

Acuerdo de Consejo Superior No. 155.

Del siete (7) de julio de 2022.

Por el cual se aprueba el Plan de Transición de la modificación del 50% de uso de Tecnología de la Información y las Comunicaciones en el programa profesional en Publicidad y Mercadeo.

El Consejo Superior de La Institución Universitaria Latina UNILATINA.

Considerando:

1. Que el artículo 32 del literal C de los estatutos de la Institución, son funciones del Consejo Superior decidir sobre los planes, programas y proyectos de desarrollo de la Institución que le presente el rector.
2. Que el Acuerdo No. 150 del 9 de junio de 2022 aprobó la modificación del 50% de uso de Tecnología de la Información y las Comunicaciones en el programa Profesional en Publicidad y Mercadeo.
3. Que se hace necesario reglamentar la transición de los estudiantes del programa de Publicidad y Mercadeo.

Acuerda:

Primero. Aprobar el plan de transición de la modificación al 50% del componente de Uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones implementadas en el programa Profesional de Publicidad y Mercadeo SNIES 107802, que en el Marco de la Emergencia Sanitaria la Institución Universitaria Latina UNILATINA y por su autonomía universitaria continuará ofreciendo como resultado del fortalecimiento institucional en especial la transformación digital para la oferta del programa.

Segundo: Las siguientes son las estrategias para la transición.

1. Las asignaturas del plan de estudio vigente que implican el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación son susceptibles de homologación de acuerdo con el reglamento estudiantil.
2. Los nuevos estudiantes que ingresen al programa después de la aprobación de las modificaciones en el programa y su entrada en vigencia se acogerán a las nuevas metodologías propuestas en el plan de estudios.
3. El programa asignará a los coordinadores de Programas para que apoyen mediante las Consejería Académica para resolver las inquietudes respecto a la inclusión de las TIC en el desarrollo de las asignaturas.
4. Unilatina designará los recursos tecnológicos requeridos para implementación de las TIC y establecerá en sus procesos de inducción y capacitación los temas propios del manejo de las plataformas.

Tercero: Condiciones para la transición.

1. La inclusión de las TIC en las asignaturas aplica de forma automática para los estudiantes que ingresan a primer semestre, una vez se apruebe la modificación.
2. Para los estudiantes matriculados se acogerán a la propuesta de inclusión de las TIC cada semestre con la oferta de las asignaturas.
3. Los estudiantes que tengan homologaciones y reintegros al programa se acogerán a las modificaciones aprobadas en el plan de estudios.

Cuarto: Plan de estudios Publicidad y Mercadeo.

El plan de estudios con inclusión de Tecnologías de la información y la comunicación es el siguiente:

Curso- Módulo- Asignatura	Créditos académicos	Tipo	No. Horas				Total Horas	% TIC
			Teóricas	Teórico - prácticas	Prácticas	Trabajo independiente		
Fundamentos de matemáticas	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Legislación Publicitaria	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Lógica Matemática	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Contabilidad	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Estadística General	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Legislación Comercial	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Legislación del Consumidor	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Legislación Laboral	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
métodos Estadísticos	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Comunicación Escrita	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Diseño Web	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Efectos Gráficos y Visuales (After Effects)	2	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Ilustración Digital	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%

P.J. Res. No.8530 de 1983 Min. de Ed. Nal

Curso- Módulo- Asignatura	Créditos académicos	Tipo	No. Horas				Total Horas	% TIC
			Teóricas	Teórico - prácticas	Prácticas	Trabajo independiente		
Retoque Digital	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Seminario de Investigación I	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Seminario de Investigación II	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Seminario de Planificación de Empresas I	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Seminario de Planificación de Empresas II	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Aplicación de Campañas	3	Obligatorio	8	12	28	96	144	50%
Comunicaciones Integradas de Mercadeo	3	Obligatorio	8	12	28	96	144	50%
Ecosistema del Mercadeo Digital	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Estrategias Publicitarias	3	Obligatorio	8	12	28	96	144	50%
Fotografía Básica	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Fundamentos de Mercadeo	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Fundamentos de Publicidad	3	Obligatorio	14	10	24	96	144	50%
Gerencia de Mercadeo	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Gerencia de Publicidad	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Investigación de Mercados I	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Mercadeo de Servicios	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Mercados Internacionales	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Pauta en Medio Digital	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Planificación de Presupuesto Publicitario	3	Obligatorio	8	12	28	96	144	50%
Producción Audiovisual	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Psicología Social	3	Obligatorio	12	12	24	96	144	50%
Redacción Publicitaria	3	Obligatorio	8	12	28	96	144	50%

P.J. Res. No.8530 de 1983 Min. de Ed. Nal

Curso- Módulo- Asignatura	Créditos académicos	Tipo	No. Horas				Total Horas	% TIC
			Teóricas	Teórico - prácticas	Prácticas	Trabajo independiente		
Analítica Web	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Aplicaciones Digitales	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Aplicaciones Móviles	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Back- end PHP, Node.js JavaScript	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Campañas Digitales Publicitarias	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Comercio Electrónico	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Comunicación Corporativa	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Concepto de Procesos Creativos	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Dirección de Arte	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Dirección Estratégica	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Diseño Publicitario	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Diseño Sonoro	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Diseño UX / UI	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Diseño Web	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Edición de video	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Fotografía Publicitaria	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Front- end Bootstrap, React, Vue.js	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Fundamentos de Administración	3	Electiva	14	10	24	96	144	50%
Gestión de Marca	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Gestión de Redes Sociales	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Mercadeo de Contenido	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Modelo de negocios digitales	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%

P.J. Res. No.8530 de 1983 Min. de Ed. Nal

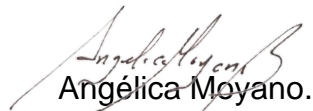
Curso- Módulo- Asignatura	Créditos académicos	Tipo	No. Horas				Total Horas	% TIC
			Teóricas	Teórico - prácticas	Prácticas	Trabajo independiente		
Música Publicitaria	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Nuevas Tendencias del Mercadeo	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Planificación de Medios	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Semiótica	3	Electiva	8	12	28	96	144	50%
Democracia	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Desarrollo Humano I	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Español y Ortografía	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Ética	2	Obligatorio	8	8	16	64	96	50%
Antropología	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comunicación Oral	2	Electiva	8	8	16	64	96	50%
Creatividad	2	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Desarrollo Humano II	2	Electiva	8	8	16	64	96	50%
Desarrollo Humano III	2	Electiva	8	8	16	64	96	50%
Ecología	3	Electiva	12	12	24	96	144	50%
Eneagrama	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Filosofía	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Historia de la Civilización	2	Electiva	8	8	16	64	96	50%
Historia del Arte	2	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Inteligencia Emocional	2	Electiva	8	8	16	64	96	50%
Lingüística y Literatura	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Literatura Española	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Procesos del Pensamiento	2	Electiva	8	8	16	64	96	50%

P.J. Res. No.8530 de 1983 Min. de Ed. Nal

Curso- Módulo- Asignatura	Créditos académicos	Tipo	No. Horas				Total Horas	% TIC
			Teóricas	Teórico - prácticas	Prácticas	Trabajo independiente		
Relaciones Públicas	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Sociología	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Solución de Conflictos	2	Electiva	8	8	16	64	96	50%
Comité de Greca y Relaciones Públicas	1	Obligatorio	4	4	8	32	48	50%
Comité de Cine Club	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Fotografía	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Investigación	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Lectoescritura Crítica	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Música	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Periódico	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Pintura	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Producción de Radio	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Teatro	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Tenis de Mesa	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%
Comité de Tuna	1	Electiva	4	4	8	32	48	50%

Comuníquese, Publíquese y Cúmplase.


Lydia Bautista Moller.
Presidenta.


Angélica Moyano.
Secretaria.