



RESOLUCIÓN N° 49

(30 de agosto de 2005)

POR LA CUAL SE APRUEBA EL REAJUSTE CURRICULAR AL SISTEMA DE CREDITOS ACADÉMICOS DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL PROGRAMA TECNOLOGIA EN MERCADEO AGROPECUARIO

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

En uso de sus atribuciones legales y especialmente las conferidas por la Ley 30 de 1.992 y el Artículo 27 del Acuerdo 120 de 1.993 y

CONSIDERANDO:

Que las actuales Políticas Educativas y los nuevos Enfoques Pedagógicos, le exigen a la Universidad mecanismos para la movilidad y la homologación de los Programas Académicos con miras a posibilitar la articulación y la comparación con los diversos Sistemas Educativos y estimular la oferta de Actividades Académicas nuevas y renovación curricular, pedagógica y didáctica.

Que la **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** es un programa de pregrado de la U.P.T.C., desde 1.983 y tiene reconocimiento ICFES (código 110623800151500112300).

Que es un compromiso de la Universidad lograr altas metas de calidad, en los Procesos Académicos con el fin de que pueda equipararse a los cánones Nacionales e Internacionales.

Que el Programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** con el ánimo de contribuir a la búsqueda de soluciones a las necesidades de educación y formación profesional, ha revisado el Plan de Estudio, acorde con las exigencias del mundo moderno y del contexto actual.

Que el Decreto 2566 del 10 de septiembre de 2003 establece 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 los 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 U.P.T.C., adoptó criterios, definió Áreas y fijó sus rangos porcentuales de Créditos, para aplicar a partir del primer semestre del 2004.



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

Que el Consejo de Facultad de Estudios a Distancia en sesión 06 del 08 de junio de 2005, estudio la propuesta de Distribución de asignaturas del Plan de Estudios del Programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario**, y determinó recomendar su aprobación.

Que el Consejo Académico en sesión 21 del 30 de agosto de 2005, previa recomendación del Consejo de Facultad de Estudios a Distancia, aprobó el Reajuste Curricular al Sistema de Créditos Académicos del Plan de Estudio del Programa de Tecnología en Mercadeo Agropecuario.

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

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. APROBAR el Reajuste Curricular al Sistema de Créditos Académicos del Plan de Estudios del Programa Tecnología en Mercadeo Agropecuario.

DURACIÓN: Seis (6) semestres.

NÚMERO DE CRÉDITOS: Ciento dos (102)

NÚMERO DE ASIGNATURAS: Treinta y nueve (39)

ARTÍCULO SEGUNDO. DEFINICIÓN DEL PROGRAMA: La **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** se define como el campo profesional en el cual se construye conocimiento para desarrollar el conjunto de actividades orientadas a satisfacer las necesidades y deseos del consumidor en el ámbito del mercadeo de los productos y servicios agropecuarios, dentro de un marco de constante cambio y globalización social y económica. Así mismo para contribuir en el mejoramiento de los niveles de calidad de vida de la sociedad.

ARTÍCULO TERCERO. MISIÓN: Contribuir con la formación integral del individuo, enmarcado en principios humanos y éticos que posibiliten el desarrollo de sus potencialidades como profesional en el campo del conocimiento del mercadeo de los productos agropecuarios desarrollando en él, el espíritu crítico, y reflexivo, para lograr un profesional dotado de creatividad, liderazgo y de organización que le permita apoyar la modernización enfocada al beneficio de la comunidad.

ARTÍCULO CUARTO. VISIÓN: La Proyección del Programa **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** es posicionarse como la carrera de excelencia, en el desarrollo integral de sus educandos, generando bienestar social sostenible con la aplicación de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

ARTÍCULO QUINTO. OBJETIVOS: Los Objetivos del Programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** son:

Objetivo General: Lograr a través de la formación del estudiante habilidades para planear, organizar, evaluar innovar y liderar procesos de mercadeo agropecuario con el fin de satisfacer las necesidades y deseos del consumidor; contribuir al desarrollo económico, social y humano y, mejorar los niveles de calidad de vida.

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 prender a hacer, aprender a reflexionar y aprender a convivir.
- ✓ Propiciar en el estudiante **competencias** que permitan gestionar cambios organizacionales y actitudinales, para afrontar los retos del mundo moderno globalizado e inmerso en la apertura económica, aplicando criterios de productividad, competitividad, proactividad, mejoramiento continuo y calidad en los procesos mercadológicos.
- ✓ Fomentar en el estudiante habilidades que le permitan aplicar y desarrollar tecnologías apropiadas en sistemas de información y comunicación para analizar, planear y proyectar los mercados.
- ✓ Conocer e interpretar el comportamiento y las tendencias globales de los mercados agropecuarios y agroalimentarios.
- ✓ Desarrollar capacidad de liderazgo, emprendimiento y dirección a nivel empresarial en el sector agropecuario.

ARTÍCULO SEXTO. PERFIL PROFESIONAL: El **Tecnólogo en Mercadeo Agropecuario** estará en capacidad de aplicar los contenidos disciplinarios en el desarrollo de habilidades intelectuales, sensoriales y actitudinales, generando soluciones reales a su contexto, en la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida; forjando competencias básicas, genéricas y específicas fundamentales, expresadas en el saber ser y el saber hacer en el Área del Mercadeo y Gestión Empresarial.

COMPETENCIAS COGNITIVAS, PROCEDIMENTALES Y ACTITUDINALES

- ✓ Competencias de Autoaprendizaje y Trabajo en Grupo
- ✓ Competencias para entender y comprender procesos de investigación que implican adelantar procesos de Investigación de Mercados, Estudios de Mercados, a través del desarrollo de la observación, el análisis la reflexión y la toma de decisiones.
- ✓ Competencia para observar, preguntar, registrar interpretar, analizar y describir situaciones puntuales en el Área del Mercadeo Agropecuario.



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

- ✓ Competencia intelectual para desarrollar habilidades, destrezas y aptitudes, para el desempeño de las actividades relacionadas con el circuito económico de productos y servicios agropecuarios.
- ✓ Competencia para diseñar, construir, ejecutar y controlar procesos relacionados con el Área del Mercadeo Agropecuario para participar en el desarrollo y producción del país.
- ✓ Competencia para desarrollar el Espíritu de Emprenderismo y la Gestión Empresarial.
- ✓ Competencia para convertirse en un ciudadano libre, responsable, íntegro y formado para la actualización y autoaprendizaje cotidiano para un desempeño eficiente.

ARTÍCULO SÉPTIMO. PERFIL OCUPACIONAL: El **Tecnólogo en Mercadeo Agropecuario** tiene la capacidad de desempeñarse con éxito en el campo laboral en la Administración de Centrales de Abastos, Plazas de Mercado Mayoristas, Cadenas de Supermercados, Explotaciones Agrícolas, Asociaciones y Cooperativas de productores agropecuarios, Fondos de Comercialización y generar su propia unidad de negocio.

ARTÍCULO OCTAVO. ÁREAS REGLAMENTARIAS: De conformidad con la Resolución 60 de 2.003 Artículos 3, 4, 5, 6 y 7. el Plan de Estudios del Programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** se distribuye así:

1. *Área General:*

1. ÁREA GENERAL	
1.1. Temas Obligatorios	Nº CRÉDITOS
Ética	2
Cultura Política	2
Informática Básica	2
Competencias Comunicativas	3
Cátedra Upetecista	1
Subtotal Créditos (9.8%)	10
1.2 Temas Electivos	
Humanidades	4
Idioma Extranjero	4
Lúdicas (Diseño promocional y Marketing)	2
Subtotal Créditos (9.8%)	10
Total Créditos Área General (19.6%)	20



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

2. Área Interdisciplinar

2. ÁREA Interdisciplinar	
Obligatorios	No. CRÉDITOS
Métodos de Estudio	3
Procesos del Pensamiento	2
Prospectiva de los Mercados	1
Lógica	2
Introducción a la Investigación	2
Gestión Empresarial	2
Tipología de la Investigación	2
Investigación y Estadística	2
Seminario de Investigación	3
Seminario de Trabajo de Grado	3
Subtotal Créditos (21.5%)	22

3. Área Disciplinar

3. ÁREA Disciplinar	
Obligatorios	No. CRÉDITOS
Estructura Agraria	3
Producción Agroecológica	2
Economía y Población	3
Administración Moderna	4
Aplicación Contable	2
Bioquímica y Nutrición	4
Tecnología de Empaques	3
Comportamiento del Consumidor	3
Mercadeo Funcional	2
Mercadeo Agrícola	3
Mercadeo Gerencial	2
Investigación de Mercados	3
Mercadeo Pecuario	3
Proyecto Comunitario	3
Control de Calidad Agropecuaria	4
Legislación Comercial	2
Costos Agropecuarios	2
Subtotal Créditos (47%)	48



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

4. Área de Profundización

4. ÁREA de Profundización		
Electivas	Nombre de la Electiva	No. Créditos
I	Administración del Mercadeo o Mercadeo y Negocios Electrónicos	4
II	Mercadeo de Servicios o Promoción y Publicidad	4
III	Merchandising o Tecnología de Alimentos	4
Subtotal Créditos (11.7%)		12
TOTAL CRÉDITOS DEL PROGRAMA 100%		102

ARTÍCULO NOVENO. PLAN DE ESTUDIOS: Adoptar los siguientes nombres, créditos, códigos y requisitos para las asignaturas del Plan de Estudios del Programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario**.

ESTRUCTURA CURRICULAR TECNOLOGÍA EN MERCADEO AGROPECUARIO

Semestre	Núcleo Programático	Unidad Programática	Cácter	Créditos	Total Horas /Sem	Horas Pres/Se m	Horas Trab.Indep/Se m	Relación Horas Pres/Indep.
I	Investigación	Introducción a la Investigación	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
	Gestión Empresarial	Gestión Empresarial	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
	Metodología de Aprendizaje Autónomo	Lógica	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
		Métodos de Estudio	Obligatorio	3	144	29	115	1./4
	Fundamentos y Desarrollo del Mercadeo	Economía y Población	Obligatorio	3	144	29	115	1./4
	Contextual	Estructura Agraria	Obligatorio	3	144	29	115	1./4
	General UPTC	Cátedra Upetecista	Obligatorio	1	48	10	38	1./4
	SUBTOTAL				16	768	157	611



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

II	Investigación	Tipología de la Investigación	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
	Gestión Empresarial	Administración Moderna	Obligatorio	4	192	39	153	1./4
	Metodología del Aprendizaje Autónomo	Procesos del Pensamiento	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
		Legislación Comercial	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
		Aplicación Contable	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
	Contextual	Competencias Comunicativas	Obligatorio	3	144	29	115	1./4
	General UPTC	Informática Básica	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
	SUBTOTAL				17	816	168	648
III	Investigación	Investigación y Estadística	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
	Metodología Aprendizaje	Producción Agroecológica	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
		Prospectiva de los Mercados	Obligatorio	1	48	10	38	1./4
		Control de Calidad Agropecuaria	Obligatorio	4	192	39	153	1./4
		Comportamiento del Consumidor	Obligatorio	3	144	29	115	1./4
	General UPTC	Lenguas Extranjeras I	Electiva	2	96	20	76	1./4
		Humanidades	Electiva	4	192	39	153	1./4
	SUBTOTAL				18	864	177	687
IV	Fundamentos y Desarrollo del Mercadeo	Mercadeo Funcional	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
		Tecnología de Empaques	Obligatorio	3	144	29	115	1./4
		Bioquímica y Nutrición	Obligatorio	4	192	39	153	1./4
	General UPTC	Diseño Promocional y Marketing	Electiva	2	96	20	76	1./4
		Ética	Obligatorio	2	96	20	76	1./4
		Cultura Política	Obligatorio	2	96	20	76	1./4



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

		Lenguas Extranjeras II	Electiva	2	96	20	76	1/4
SUBTOTAL				17	816	168	648	
V	Investigación	Seminario de Investigación	Obligatorio	3	144	29	115	1/4
	Fundamentos y Desarrollo de Mercadeo	Investigación de Mercados	Obligatorio	3	144	29	115	1/4
		Mercadeo Agrícola	Obligatorio	3	144	29	115	1/4
	Énfasis	Mercadeo Gerencial	Obligatorio	2	96	20	76	1/4
		Costos Agropecuarios	Obligatorio	2	96	20	76	1/4
		Electiva I	Electiva	4	192	39	153	1/4
SUBTOTAL				17	816	166	650	
VI	Investigación	Seminario de Trabajo de Grado	Obligatorio	3	144	29	115	1/4
	Fundamentos y Desarrollo del Mercadeo	Mercadeo Pecuario	Obligatorio	3	144	29	115	1/4
		Énfasis	Proyecto Comunitario	Obligatorio	3	144	29	115
	Electiva II		Electiva	4	192	39	153	1/4
	Electiva III		Electiva	4	192	39	153	1/4
SUBTOTAL				17	816	175	641	
TOTAL CRÉDITOS ACADÉMICOS				102	4896	1011	3885	

ELECTIVAS: EL ESTUDIANTE PODRA CURSAR DOCE (12) CRÉDITOS

ELECTIVA	Nombre de la Electiva	No. CRÉDITOS
ELECTIVA I	Administración del Mercadeo	4
	Mercadeo y Negocios Electrónicos	4
ELECTIVA II	Mercadeo de Servicios	4
	Promoción y Publicidad	4
ELECTIVA III	Merchandising	4
	Tecnología de Alimentos	4

El estudiante podrá escoger entre las diferentes opciones que se ofrecen para cada Electiva e inscribirá un total de doce (12) créditos.

ARTÍCULO DÉCIMO. DEL TRABAJO DE GRADO: El estudiante debe realizar un Trabajo Dirigido como requisito de **Trabajo de Grado**. El plazo máximo para presentar y sustentar el Trabajo de Grado en cualquiera de sus modalidades, será de cuatro (4) semestres académicos, a partir de la terminación académica.

CONSEJO ACADÉMICO



Continuación Resolución No.- 49.- 30-08-2005.

PARÁGRAFO: Son modalidades de Trabajo de Grado: la Práctica Empresarial, la Monografía y Proyecto de Creación de Unidades de Negocio.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO. INVESTIGACIÓN: El Programa de **Tecnología en Mercadeo Agropecuario** busca promover la investigación formativa y aplicada para la solución de necesidades del contexto con un compromiso social. Se sustenta en las asignaturas Seminario de Investigación y Seminario de Trabajo de Grado.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: La presente Resolución rige a partir de la fecha de expedición y deroga la Resolución 51 del 12 de febrero de 2.004.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Tunja a los treinta (30) días del mes de agosto de dos mil cinco (2005).


CARLOS AUGUSTO SALAMANCA ROA
Presidente Consejo Académico


MARÍA CECILIA RODRÍGUEZ RUEDA
Secretaria Consejo Académico

MCCR/mcdw.