores y menores	71672

En aras de viabilizar el plan de estudios nuevo, se permitirá al estudiante de plan de homologación cursar hasta 20 créditos semestrales, lo cual le permitirá cursar el Programa de Tecnología en Mercadeo Agropecuario en un total de seis (6) semestres, aplicable preferencialmente para los estudiantes que cursaron ciclo introductorio, y primer semestre y que deben homologar algunas asignaturas del plan de estudios.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO: La presente resolución rige a partir del Primer Semestre de 2004 y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Tunja a los doce (12) días del mes de febrero de dos mil cuatro (2004).


CARLOS AUGUSTO SALAMANCA ROA
Presidente Consejo Académico


MARÍA MERCEDES MELO TORRES
Secretaria Ad-hoc Consejo Académico