



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
CONSEJO ACADÉMICO
RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 061 DE 2023
(junio 08)

“Por la cual se aprueban las líneas y los cursos del área de profundización del programa de Mercadeo”

EL CONSEJO ACADÉMICO

En uso de sus atribuciones legales y reglamentarias, especialmente las conferidas por la Ley 30 de 1992, el Acuerdo Superior No. 003 de 2021; y,

CONSIDERANDO

Que el numeral 1 del artículo 22 del Acuerdo Superior No. 003 de 2021 - Estatuto General-, prevé como función del Consejo Académico: decidir sobre el desarrollo académico de la Institución en lo relativo a docencia, especialmente en cuanto se refiere a programas académicos, a investigación, extensión y bienestar universitario.

Que el Acuerdo Académico N° 026 de 2022, establece los Lineamientos Pedagógicos y Curriculares de los programas de pregrado de la Universidad de los Llanos y contempla entre las áreas de formación académica, el área de Profundización, relacionada con las líneas de investigación.

Que el Acuerdo Académico No. 003 de 2011 establece los criterios para definir e impartir las líneas y los cursos que hacen parte del Área de Profundización de los programas de grado de la Universidad de los Llanos. El artículo 2 de dicho Acuerdo Académico establece que las líneas de profundización serán aprobadas por el Consejo Académico, teniendo en cuenta el plan de estudios vigente del programa.

Que el Acuerdo Académico No. 011 de 2012 define el plan de estudios del programa de Mercadeo.

Que la Resolución Académica No. 023 de 2023 aprobó las líneas y cursos del Área de Profundización del programa de Mercadeo con una vigencia para el primer periodo académico de 2023

Que el Consejo Académico en desarrollo de la Sesión Extraordinaria No. 028 del 08 de junio de 2023, analizó la propuesta presentada por el Consejo de Facultad de Ciencias Económicas.

Que, en mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. APROBAR las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización del Programa de Mercadeo, según la siguiente descripción:

| Línea de Profundización N° 1. Nombre: | | Internacionalización y Consumo | | | | | | |
|--|----------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|---|---|---------------------------------|-------------------|
| Objeto de estudio | Nombre de los cursos | N° de créditos | Profesores responsables del Área | Línea de Investigación relacionada | Grupos de investigación vigentes relacionados | Semilleros de Investigación / Grupos de estudio vigentes relacionados | Cursos de posgrado relacionados | Producto esperado |
| | | | | | | | | |



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
CONSEJO ACADÉMICO
RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 061 DE 2023
(junio 08)**

“Por la cual se aprueban las líneas y los cursos del área de profundización del programa de Mercadeo”

| | | | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---------------------------------------|--------------------------|--|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Armonizar los conocimientos teóricos de los estudiantes a partir de las tendencias internacionales propuestas por el Marketing Science Institute (MSI). | Fundamentos de la internacionalización y el consumo. | 3 | María Cristina Otero Gómez, Wilson Giraldo Pérez. | Sostenibilidad de las organizaciones. | 1. Dinámicas de Consumo. | 1) Escenarios Globales y, 2) Consumo y Globalización | <ul style="list-style-type: none"> Gestión de Mercadeo en la Maestría en Administración de Negocios Gestión de Marketing en la Especialización en Administración de Negocios | <ul style="list-style-type: none"> Video o pódcast Propuesta de opciones de grado Conversatorio para la Escuela de Administración y Negocios | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar habilidades investigativas que les permita a los estudiantes la reflexión e identificación de los patrones en el consumo de productos y/o marcas para favorecer la internacionalización de las empresas. | Dinámicas de consumo en el contexto internacional. | 3 | | | | | | Internacionalización de la empresa. | 3 | <ul style="list-style-type: none"> Informe final de opciones de grado Algunos de los productos enmarcados en la categoría de "circulación del conocimiento" según Minciencias |
| | | | | | | | | | | |

| Línea de Profundización N° 2. Nombre: | | Marketing en Agronegocios. | | | | | | |
|--|--|----------------------------|--|------------------------------------|---|---|---------------------------------|--|
| Objeto de estudio | Nombre de los cursos | N° de créditos | Profesores responsables del Área | Línea de Investigación relacionada | Grupos de investigación vigentes relacionados | Semilleros de Investigación / Grupos de estudio vigentes relacionados | Cursos de posgrado relacionados | Producto esperado |
| Fortalecer la formación del estudiante en el proceso de investigación, para el desempeño de las acciones en el Marketing en los agro negocios. | Marketing en Agro negocios del sector primario | 3 | Charles R. Arosa C y Martha L Vargas B | Marketing Integral. | Territorio y Ambiente | Agromarketing | Ninguno | Plan de mercadeo en agro negocios. Proyecto, estrategia de marketing agroindustrial. Trabajo. Aplicación en agro negocios. |
| | Marketing en agro negocios de valor agroindustrial | 3 | | | | | | |
| | Marketing en agro negocios del sector terciario. | 3 | | | | | | |

| Línea de Profundización N° 3. Nombre: | Marketing y Gestión de Servicios. |
|--|-----------------------------------|
|--|-----------------------------------|

f #



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
CONSEJO ACADÉMICO
RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 061 DE 2023
(junio 08)**

“Por la cual se aprueban las líneas y los cursos del área de profundización del programa de Mercadeo”

| Objeto de estudio | Nombre de los cursos | N° de créditos | Profesor es responsables del Área | Línea de Investigación relacionada | Grupos de investigación vigentes relacionados | Semilleros de Investigación n/ Grupos de estudio vigentes relacionados | Cursos de posgrado relacionados | Producto esperado |
|---|---|----------------|---|---|---|--|--|--|
| Analizar las tendencias del conocimiento del mercadeo de servicios y la importancia del desarrollo de estos productos en la economía regional, nacional y mundial, que conduzcan a la academia a abrir espacios de reflexión e investigación para mejorar la competitividad del profesional y de las empresas | La economía de servicios. | 3 | Blanca Iris Pinilla Moreno, Héctor Ismael Rojas Hernández y Matilde Elisa Villamil Gómez. | <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento y Desarrollo Socioeconómico Orinoquense. • Marketing en las Mipymes. | Territorio y Ambiente. | | Gestión de Mercados – Esp. Gestión de Proyectos. | • Informes de consultas realizadas |
| | Gestión de la calidad de los servicios orientados al mercado. | 3 | | | | | | • Artículos para presentar en revistas académicas |
| | Gestión estratégica del mercadeo de servicios. | 3 | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Participación con ponencias, poster, en eventos académicos • Informes de las visitas empresariales realizadas. • Proyectos de aula |

ARTÍCULO 2. Durante cada periodo académico como parte del Área de Profundización el programa se ofrecerá hasta tres (3) líneas entre las aquí descritas, de las cuales, el estudiante que inicia la línea debe elegir y cursar una de ellas.

ARTÍCULO 3. Vigencia y derogatoria. La presente decisión rige a partir de su expedición y publicación; esta decisión estará vigente por el término de tres (3) años y, deroga las normas que le sean contrarias especialmente la Resolución Académica No. 023 de 2023.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Villavicencio, a los 08 días del mes de junio de 2023.

CHARLES ROBIN AROSA CARRERA
Presidente

GIOVANNY QUINTERO REYES
Secretario

Proyectó: Rafael Ospina Infante
Avaló: Ogonzález
Ajustó: JB - SG
Revisó: MSilva