CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENDA

ACUERDO No. 063
Octubre 28 de 2022

Por el cual se Amplía la Modalidad del Programa de Marketing y Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria CENDA

El Consejo Directivo de la Corporación Universitaria CENDA en ejercicio de sus facultades que le confiere el Estatuto General de la Institución, consagrado en el Artículo 44, y

CONSIDERANDO:

Que la Ley 30 de 1992 en su artículo 29, literal d, define la autonomía de las Instituciones de Educación Superior para definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión.

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 el Ministerio de Educación Nacional otorgó el Registro Calificado al Programa de Marketing y Negocios Internacionales en Modalidad Presencial según Resolución 04531 del 21 de marzo de 2018 y se le otorgó código SNIES 106833.

Que el Decreto 1330 de 2019 en su artículo 2.5.3.2.10.2 establece que "Cualquier modificación que afecte las condiciones de calidad del programa con las cuales se le otorgó el registro calificado al mismo, debe informarse al Ministerio de Educación Nacional a través del Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior-SACES, o el que haga sus veces.

Que el cambio de modalidad definido en el mismo artículo del considerando anterior "requerirán aprobación previa y expresa del Ministerio de Educación Nacional".

ACUERDA:

Artículo 1º. Ampliar la modalidad de oferta del Programa. Establecer la ampliación de modalidad que fue aprobada por el Ministerio de Educación Nacional. Para ello, se amplía el artículo 3° del Acuerdo 004 de 2017 de creación del programa manteniéndose la modalidad presencial e incluyendo la modalidad virtual.

Artículo 2º. Condiciones de Calidad. Las condiciones de calidad sobre las que fue aprobado el programa y que se definieron en la Resolución 04531 de 2017 expedida por el MEN, se mantendrán salvo la inclusión de los aspectos asociados a la nueva modalidad virtual y que están definidos en la Resolución 21795 de 2020. Es decir, denominación, titulación, duración, plan de estudios, se mantienen de acuerdo a lo aprobado por el MEN.

Artículo 3º. Justificación de la Ampliación de Modalidad. La pandemia del coronavirus nos mostró una realidad que en Colombia existe, pero no se había manifestado tanto como consecuencia de las modificaciones a las que tuvieron que adaptarse las Instituciones de Educación Superior. El trabajo que se venía desarrollando a partir de las metodologías que la presencialidad posibilita, debieron volcarse a espacios remotos o asistidos por plataformas, lo que generó en vacíos en los aprendizajes, no por las mediaciones en sí, sino por la falta de formación en este tipo de recursos y el entenderlas desde los lugares propios de la virtualidad. Esto implica la formación y apropiación de los recursos tecnológicos como mediadores del aprendizaje y los cambios de roles tanto del estudiante, el docente y el apoyo administrativo.

Asimismo, entendemos que la concentración de programas en las principales ciudades ha abierto brechas en las regiones, lo que no solo limita el acceso, sino que además se obliga a salir de los territorios a los que difícilmente se retorna.

La Corporación Universitaria CENDA, considera que su programa de Marketing y Negocios Internacionales, que solamente tiene presencia en Bogotá, aportaría de manera amplia en el desarrollo de las empresas y organizaciones de todos los territorios. Por lo tanto, CENDA desde su enfoque pedagógico desde la complejidad, ha venido adelantando discusiones y creando metodologías que permitan reconocer y trabajar las diversidades, lo que daría un elemento diferenciador y la pertinencia necesaria acercándose al conocimiento de los mercados locales desde una visión internacional y de esta manera aportar en el enfoque de desarrollo propio de su territorio.

Artículo 4°. Relación de los créditos académicos. Teniendo en cuenta que el modelo de Educación a Distancia y Virtual de la Corporación Universitaria CENDA define una relación entre los créditos de 1:5, la relación de horas teóricas, teórico-prácticas y prácticas se modifican en relación a la presencialidad que es de 1:5, para ello se establece la siguiente estructura.

Semestre	Espacio Académico	Tipología	Créditos	Horas Teóricas	Horas Teórico-Prácticas	Horas Prácticas	Horas Trabajo Independiente	Horas Totales
I	Globalización y Competitividad	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Fundamentos de Marketing	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Matemáticas I	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Fundamentos de Administración	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Textos: Esquemas Mentales	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Cátedra Cendista I	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
II	Negocios e Interculturalidad	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Neuromarketing	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Matemáticas II	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Microeconomía	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Pensamiento Lógico Matemático	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Textos: Gramática	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Cátedra Cendista II	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
III	Comportamiento del Consumidor	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Estadística Descriptiva	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Contabilidad	Obligatorio	3	20	4	0	120	144

	Macroeconomía	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Emprendimiento e Innovación	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Textos: Retórica	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Lengua Extranjera I	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
IV	Geopolítica	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Estadística	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Comercio Internacional	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Investigación de Mercado	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Costos y Presupuestos	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Lengua Extranjera II	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
V	Logística y Distribución Física Internacional - DFI	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Política Arancelaria y Régimen de Importaciones	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Estrategia de Producto y Marca (branding)	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Matemáticas Financieras	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Finanzas Internacionales	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Lengua Extranjera III	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
VI	Estrategias de Negociación I	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Política y Régimen de Exportaciones	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Planeación Estratégica Publicitaria	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Liderazgo	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Investigación de Mercados	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Lengua Extranjera IV	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Electiva I	Electivo	3	20	4	0	120	144
VII	Estrategias de Negociación II	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Integración Económica y Acuerdos Comerciales	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Marketing Internacional	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Logística y Distribución	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Opción de Grado I	Optativo	3	12	12	0	120	144
	Constitución Política	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Lengua Extranjera V	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Electiva II	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
VIII	Strategic Business	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Digital Marketing	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Gerencia Comercial	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Derecho Internacional Público y Privado	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Opción de Grado II	Optativo	3	12	12	0	120	144
	Bioética y Responsabilidad Social	Obligatorio	2	16	8	0	72	96
	Electiva III	Electivo	3	20	4	0	120	144
IX	Management Games	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Strategic Merchandising	Obligatorio	3	20	4	0	120	144

	E-Commerce	Obligatorio	3	20	4	0	120	144
	Opción de Grado III	Optativo	3	12	12	0	120	144
	Práctica Empresarial	Optativo	3	12	12	0	120	144
	Electiva IV	Electivo	3	20	4	0	120	144

Artículo 5°. Presentación ante el MEN. Se autoriza al Rector para presentar la solicitud ante el MEN en el aplicativo destinado para ello e iniciar el trámite definido en la normatividad del MEN.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dado en Bogotá D.C. a los Veintiocho (28) días del mes de Octubre de 2022.

LUIS HERNANDO BALLESTAS RINCÓN
Rector

LUIS ALEJANDRO CORTÉS CELY
Secretario Ad Hoc