CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENDA

ACUERDO No. 004
(Abril 28 de 2017)

Por el cual se crea el programa de MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA CORPORACION UNIVERSITARIA CENDA EN USO DE SUS ATRIBUCIONES ESTATUTARIAS Y,

CONSIDERANDO:

Que la Ley 30 de 1992 en su artículo 29, literal c, define la autonomía de las Instituciones de Educación Superior para crear, desarrollar sus programas académicos, lo mismo que para expedir sus correspondientes títulos.

Que una de las funciones del Consejo Directivo, ordinal g de los Estatutos, es estudiar, aprobar y modificar los planes y programas de estudio a nivel de pregrado y postgrado que se presente al Consejo Académico.

Que el Rector presentó la propuesta del programa de MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, al Consejo Directivo y al Consejo Académico de la Corporación, para su estudio y aprobación.

Que el Rector de la Corporación Universitaria CENDA, con fundamento en los conceptos favorables del Consejo Académico, sometió dicha propuesta a estudio y aprobación del Consejo Directivo de CENDA.

ACUERDA:

Artículo 1º. Creación. Aprobar el programa de Marketing y Negocios Internacionales en lo concerniente a: su Fundamentación Pedagógica, Objetivos, Plan de Estudios y Duración.

Artículo 2º. Título a Expedir. Otorgar el título de Profesional en Marketing y Negocios Internacionales, a quienes hayan cumplido con los requisitos exigidos por la Corporación Universitaria CENDA y el programa.

Artículo 3°. Sede del Programa. Determinar que la naturaleza del programa es presencial y será ofrecido en Bogotá, D.C.

Artículo 4°. Duración Académica. Establecer que la duración académica del programa de Marketing y Negocios Internacionales será de ciento cincuenta y

siete (157) créditos académicos distribuidos en nueve (9) periodos académicos. Asimismo, la admisión será semestral.

Artículo 5º. Justificación.

En Colombia se ha planteado la imperiosa necesidad del desarrollo de la educación con mayor cobertura y eficiencia, mediante la formación integral de las personas, no solo desde el punto de vista de competencias y habilidades, sino a nivel cultural, de tal manera que su preparación y capacitación, le permita ubicarse en el campo laboral con los conocimientos suficientes, la actitud proactiva y de emprendimiento para poder afrontar los nuevos desafíos y retos que presenta la realidad del mundo contemporáneo y moderno.

La apertura de las economías, el desarrollo dinámico de las comunicaciones y los transportes, así como la innovación de la ciencia y la tecnología, inciden en el proceso de enseñanza-aprendizaje, que brindan mejores oportunidades de acceso a la educación. Lo anterior, exige que las Instituciones de Educación Superior, presenten novedosas estrategias académicas con programas que atiendan las necesidades de los diferentes agentes que intervienen en la economía mundial.

La Corporación Universitaria CENDA, como Institución de Educación Superior, está comprometida con este proceso, brindando a toda la comunidad el programa de Marketing y Negocios Internacionales, apoyados en diversos análisis de programas similares o afines que ofrecen las IES y de las necesidades del sector empresarial, así como el nuevo panorama de postconflicto que presenta el país.

Artículo 6°. Misión del Programa.

Contribuir con la sociedad colombiana, mediante la formación integral de talento humano en el contexto nacional e internacional, en los sectores económico-comercial, financiero, cultural, ambiental y administrativo para la gestión de proyectos y planes de marketing y negocios internacionales, de naturaleza pública y privada.

Artículo 7º. Visión del Programa.

El programa de Marketing y Negocios Internacionales de CENDA será un referente a nivel nacional por la calidad de sus graduados y la gran inserción en el mercado laboral ya sea desde cargos medios y gerenciales como de generadores de empleo por medio de la creación de sus empresas o la definición de ofertas de valor.

Artículo 8º. Perfiles. Adoptar como perfiles tanto profesional como ocupacional del programa de Marketing y Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria CENDA, los siguientes:

a. Perfil Profesional. El profesional en Marketing y Negocios Internacionales de CENDA estará en capacidad de desempeñarse profesionalmente en cualquier tipo de organización pública o privada, que requiera de un líder comercial, con habilidades idóneas para el análisis de oportunidades y toma de decisiones frente a procesos de expansión en mercados, fortalecimiento empresarial y apertura de negocios internacionales.

   El profesional de Marketing y Negocios Internacionales de CENDA, es un agente dinamizador de las organizaciones que a partir de sus conocimientos, habilidades y competencias puede dar a la organización alternativas para expandir e internacionalizar sus bienes y servicios, mediante procesos efectivos de marketing, negociación, logística y distribución física nacional e internacional, partiendo de un análisis administrativo y de costos, que garantice la mejora de procesos internos, que optimicen la demanda y evalúen la competencia, para incursionar de forma estratégica y eficaz en los diferentes mercados internacionales.

   El profesional en Marketing y Negocios Internacionales de CENDA, tendrá las capacidades y competencias necesarias para enfrentarse a un entorno globalizado de la economía mundial, resolviendo situaciones empresariales en los campos de su conocimiento, proponiendo nuevas estrategias de marketing en el comercio exterior e internacional de bienes y servicios, en los temas administrativos, financieros y de negociación internacional, como resultado de la investigación y permanente actualización del conocimiento.

b. Perfil Ocupacional. El profesional en Marketing y Negocios Internacionales de CENDA podrá trabajar en organismos en donde pueda desarrollar:

- Investigación e inteligencia de nuevos mercados.
- Promoción internacional de bienes y servicios.
- Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización en organizaciones con estándares internacionales.
- Logística internacional de mercancías.
- Administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios.
- Asesoría en proyectos de inversión extranjera.
- Consultoría en banca y finanzas internacionales.
- Consultoría en materia de comercio internacional y comercio exterior.
- Empresario

Artículo 9º. Diseño Curricular. Para el diseño curricular del programa de Marketing y Negocios Internacionales de CENDA, se han seguido las directrices establecidas en el modelo pedagógico para una propuesta donde se concibe y sustenta los fundamentos teóricos, los propósitos de formación, el perfil profesional y ocupacional, las competencias y el plan de estudio con su estructura y sus campos disciplinares.

ESPACIO ACADÉMICO	TIPO		Créditos Académicos	Horas de Trabajo Académico al Semestre			Campo Disciplinar				
	Obligatorio	Electivo		Trabajo directo	Trabajo independiente	Horas totales	Negocios Internacionales	Marketing	Básica	Investigación y Apropiación de Saberes	Lenguaje y Comunicación
Globalización y Competitividad	X		3	48	96	144	X				
Fundamentos de Marketing	X		3	48	96	144		X			
Matemáticas I	X		3	48	96	144			X		
Fundamentos de Administración	X		3	48	96	144			X		
Textos: Esquemas Mentales	X		3	48	96	144					X
Cátedra Cendista I	X		2	32	64	96					X
Negocios e Interculturalidad	X		3	48	96	144	X				
Neuromarketing	X		2	32	64	96		X			
Matemáticas II	X		3	48	96	144			X		
Microeconomía	X		3	48	96	144			X		
Pensamiento Lógico Matemático	X		2	32	64	96				X	
Textos: Gramática	X		3	48	96	144					X
Cátedra Cendista II	X		2	32	64	96					X
Comportamiento del Consumidor	X		3	48	96	144		X			
Macroeconomía	X		3	48	96	144			X		
Contabilidad	X		3	48	96	144			X		
Emprendimiento e Innovación	X		3	48	96	144				X	
Textos: Retórica	X		3	48	96	144					X
Lengua Extranjera I	X		2	32	64	96					X
Geopolítica	X		3	48	96	144	X				
Comercio Internacional	X		3	48	96	144	X				
Investigación de Mercado	X		3	48	96	144		X			
Estadística	X		3	48	96	144			X		
Costos y Presupuestos	X		3	48	96	144			X		
Lengua Extranjera II	X		2	32	64	96					X
Logística y Distribución Física Internacional – DFI	X		3	48	96	144	X				
Política Arancelaria y Régimen de Importaciones	X		3	48	96	144	X				
Estrategia de Producto y Marca (Branding)	X		3	48	96	144		X			
Matemáticas Financieras	X		3	48	96	144			X		
Finanzas Internacionales	X		3	48	96	144			X		
Lengua Extranjera III	X		2	32	64	96					X
Estrategias de Negociación I	X		3	48	96	144	X				
Política y Régimen de Exportaciones	X		3	48	96	144	X				
Planeación Estratégica Publicitaria	X		3	48	96	144		X			
Liderazgo	X		3	48	96	144				X	
Lengua Extranjera IV	X		2	32	64	96					X
Electiva I		X	3	48	96	144					
Estrategias de Negociación II	X		2	32	64	96	X				
Integración Económica y Acuerdos Comerciales	X		3	48	96	144	X				
Marketing Internacional	X		3	48	96	144		X			
Opción de Grado I		X	3	48	96	144				X	
Constitución Política	X		2	32	64	96					X
Lengua Extranjera V	X		2	32	64	96					X
Electiva II		X	3	48	96	144					
Strategic Business	X		3	48	96	144	X				
Digital Marketing	X		3	48	96	144		X			
Gerencia Comercial	X		2	32	64	96		X			
Derecho Internacional Público y Privado	X		2	32	64	96			X		
Opción de Grado II		X	3	48	96	144				X	
Bioética y Responsabilidad Social	X		2	32	64	96					X

Electiva III		X	3	48	96	144					
Management Games	X		3	48	96	144	X				
Strategic Merchandising	X		3	48	96	144		X			
E-Commerce	X		3	48	96	144		X			
Opción de Grado III		X	3	48	96	144				X	
Práctica Empresarial	X		3	48	96	144				X	
Electiva IV		X	3	48	96	144					
Total Número Horas				2.512	5.024	7.536					
Total Porcentaje Horas (%)				33.3	66.7	100					
Total Número de Créditos del Programa		12	157				35	31	32	20	27
Total Porcentaje Créditos (%)		8					22	20	20	13	17

Artículo 10°. Comité de Programa. El programa de Marketing y Negocios Internacionales tendrá un Comité de Programa, el cual establecerá las normas y requisitos a tener en cuenta en el desarrollo académico del programa de acuerdo con las normas que al respecto ha establecido la Corporación Universitaria CENDA.

Artículo 10º. Asignación de Recursos. Facultar al Rector para apropiar la planta de personal, los recursos y la infraestructura necesaria y suficiente para el buen funcionamiento del programa, manteniendo el equilibrio presupuestal, al tenor de lo dispuesto en la normatividad institucional.

Artículo 11º. Notificación al MEN. Ordenar al Rector que notifique la Creación del programa de Marketing y Negocios Internacionales y realice los trámites correspondientes ante el Ministerio de Educación Nacional.

Artículo 12º. Vigencia. El presente acuerdo rige para los estudiantes que ingresen a cursar el programa una vez se obtenga el Registro Calificado por parte del Ministerio de Educación Nacional.

Dado en Bogotá, D.C., a los 28 días del mes de Abril de 2017.

LUIS HERNANDO BALLESTAR RINCÓN
RECTOR – REPRESENTANTE LEGAL
REGISTRO MEN No. 1130