

REUNIÓN EXTRAORDINARIA DEL CONSEJO ACADÉMICO
DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL
"Alexander von Humboldt"

ACTA 085

Fecha: Armenia, julio 17 de 2019
Hora: 03: 00pm
Lugar: Sala de Juntas de la Corporación

Lista de asistentes:

Doctor, Diego Fernando Jaramillo L.	Rector
Doctora, Adriana Gutiérrez Salazar	Vicerrectora Académica
Psicóloga, Paula Andrea Mena L.	Decana Facultad de Psicología - Suplente
Doctora, Ángela Milena Bravo A	Representante de los Docentes
Estudiante, Hoover Clavijo Díaz	Representante de los estudiantes
Doctora, Claudia Marcela Arango C.	Secretaria General

Para iniciar el señor Rector, presentó a los asistentes la propuesta del orden del día para la sesión

ORDEN DEL DÍA PROPUESTO

1. Verificación del Quórum
2. Propuesta solicitud Aprobación creación de nuevo programa de pregrado en y Marketing Digital y Comunicación Estratégica
3. Propositiones y varios

1. VERIFICACIÓN DE QUÓRUM

Prosiguió el señor rector, agradeciendo a los consejeros su asistencia a la sesión extraordinaria, e informó que el doctor Fernando Gómez Herrera, se excusó vía correo electrónico, por encontrarse fuera del país.

Igualmente informó, que se excusó el doctor Norberto Arenas, quien se encuentra atendiendo una contingencia familiar.

Sin embargo, aclaró que se encontraban presentes 5 de los 7 miembros del con voz y voto, encontrándose entonces con quórum suficiente para deliberar y decidir.

2. PROPUESTA SOLICITUD APROBACIÓN CREACIÓN DE NUEVO PROGRAMA DE PREGRADO EN Y MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Para iniciar la presentación de la solicitud, el señor rector contextualizó a los asistentes, informándoles que debido a que a comienzos del semestre, se llevó a cabo una reunión con las áreas responsables al interior de la institución, para definir a cual facultad debía pertenecer el nuevo programa de Comunicación estratégica y marketing digital, allí se dió la discusión de la pertinencia del programa, donde se cuestionó, que tan llamativo y atendible podría resultar el planteamiento inicial aprobado en el mes de diciembre para los estudiantes potenciales.

Así mismo, se puso a consideración si era viable ofertar un programa con mayor enfoque en la comunicación, teniendo conocimiento que la Universidad del Quindío ofrece un programa

similar y que la Gran Colombia acababa de presentar registro para programa en Comunicación digital.

De acuerdo con esto y con la proyección de la institución en ofertar programas pertinentes y de vanguardia, se decidió presentar un programa innovador y cambia entonces el enfoque a Marketing digital y Comunicación Estratégica.

De allí que la propuesta a presentar en la presente sesión esté orientada para la revisión y aprobación del nuevo programa de Marketing digital y comunicación estratégica; para tal fin, el señor rector invitó a la sala de juntas, a la decana de la facultad de administración y al asesor del programa el doctor Heiller Abadía, para la correspondiente sustentación de la nueva propuesta.

Ingresaron a la sala de Juntas la Administradora Diana Carolina Garzón y el Asesor Heiller Abadía, quienes iniciaron su exposición.

Iniciaron haciendo la presentación de los aspectos generales:

Nombre del programa:
Marketing Digital y Comunicación Estratégica

Título que otorga: Profesional en Marketing Digital y Comunicación Estratégica

Número de semestres: 9

Número total de créditos: 156

Modalidad: Presencial

BUSCAMOS VISIONARIOS COMO TÚ

BIENVENID@ A LA CUE

UNIVERSITARIA ALEXANDER VON HUMBOLDT

Asesorador von Humboldt CAMARA

Generalidades

Institución que ofrece el programa	CUE Alexander von Humboldt
Nombre del Programa	Marketing Digital y Comunicación Estratégica
Título que Otorga	Profesional en Marketing Digital y Comunicación Estratégica
Ubicación	Armenia, Quindío
Nivel	Profesional universitario
Créditos	156
Metodología	PRESENCIAL
Área del Conocimiento	Mercadeo y comunicación estratégica
Periodicidad de Admisión	Semestral

Asesorador von Humboldt CAMARA

En este punto, tomó la palabra el doctor Clavijo, representante de los estudiantes, quien consultó sobre la pertinencia de utilizar un nombre que combina un vocablo en inglés con el español.

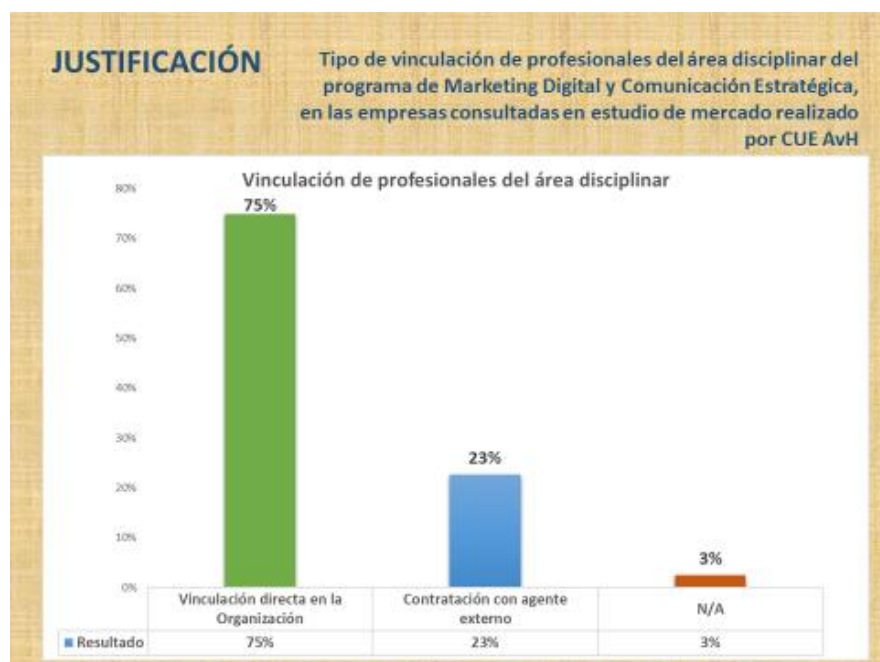

Intervino el señor rector, quien aclaró al consejero, que teniendo en cuenta los avances idiomáticos, dentro del español, se acepta el uso de palabras con influencia de otros idiomas.

Tomó la palabra el asesor Abadía, quien aclaró que el nombre del programa fue pensado detenidamente, con el fin de ajustarse a la realidad del entorno globalizado y con correspondencia a las tendencias que en materia de educación se vienen desarrollando.

Acto seguido continuaron con la presentación de la propuesta.

Nombre del programa:
Marketing Digital y Comunicación Estratégica

Justificación: El programa se justifica desde diferentes ámbitos, como lo tendencial, lo académico, la oferta, los estudios de mercado, la información arrojada por SNIES y Colciencias y por las capacidades institucionales.



JUSTIFICACIÓN

Oferta en los campos del marketing y la comunicación en la región

UNIVERSIDADES DEL EJE CAFETERO QUE OFRECEN PROGRAMAS EN EL CAMPO DEL MERCADEO			
DEPARTAMENTO	UNIVERSIDAD	PROGRAMA	No. DE SEMESTRE
CALDAS	UNIVERSIDAD DE MANIZALES	MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL	10
QUINDIO	INSTITUCION UNIVERSITARIA EAM	ADMINISTRACION DE MERCADEO Y FINANZAS	3
RISARALDA	UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA	MERCADEO	8
	FUNDACION UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA	MERCADEO Y PUBLICIDAD	8
	UNIPANAMERICANA - FUNDACION UNIVERSITARIA PANAMERICANA	PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD	9
	FUNDACION UNIVERSITARIA COMFAMILIAR RISARALDA	ADMINISTRACION DE MERCADEO	10

JUSTIFICACIÓN

Oferta en los campos del marketing y la comunicación en la región

UNIVERSIDADES DEL EJE CAFETERO QUE OFRECEN PROGRAMAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN			
DEPARTAMENTO	UNIVERSIDAD	PROGRAMA	No. DE SEMESTRE
QUINDÍO	UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	10
CALDAS	UNIVERSIDAD DE MANIZALES	COMUNICACION SOCIAL Y PERIODISMO	10
	UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ-FUNLAM	COMUNICACIÓN SOCIAL	9
RISARALDA	FUNDACION UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y DIGITAL	10
	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA	COMUNICACION SOCIAL - PERIODISMO	9

PROGRAMAS EN EL CAMPO DEL MARKETIN DIGITAL A NIVEL NACIONAL			
Nombre Institución	Nombre del Programa	No. de semestres	Departamento Oferta del Programa
CORPORACION UNIVERSIDAD DE INVESTIGACION Y DESARROLLO - UDI	PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL	9	SANTANDER

CICLOS DE FORMACIÓN			
CICLO	No.	Asignaturas	Número de créditos
BÁSICO	1	Cátedra Von Humboldt	2
	2	Lectoescritura	2
	3	Razonamiento Cuantitativo	2
	4	Tics	2
	5	Inglés I	2
	6	Inglés II	2
	7	Fundamentos de Investigación	2
	8	Inglés III	2
	9	Métodos de Investigación	3
	10	Ciudadanía	3
	11	Inglés IV	2
	12	Investigación "Disciplinar"	2
	13	Inglés V	2
	14	Inglés VI	2
	15	Inglés VII	2
TOTAL DE CRÉDITOS			32

CICLOS DE FORMACIÓN			
CICLO	No.	Asignaturas	Número de créditos
DISCIPLINAR	1	Teoría de la imagen	2
	2	Teoría de la Administración	2
	3	Lógica y Pensamiento Crítico	2
	4	Fundamentos de Economía	2
	5	Contabilidad Básica	2
	6	Estadística I	2
	7	Fotografía	3
	8	Fundamentos de Mercadeo	3
	9	Geopolítica	2
	10	Pensamiento Estratégico	2
	11	Entorno jurídico de la comunicación y el mercadeo	2
	12	Comunicación en las organizaciones	3
	13	Estadística II	2
	14	Psicología del Consumidor	3
	15	Reputación digital	3
	16	Marketing Internacional	2
	17	Comunicación Pública	2
	18	Publicidad I	2
	19	Marketing de Contenidos	3
TOTAL DE CRÉDITOS			44

CICLOS DE FORMACIÓN			
CICLO	No.	Asignaturas	Número de créditos
PROFESIONAL	1	Fidelización, CRM y Customer Experience	3
	2	Redacción para plataformas digitales	2
	3	Plan de marketing digital	3
	4	Gestión estratégica de la comunicación	3
	5	Publicidad II	3
	6	Branding	3
	7	Diseño Multimedial	3
	8	Investigación de Mercados	4
	9	Comercio Electrónico	3
	10	Transmedia y Multimedia	3
	11	Intervención I (pre-práctica)	4
	12	Estrategias del marketing digital	4
	13	Relaciones públicas aplicadas	3
	14	Costos	2
	15	Medición y auditoría de comunicación	2
	16	Intervención II (pre-práctica)	4
	17	Ética Profesional	2
	18	Analíticas Web, Métricas y Big Data	3
	19	Gerencia integral de social media	3
	20	Práctica	13
TOTAL DE CRÉDITOS			70

Propósito de Formación

Comprometerse con la formación de un profesional en marketing digital y comunicación estratégica de calidad, que posibilite el aumento de la competitividad empresarial, en contextos regionales, nacionales e internacionales, responda a las necesidades y demandas del entorno con responsabilidad, honestidad, tolerancia, igualdad, disciplina y creatividad, haciendo uso estratégico del marketing digital y la comunicación como propuesta de valor en cualquier tipo de organización.



Perfil Profesional



El profesional en Marketing Digital y Comunicación Estratégica, propende por ser un actor estratégico que contribuye al desarrollo organizacional y la competitividad en cualquier tipo de organización desde diferentes campos laborales que conforman el ecosistema comunicacional de una empresa, tales como community manager, gerente de marketing digital, gestor de social media, estrategia de medios sociales, analista web, branding manager, diseñador multimedia, e-commerce manager, traffic manager (publicista online), gestor de Big Data, comunicador corporativo, relacionista público, y demás definidos en el ambiente organizacional.

Componente de interdisciplinaridad

Desde la comunicación

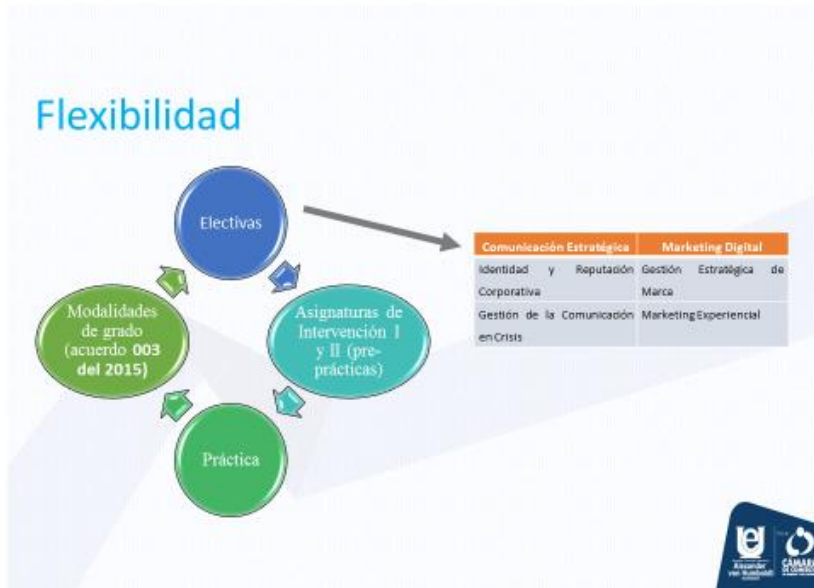
Desde la comunicación estratégica

Desde el marketing digital

Desde el ciclo básico

Oferta de electivas





En este punto finalizó la intervención de los doctores Garzón y Abadía.

A continuación, los consejeros revisaron la propuesta presentada y decidieron por unanimidad aprobarla.

De este modo, procedieron a autorizar al señor rector, para presentar dicha propuesta ante el Consejo Superior de la Universidad, en la próxima sesión a realizarse el día 24 de julio del presente.

3. PROPOSICIONES Y VARIOS

Sin temas adicionales por tratar, se finalizó la reunión a las 4.30 pm del mismo día.

DIEGO FERNANDO JARAMILLO LÓPEZ
Presidente

CLAUDIA MARCELA ARANGO C.
Secretaria General