	<b>ACUERDO</b>	Código: F-GJR-04
		Versión: 01
	<b>FORMATO</b>	Fecha: 09/09/2021
		Página: 1 de 11

**ACUERDO No. 047 DE 2021  
(diciembre 13)**

“Por el cual se modifica el Plan de Estudios y se establece el Plan de Transición del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo modalidad Presencial en el Municipio de Pamplona y con ampliación del lugar de desarrollo a la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander”

**EL CONSEJO ACADÉMICO DEL INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACIÓN RURAL ISER DE  
PAMPLONA**

**En uso de sus facultades legales y estatutarias, y**

**CONSIDERANDO**

Que, de conformidad con el literal a) del artículo 28 del Acuerdo 010 del 2 de diciembre de 1993- Estatuto General-, emanado del Consejo Directivo, es función del Consejo Académico decidir sobre los aspectos inherentes a los programas académicos.

Que, según el Artículo 6 del Acuerdo 014 del 27 de Julio de 2018 “Reglamento Académico y Estudiantil emanado por el Consejo Directivo, “se denomina Plan de estudios, al conjunto de cursos obligatorios, optativos y electivos estructurados por periodos académicos con su correspondiente asignación de créditos, acompañados de los requisitos y corequisitos. El comité curricular como órgano asesor en materia académica, curricular y de evaluación, recomendará previo estudio al Consejo de Facultad al cual está adscrito el programa, la creación o modificación del Plan de estudios. El plan de estudios debe ser aprobado por el Consejo Académico y comunicado al Ministerio de Educación Nacional para su debida validación y ejecución.”


Que, el Artículo 9 del Acuerdo 014 del 27 de Julio de 2018, Reglamento Académico y estudiantil, establece que “las modificaciones del plan de estudios podrán realizarse con el fin de mejorar la enseñanza, actualizar los contenidos de los cursos e impulsar la investigación y la proyección social o en procura de establecer y desarrollar convenios de transferencia, movilidad de estudiantes u homologaciones de cursos con otras instituciones de Educación Superior.”

Que, el Artículo 10 del Acuerdo 014 del 27 de Julio de 2018, Reglamento Académico y estudiantil, define que “toda modificación al Plan de estudios de un programa académico exige la elaboración de un plan de transición que permita cambios académicos sin perjudicar a los estudiantes matriculados en ese programa, ni ocasionarles mayor tiempo para la culminación normal de sus estudios de pregrado.”

Que, según el Acta No 010 del 13 de diciembre de 2021 del Comité Curricular del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo, consideraron pertinente recomendar la modificación del plan de estudios del programa para ajustarlo a las políticas curriculares institucionales y se sugirió el debido plan de transición a dichas modificaciones.

En mérito de lo expuesto,


*“Formamos profesionales de calidad para el desarrollo social y humano”*

	<b>ACUERDO</b>	Código: F-GJR-04
		Versión: 01
	<b>FORMATO</b>	Fecha: 09/09/2021
		Página: 2 de 11

## ACUERDA

**ARTICULO PRIMERO.** Aprobar la modificación al plan de estudios del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo, modalidad Presencial en el Municipio de Pamplona y con ampliación del lugar de desarrollo a la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, con la siguiente estructura de créditos académicos:


<b>TECNOLOGÍA EN GESTION DE MERCADEO</b>				
<b>SEMESTRE</b>	<b>NOMBRE DEL CURSO</b>	<b>CREDITOS</b>		
		<b>OBLIGATORIO</b>	<b>ELECTIVO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>I</b>	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN.	2		2
	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA.	2		2
	SOCIEDAD Y RURALIDAD.	2		2
	EMPRENDIMIENTO.	3		3
	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS.	1		1
	INGLÉS I.	1		1
	HABILIDADES INTRA E INTERPERSONALES	2		2
	MERCADEO	3		3
<b>II</b>	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SERVICIO AL CLIENTE.	3		3
	ESTADÍSTICA.	2		2
	LIDERAZGO Y GESTIÓN.	2		2
	OFIMÁTICA.	1		1
	INGLÉS II.	1		1
	COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.	3		3
	TÉCNICA, TECNOLOGÍA Y CIENCIA.	2		2
	PRODUCCIÓN Y COMPRESIÓN DE TEXTOS.	1		1
<b>III</b>	COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.	3		3
	CONTABILIDAD FINANCIERA.	2		2
	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.	2		2
	INGLÉS III.	1		1
	ELECTIVA I		1	1
	LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	3		3
	GESTIÓN AMBIENTAL.	1		1
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	2		2
<b>IV</b>	MEDIOS Y TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN.	3		3
	HERRAMIENTAS DE DISEÑO	3		3
	CIUDADANÍA Y CONVIVENCIA.	2		2
	INGLÉS IV.	1		1
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	3		3
	ELECTIVA II		1	1
	OPTATIVA MERCADEO		3	3

	<b>ACUERDO</b>	Código: F-GJR-04
		Versión: 01
	<b>FORMATO</b>	Fecha: 09/09/2021
		Página: 3 de 11

<b>V</b>	ELECTIVA III		1	1
	MERCADEO ESTRATÉGICO.	3		3
	OPTATIVA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD		3	3
	PRÁCTICA EN MERCADEO.	8		8
<b>VI</b>	TRABAJO DE GRADO.	15		15
	TOTAL	<b>83</b>	<b>9</b>	<b>92</b>

**ARTICULO SEGUNDO.** El nuevo Plan de estudios del Programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo presenta la siguiente estructura curricular por componentes de formación:


COMPONENTE DE FORMACIÓN	NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS	
		CURS O	COMPONEN TE
BÁSICO	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN.	2	10
	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA.	2	
	ESTADÍSTICA.	2	
	CONTABILIDAD FINANCIERA.	2	
	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	2	
PROFESIONAL ESPECÍFICO	EMPRENDIMIENTO.	3	46
	MERCADEO	3	
	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SERVICIO AL CLIENTE.	3	
	LIDERAZGO Y GESTIÓN.	2	
	COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.	3	
	COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.	3	
	LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	3	
	MEDIOS Y TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN.	3	
	HERRAMIENTAS DE DISEÑO	3	
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	3	
	OPTATIVA MERCADEO	3	
	MERCADEO ESTRATÉGICO.	3	
	OPTATIVA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	3	
	PRÁCTICA EN MERCADEO.	8	
PARA LA INVESTIGACIÓN Y PROFUNDIZACIÓN	TÉCNICA, TECNOLOGÍA Y CIENCIA.	2	19
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	2	
	TRABAJO DE GRADO.	15	
SOCIOHUMANÍSTICO	SOCIEDAD Y RURALIDAD.	2	10
	HABILIDADES INTRA E INTERPERSONALES	2	
	ELECTIVA I	1	
	GESTIÓN AMBIENTAL.	1	

 <b>Instituto Superior de Educación Rural ISER</b> <small>Vigilado por el Ministerio de Educación</small>	<b>ACUERDO</b>	Código: F-GJR-04
		Versión: 01
	<b>FORMATO</b>	Fecha: 09/09/2021
		Página: 4 de 11


<b>COMUNICACIÓN</b>	CIUDADANÍA Y CONVIVENCIA	2	<b>7</b>
	ELECTIVA II	1	
	ELECTIVA III	1	
	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS.	1	
	INGLÉS I.	1	
	OFIMÁTICA.	1	
	INGLÉS II.	1	
	PRODUCCIÓN Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS.	1	
	INGLÉS III.	1	
	INGLÉS IV.	1	

**ARTICULO TERCERO.** La innovación curricular del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo presenta los siguientes requisitos, correquisitos y las horas de trabajo académico de los estudiantes:

SEMESTRE	N°	NOMBRE DEL CURSO	TH D	TH I	HT	CRÉDITOS CURSO	PREREQUISITOS	CO-REQUISITOS	CRÉDITOS SEMESTRE
<b>I</b>	1	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN.	3	3	6	2			<b>16</b>
	2	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA.	3	3	6	2			
	3	SOCIEDAD Y RURALIDAD.	3	3	6	2			
	4	EMPRENDIMIENTO.	2	7	9	3			
	5	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS.	2	1	3	1			
	6	INGLÉS I.	2	1	3	1			
	7	HABILIDADES INTRA E INTERPERSONALES	2	4	6	2			
	8	MERCADEO	3	6	9	3			
<b>II</b>	1	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SERVICIO AL CLIENTE.	3	6	9	3	MERCADEO		<b>15</b>
	2	ESTADÍSTICA.	3	3	6	2			

	<b>ACUERDO</b>					Código: F-GJR-04	
						Versión: 01	
	<b>FORMATO</b>					Fecha: 09/09/2021	
						Página: 5 de 11	

	3	LIDERAZGO Y GESTIÓN.	2	4	6	2		
	4	OFIMÁTICA.	2	1	3	1		
	5	INGLÉS II.	2	1	3	1	INGLÉS I.	
	6	COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.	3	6	9	3	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS.	
	7	TÉCNICA, TECNOLOGÍA Y CIENCIA.	3	3	6	2		
	8	PRODUCCIÓN Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS.	2	1	3	1		
<b>III</b>	1	COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.	3	6	9	3		
	2	CONTABILIDAD FINANCIERA.	2	4	6	2		
	3	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.	3	3	6	2		
	4	INGLÉS III.	2	1	3	1	INGLÉS II.	
	5	ELECTIVA I	2	1	3	1		
	6	LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	3	6	9	3	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SERVICIO AL CLIENTE.	
	7	GESTIÓN AMBIENTAL.	2	1	3	1		
	8	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	3	3	6	2		
	1	MEDIOS Y TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN.	3	6	9	3	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SERVICIO AL CLIENTE.	16
<b>IV</b>	2	HERRAMIENTAS DE DISEÑO	3	6	9	3		
	3	CIUDADANÍA Y CONVIVENCIA.	4	2	6	2		


	<b>ACUERDO</b>					Código: F-GJR-04	
						Versión: 01	
	<b>FORMATO</b>					Fecha: 09/09/2021	
						Página: 6 de 11	

	4	INGLÉS IV.	2	1	3	1	INGLÉS III.		
	5	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	3	6	9	3	ESTADÍSTICA.		
							METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.		
	6	ELECTIVA II	2	1	3	1			
7	OPTATIVA MERCADEO	3	6	9	3				
<b>V</b>	1	ELECTIVA III	2	1	3	1			15
	2	MERCADEO ESTRATÉGICO.	3	6	9	3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.		
	3	OPTATIVA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	3	6	9	3	OPTATIVA MERCADEO		
	4	PRÁCTICA EN MERCADEO.	22	2	24	8	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.		
<b>VI</b>	1	TRABAJO DE GRADO	42	3	45	15			15
<b>TOTAL</b>			<b>243</b>	<b>198</b>	<b>441</b>		<b>92</b>		
			<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>				

**ARTÍCULO CUARTO:** Aprobar el plan de transición del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo modalidad Presencial en el Municipio de Pamplona y con ampliación del lugar de desarrollo a la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, el plan de transición debe ser entendido como las acciones que desarrolla la institución para garantizar a los estudiantes del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo modalidad Presencial en Pamplona, su tránsito por el nuevo plan de estudios, mediante la homologación de cursos o plan de equivalencias, requisitos de grado y demás aspectos normativos vigentes, a fin de que puedan beneficiarse de las mejoras implementadas en el currículo.

**ARTÍCULO QUINTO:** Los propósitos del plan de transición son:

- a) Garantizar los derechos adquiridos de los estudiantes matriculados en el programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo modalidad Presencial en el Municipio de Pamplona y con ampliación del lugar de desarrollo a la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander,, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la Institución.
- b) Dar la posibilidad a los estudiantes matriculados con anterioridad a la propuesta de innovación curricular de beneficiarse del desarrollo del programa en el marco de su modificación de plan de estudios.

 <p>Instituto Superior de Educación Rural ISER Vigilado por el Ministerio de Educación</p>	<b>ACUERDO</b>	Código: F-GJR-04
		Versión: 01
	<b>FORMATO</b>	Fecha: 09/09/2021
		Página: 7 de 11

- c) Tener opciones para el desarrollo del proceso formativo de aquellos estudiantes que soliciten reingreso.


**ARTÍCULO SEXTO:** El plan de equivalencia del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo modalidad Presencial en el Municipio de Pamplona y con ampliación del lugar de desarrollo a la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, aplicará cuando el estudiante se encuentre en alguno de los siguientes casos:

- a) El estudiante que este activo en el plan de estudios actual del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo y quiera acogerse voluntariamente al nuevo plan de estudios, manifestando su conformidad, en el momento de realizar la matrícula general, a través del mecanismo establecido, previa aplicación de la homologación de cursos o plan de equivalencias.
- b) Si el estudiante se ha desvinculado del programa por más de un (1) año deberá acogerse al nuevo plan de estudios, previa aplicación de la homologación de cursos o plan de equivalencias.
- c) El estudiante activo con acuerdos de homologación con diferentes Instituciones de Educación Superior o del SENA, y que quieran acogerse voluntariamente al nuevo plan de estudios, manifestando su conformidad, en el momento de realizar la matrícula, a través del mecanismo establecido, previa aplicación de la homologación de cursos o plan de equivalencias.

**ARTÍCULO SÉPTIMO:** El plan de equivalencias del Programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo modalidad Presencial en el Municipio de Pamplona y con ampliación del lugar de desarrollo a la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, consiste reconocer los cursos del plan de formación anterior, con cursos del nuevo plan de estudios, que apunten a objetivos, habilidades y destrezas similares. Adicionalmente se formula el plan de tal manera que la transición sea lo más flexible y articulada entre el programa y los estudiantes.


**ARTÍCULO OCTAVO:** Para realizar el plan de equivalencias del Programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo, entre el plan de estudios anterior y la innovación curricular proyectada para el programa, se estableció un sistema de homologación basado en los contenidos temáticos de cada uno de los cursos y sus créditos académicos, de la siguiente manera:

PLAN TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO RESOLUCIÓN MEN 02820 DEL 16 DE FEBRERO DE 2016				INNOVACIÓN CURRICULAR 2022 TECNOLOGIA EN GESTIÓN DE MERCADEO			
NOMBRE DEL CURSO	Créditos	Semestre	TIPO (Obligatorio- Electivo)	NOMBRE DEL CURSO	Créditos	Semestre	TIPO (Obligatorio- Electivo)
HABILIDADES COMUNICATIVAS	2	I	O	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	1	I	O


	<b>ACUERDO</b>			Código: F-GJR-04			
				Versión: 01			
	<b>FORMATO</b>			Fecha: 09/09/2021			
				Página: 8 de 11			

EMPRENDIMIEN TO	2	I	O	EMPRENDIMIEN TO.	3	I	O
ADMNISTRACIO N GENERAL	3	I	O	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓ N.	2	I	O
FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA	3	I	O	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA.	2	I	O
MACROECONO MÍA	3	II	O				
HABILIDADES PERSONALES E INTERPERSONA LES	2	III	O	HABILIDADES INTRA E INTERPERSONA LES	2	I	O
INGLES I	2	II	O	INGLÉS I.	1	I	O
				SOCIEDAD Y RURALIDAD.	2	I	O
CALCULO I	4	I	O				
CONTABILIDAD GENERAL	3	I	O	CONTABILIDAD FINANCIERA.	2	III	O
COSTOS Y FIJACION DE PRECIOS	3	III	O				
MATEMATICA FINANCIERA	3	IV	O				
FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS	3	V	O				
FUNDAMENTOS DE MERCADEO	3	II	O	MERCADEO	3	I	O
COMPORTAMIE NTO DEL CONSUMIDOR	3	III	O	COMPORTAMIE NTO DEL CONSUMIDOR Y SERVICIO AL CLIENTE.	3	II	O
ESTADISTICA	3	II	O	ESTADÍSTICA.	2	II	O
				LIDERAZGO Y GESTIÓN.	2	II	O
INFORMATICA (EXTRAPLAN)			O	OFIMÁTICA.	1	II	O
INGLES II	2	III	O	INGLÉS II.	1	II	O
COMUNICACIÓN DE MERCADEO	3	IV	O	COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.	3	II	O
MERCADEO DIGITAL	2	VI	O				
				TÉCNICA,	2	II	O



 <p>Instituto Superior de Educación Rural ISER Vigilado por el Ministerio de Educación</p>	<b>ACUERDO</b>			Código: F-GJR-04
				Versión: 01
	<b>FORMATO</b>			Fecha: 09/09/2021
				Página: 9 de 11

				TECNOLOGÍA Y CIENCIA.			
				PRODUCCIÓN Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS.	1	II	O
TECNICAS DE VENTAS	3	III	O	COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.	3	III	O
SERVICIO AL CLIENTE	3	V	O				
SISTEMAS DE INFORMACION DE MERCADEO	3	V	O				
				HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	2	III	O
INGLES III	2	IV	O	INGLÉS III.	1	III	O
ELECTIVA DE BIENESTAR I	1	I	E	ELECTIVA I	1	III	E
LOGISTICA Y DISTRIBUCION	3	IV	O	LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	3	III	O
MERCHANDISING	2	VI	O				
GESTION AMBIENTAL	2	V	O	GESTIÓN AMBIENTAL.	1	III	O
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	2	II	O	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	2	III	O
				MEDIOS Y TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN	3	IV	O
				HERRAMIENTAS DE DISEÑO	3	IV	O
				CIUDADANÍA Y CONVIVENCIA.	2	IV	O
INGLES IV	2	VI	O	INGLÉS IV.	1	IV	O
INVESTIGACION DE MERCADOS	3	III	O	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	3	IV	O
ELECTIVA DE BIENESTAR II	1	II	E	ELECTIVA II	1	IV	E
OPTATIVA I	3	IV	E	OPTATIVA DE MERCADEO	3	IV	E
ELECTIVA DE BIENESTAR III	1	III	E	ELECTIVA III	1	V	E
PLAN DE	2	VI	O	MERCADEO	3	V	O

	<b>ACUERDO</b>			Código: F-GJR-04			
				Versión: 01			
	<b>FORMATO</b>			Fecha: 09/09/2021			
				Página: 10 de 11			

MARKETING				ESTRATÉGICO.			
MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	3	V	O				
OPTATIVA II	3	V	E	OPTATIVA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	3	V	E
PRACTICA	4	IV	O	PRÁCTICA EN MERCADEO.	8	V	O
TRABAJO DE GRADO	4	VI	O	TRABAJO DE GRADO.	15	VI	O
CALCULO II	4	II	O				
OPTATIVA III	3	VI	E				
OPTATIVA IV	3	VI	E				

**ARTÍCULO NOVENO:** Los cursos de la nueva propuesta curricular para el programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo, que no estén relacionados no tienen equivalencias y deberán ser cursados por el estudiante.


**ARTÍCULO DÉCIMO:** Los cursos del componente de formación básica y de formación profesional específica cursados en el actual plan de estudios del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo, tienen equivalencia en el plan de estudios nuevo, y su diferencia en los créditos académicos, se complementarán con cursos de nivelación gratuitos para los estudiantes por parte de la institución.

**ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO:** Los cursos electivos cursados en el actual plan de estudios del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo, y que no estén anteriormente relacionados, no tienen equivalencia en el plan de estudios nuevo, y serán ofrecidos por un periodo adicional de dos años.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO:** Los cursos electivos extraplan ofertados por bienestar institucional y cursados por el estudiante en el actual plan de estudios del programa, tienen equivalencia a las electivas en el nuevo plan de estudios del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo.

**PARÁGRAFO:** Los estudiantes nuevos que ingresen al programa una vez el Ministerio de Educación Nacional apruebe la modificación al plan de estudios, se registrarán de manera automática por el proceso de admisión, registro y control académico en el nuevo plan de estudios.

**ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO:** El presente acuerdo entrará en vigencia en periodo académico vigente a partir de la aprobación del Ministerio de Educación Nacional de la solicitud de modificación del plan de estudios y el número de créditos del programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo.

	<b>ACUERDO</b>	Código: F-GJR-04
	<b>FORMATO</b>	
		Fecha: 09/09/2021
		Página: 11 de 11

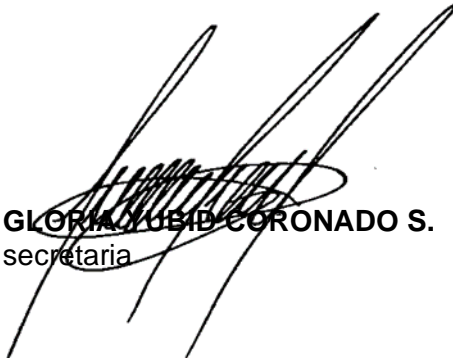
**ARTÍCULO CUARTO:** Hace parte del presente acuerdo el anexo del plan de estudios del programa del plan de estudios, malla curricular, plan de transición del programa académico.

**ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO:** El presente acuerdo rige a partir de su expedición y deroga cualquier disposición en contrario.

**PUBLÍQUESE, Y/O COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE**

**Dado en Pamplona, a los trece (13) días del mes de diciembre de 2021**

  
**MARIO AUGUSTO CONTRERAS MEDINA**  
 Rector

  
**GLORIA YUBID CORONADO S.**  
 secretaria

**Proyectó:**

Manuel Francisco Parada Villamizar  
 Coordinador de Programa de Tecnología en Gestión de Mercadeo

**Revisó:**

Javier Bustos Cortes  
 Vicerrector Académico

Dra. Janeth León Tarazona  
 Profesional Especializada de Gestión Jurídica