

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL
ALEXANDER von HUMBOLDT**

ACUERDO NO. 002 DE JULIO 24 DE 2019

**POR MEDIO DEL CUAL SE APRUEBA LA CREACIÓN DEL PROGRAMA DE
PREGRADO EN MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y SE
APRUEBA LA ESTRUCTURA CURRICULAR DEL MISMO.**

El Consejo Superior Universitario de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt en uso de sus facultades legales, estatutarias y,

CONSIDERANDO:

1. Que el Artículo 69 de la Constitución Política de Colombia garantiza la autonomía universitaria definiendo que: "... Las universidades podrán darse sus directivas y regirse por sus propios estatutos, de acuerdo con la Ley,
2. Que el Consejo Superior Universitario, es la máxima autoridad administrativa de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt y es el organismo encargado de orientar las políticas establecidas por la Ley, los estatutos y la Asamblea General,
3. Que de acuerdo con el literal "o" del artículo 41 de los Estatutos vigentes, es función del Consejo Superior, ... "o. Aprobar la creación, suspensión, supresión o modificación de unidades o programas docentes y académicos, de acuerdo con las disposiciones legales.",
4. Que el Consejo Superior, en su sesión ordinaria del 24 de julio de 2019, analizó, revisó y aprobó la propuesta, presentada por el señor Rector para crear el nuevo programa de pregrado en **Marketing Digital y Comunicación Estratégica** y su estructura curricular, así como el inicio del trámite de solicitud ante el Ministerio de Educación para obtener el registro calificado del nuevo programa,

ACUERDA:

1. **ARTÍCULO PRIMERO:** Aprobar la creación del nuevo programa de **Marketing Digital y Comunicación Estratégica**, que estará vinculado a la Facultad de Ciencias Administrativas.
2. **ARTICULO SEGUNDO:** Presentar ante el Ministerio de Educación Nacional, la solicitud para obtener el Registro Calificado del Programa de **Marketing Digital y Comunicación Estratégica**, la cual cumple con los requisitos y trámites que para tal fin ha definido el ministerio según el Decreto 1075 de 2015 y demás normas que regulen la materia.

3. **ARTICULO TERCERO:** Aprobar el Programa Académico de **Marketing Digital y Comunicación Estratégica**, de la Corporación Universitaria Empresarial "Alexander von Humboldt", el cual tendrá la siguiente estructura curricular:

Nombre del Programa:	Marketing Digital y Comunicación Estratégica
Título que otorga:	Profesional en Marketing Digital y Comunicación Estratégica
Nivel del programa:	Pregrado
Metodología:	Presencial
Área de conocimiento principal:	Mercadeo y comunicación estratégica
Duración estimada del programa:	9 semestres
Total semanas por semestre:	20 semanas
Total semanas de actividad académica	180 semanas
Total horas presenciales de formación en aula	3484
Total horas trabajo independiente	4004
Total de horas	7488
Número de créditos académicos:	156 créditos
Número de asignaturas:	59 asignaturas y 1 prácticas profesional
Valor Matrícula Semestre	\$4.500.000

4. **ARTICULO CUARTO:** Desarrollar el programa en 9 semestres con una intensidad de 20 semanas por periodo académico.

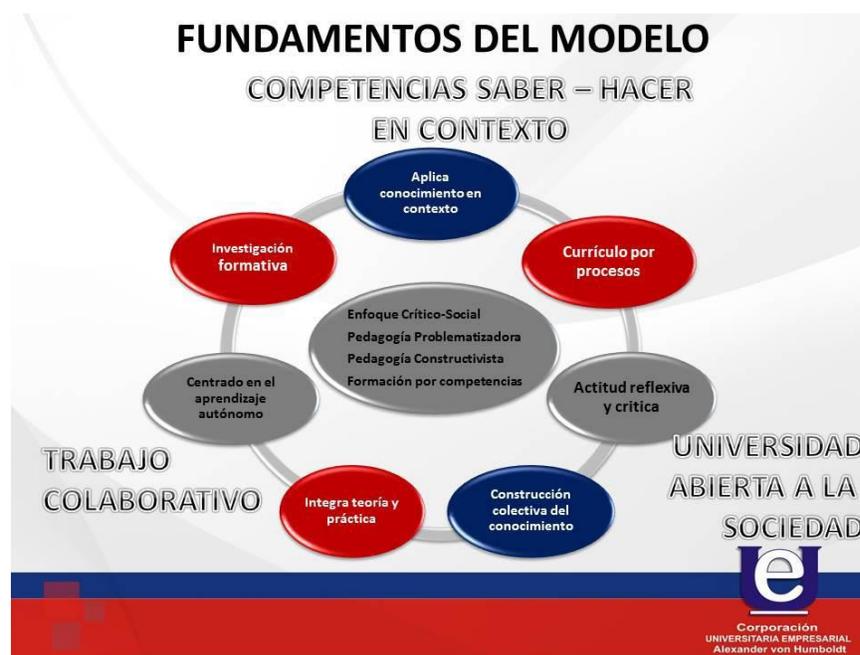
5. **ARTICULO QUINTO:** Teniendo en cuenta el modelo pedagógico que la Corporación incorpora en la estructura curricular del ciclo básico de cada programa, se han definido los siguientes créditos dentro del ciclo básico del programa de **Marketing Digital y Comunicación Estratégica**:

Segundo Idioma,
Ciudadanía,
Lectoescritura,
Razonamiento Cuantitativo,
Tics,
Investigación y
Cátedra Alexander von Humboldt, así:

CRÉDITO ACADÉMICO	VALOR
Segunda lengua (Ingles)	14 créditos
Ciudadanía	3 créditos
Lectoescritura	2 créditos
Razonamiento cuantitativo	2 créditos
TICS	2 créditos
Investigación	7 créditos
Cátedra Alexander von Humboldt	2 créditos
TOTAL CREDITOS ACADÉMICOS	32créditos

6. **ARTICULO SEXTO:** Ratificar como proceso pedagógico el **Modelo Pedagógico Constructivista**, el cual fundamenta el actuar de la institución y de los diferentes programas académicos, bajo los siguientes principios:

- ✓ Articulación del enfoque crítico social, la pedagogía constructivista, la pedagogía problematizadora y la formación por competencias en la formación de los estudiantes de la CUEAvH, lo que permite entender desde allí que la educación se asume como un proceso de acción comunicativa en el que no es posible desligar de la cultura a la cual pertenecen profesores y estudiantes, de las prácticas educativas, que para estas miradas, son contextuales, históricas, y problematizadoras; y la participación de todos los actores se hace fundamental, ya que la acción comunicativa conlleva no sólo a la generación de acuerdos para la convivencia, sino también a la construcción colectiva del conocimiento, en función de las circunstancias sociales como finalidades o fuentes de sentido.
- ✓ Al interior de los procesos de construcción colectiva del conocimiento se encuentran dos aspectos estrechamente ligados, fundamentales para que se realicen efectivamente el constructivismo y la teoría crítica en las prácticas educativas: El mutuo reconocimiento y la comunicación; el reconocimiento del otro tiene su base en la concepción del ser humano como un sujeto autónomo y crítico, capaz de crear visiones de realidad y del mundo, pero a su vez miembro de un sistema social que lo determina a un juego de reglas dentro de las cuales desarrolla su vida cotidiana y su ejercicio profesional. La comunicación en las prácticas de formación, requiere un lenguaje especializado que incluye a los actores en un universo conceptual de interpretación de la realidad con sentidos; y los relaciona por medio del uso de discursos basados en presupuestos compartidos propios de los patrones de la profesión. De este modo reconocimiento y comunicación permiten constituir las dinámicas que dan lugar a la apropiación y producción del conocimiento dentro del contexto académico y social, los criterios que otorgan validez y legitimidad a tal producción y las prácticas en las que profesor, estudiante y comunidad, interactúan en relaciones académicas, comprometidos con los usos sociales del conocimiento.



El modelo pedagógico constructivista, se constituye como una propuesta educativa que permite organizar y distribuir en términos de tiempo,

contenido y práctica, las actividades de enseñanza y aprendizaje. Expresa los propósitos e ideales educativos de la institución en un sistema de relaciones conceptuales y pragmáticas que lo hacen eficaz y realizable en condiciones determinadas.

Con el ánimo de responder a las actuales exigencias del contexto, la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt implementó currículos flexibles para todos sus programas académicos, diseñados para ajustarse a los cambios del conocimiento, las exigencias del sector productivo, los desarrollos científicos y tecnológicos, y las transformaciones sociales. Esta flexibilidad ha sido producto tanto de la filosofía educativa adoptada: el constructivismo, como del proceso reflexivo y participativo de toda la comunidad académica que ha permitido llevar a cabo este modelo pedagógico no solamente a través de las diferentes estrategias didácticas, sino como una concepción extendida a todos los procesos educativos. De tal modo que, como institución, se ha logrado apropiarse un modelo pedagógico más allá del aula misma, donde todos los miembros de la comunidad académica aportan a las diversas dimensiones de la formación profesional aplicando los criterios formativos que dan sentido al modelo: el aprendizaje colaborativo, el aprendizaje en contexto, el aprendizaje significativo, el aprendizaje basado en problemas y basado en proyectos, y la formación por competencias.

7. **ARTÍCULO SEPTIMO:** Incorporar en la estructura curricular del Programa los tres (3) ciclos de formación definidos así: **Ciclo básico Universitario, Ciclo Disciplinar y Ciclo Profesional**, garantizando que en cada uno de ellos se desarrollen las competencias epistemológicas, que se refieren al pensar, las disciplinares que se refieren al saber, las profesionales que se refieren al hacer y las metodológicas que se refieren al trabajo técnico. Así mismo, las habilidades Investigativas ejes de la estructura curricular y de Emprendimiento sello diferenciador de la CUE AvH en sus currículos.
8. **ARTICULO OCTAVO:** Asumir como proceso metodológico la orientación del Seminario, teniendo en cuenta que el desarrollo didáctico garantizará que:
 - ✓ La organización curricular por seminarios nucleares fundamentados en prácticas pedagógicas orientadas a la investigación en una dinámica evolutiva, compleja e interdisciplinar, donde profesores y estudiantes construyen conocimiento colectivamente, al abordar los contenidos de cada seminario en torno a un problema de época basados en los referentes teóricos, los desarrollos logrados por los grupos de investigación y la interacción con otros saberes, para lo cual, el acompañamiento conceptual y metodológico que se hace a los estudiantes debe permitir la constante interpretación de su entorno social como fuente y razón de ser de su indagación.
 - ✓ La estrategia del seminario permite que el profesor que lo oriente ponga su impronta en la medida que puede abordar los contenidos necesarios usando como puente de enlace con la investigación, los avances y resultados de las investigaciones propias. A su vez los seminarios nucleares permiten a los docentes profundizar en aspectos más específicos de los problemas de época, de sus investigaciones, abordar dimensiones de los problemas de investigación no planteadas en sus proyectos, vincular otras disciplinas a las problematizaciones, elaborar análisis de resultados más complejos, indagar por condiciones no previstas del problema, así como elaborar reflexiones sobre las implicaciones educativas y pedagógicas.



9. ARTICULO NOVENO: Establecer como Seminarios Nucleares en el programa, la articulación de las diferentes asignaturas de un semestre académico en torno a ejes problémicos y que transversaliza la formación investigativa, así como el desarrollo colaborativo de proyectos derivados de los ejes problémicos en los que los estudiantes ponen en juego el aprendizaje de las competencias de cada nivel de formación en contextos específicos.

10. ARTICULO DECIMO: Establecer la siguiente estructura curricular:

Primer semestre

Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
I SEMESTRE											
PRIMER SEMESTRE	Cátedra Von Humboldt	X		2	40	56	96	X			
	Lectoescritura	X		2	40	56	96	X			
	Razonamiento Cuantitativo	X		2	40	56	96	X			
	Tics	X		2	40	56	96	X			
	Inglés I	X		2	40	56	96	X			
	Teoría de la imagen	X		2	40	56	96		X		
	Lógica y Pensamiento Crítico	X		2	40	56	96		X		
	Teoría de la Administración	X		2	40	56	96		X		
TOTAL	8	8		16	320	448	768	5	3		

Segundo semestre

Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
II SEMESTRE											
SEGUNDO SEMESTRE	Fundamentos de Investigación	X		2	40	56	96	X			
	Inglés II	X		2	40	56	96	X			
	Fundamentos de Mercadeo	X		3	60	84	144		X		
	Contabilidad Básica	X		2	40	56	96		X		
	Fotografía	X		3	60	84	144		X		
	Fundamentos de Economía	X		2	40	56	96		X		
	Geopolítica	X		2	40	56	96		X		
	Estadística I	X		2	40	56	96		X		
TOTAL	8	8		18	360	504	864	2	6		

Tercer semestre



Corporación
UNIVERSITARIA EMPRESARIAL
Alexander von Humboldt

Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
III SEMESTRE											
TERCER SEMESTRE	Ciudadanía	X		3	60	84	144	X			
	Métodos de Investigación	X		3	60	84	144	X			
	Inglés III	X		2	40	56	96	X			
	Pensamiento Estratégico	X		2	40	56	96		X		
	Comunicación en las organizaciones	X		3	60	84	144		X		
	Psicología del Consumidor	X		3	60	84	144		X		
	Estadística II	X		2	40	56	96		X		
	comunicación y el mercadeo	X		2	40	56	96		X		
TOTAL	8	8		20	400	560	960	3	5		

Cuarto semestre

Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
IV SEMESTRE											
CUARTO SEMESTRE	Investigación "Disciplinar"	X		2	40	56	96	X			
	Inglés IV	X		2	40	56	96	X			
	Marketing de Contenidos	X		3	60	84	144		X		
	Reputación digital	X		3	60	84	144		X		
	Marketing Internacional	X		2	40	56	96			X	
	Comunicación Pública	X		2	40	56	96			X	
	Costos y Presupuestos	X		2	40	56	96			X	
	Electiva I		X	2	40	56	96				
	TOTAL	8	8	1	18	360	504	864	2	2	3

Quinto semestre



Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
V SEMESTRE											
QUINTO SEMESTRE	Inglés V	X		2	40	56	96	X			
	Publicidad I	X		2	40	56	96			X	
	Redacción para plataformas digitales	X		2	40	56	96			X	
	Fidelización, CRM y Customer Experience	X		3	60	84	144			X	
	Gestión estratégica de la comunicación	X		3	60	84	144			X	
	Diseño Multimedial	X		3	60	84	144			X	
	Electiva II		X	2	40	56	96				
TOTAL	7	6	1	17	340	476	816	1		5	

Sexto semestre

Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
VI SEMESTRE											
SEXTO SEMESTRE	Inglés VI	X		2	40	56	96	X			
	Publicidad II	X		3	60	84	144		X		
	Transmedia y Multimedia	X		3	60	84	144		X		
	Plan de marketing digital	X		3	60	84	144			X	
	Investigación de Mercados	X		4	80	112	192			X	
	Comercio Electrónico	X		3	60	84	144			X	
	Electiva III		X	2	40	56	96				
TOTAL	7	6	1	20	400	560	960	1	2	3	

Séptimo semestre



Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
VII SEMESTRE											
SEPTIMO SEMESTRE	Inglés VII	X		2	40	56	96	X			
	Branding	X		3	60	84	144			X	
	Intervención I (pre-práctica)	X		4	80	112	192			X	
	Estrategias del marketing digital	X		4	80	112	192			X	
	Análíticas Web, Métricas y Big Data	X		3	60	84	144			X	
	Electiva IV		X		2	40	56	96			
TOTAL	6	5	1	18	360	504	864	1		4	

Octavo semestre

Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
VII SEMESTRE											
OCTAVO SEMESTRE	Intervención II (pre-práctica)	X		2	40	56	96	X			
	Relaciones públicas aplicadas	X		3	60	84	144			X	
	Medición y auditoría de comunicación	X		4	80	112	192			X	
	Ética Profesional	X		4	80	112	192			X	
	Gerencia integral de social media	X		3	60	84	144			X	
	Emprendimiento	X		2	40	56	96				
TOTAL	6	6	1	18	360	504	864	1		5	

Noveno semestre

Semestre académico	Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo			Ciclos			Número máximo de estudiantes proyectados
					Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Disciplinar	Profesional	
VIII SEMESTRE											
NOVENO SEMESTRE	Práctica Profesional	X		13	624	—	624			X	
TOTAL	1	1		13	624		624			1	

11. ARTÍCULO DÉCIMOPRIMERO: Iniciar la oferta del nuevo programa del Programa de **Marketing Digital y Comunicación Estratégica**, una vez obtenga el registro calificado por parte del Ministerio de Educación Superior.

Para constancia se firma el presente acuerdo en 2 ejemplares, en la Ciudad de Armenia a los veinticuatro (24) días del mes de julio de dos mil diecinueve (2019).

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE,



RODRIGO ESTRADA REVEIZ

Presidente

Consejo Superior

Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt