



UNIVERSIDAD LIBRE®

Personería Jurídica No. 192 de 1946 (junio 27)
NIT: 860.013.798-5
Domicilio principal Bogotá, D.C. Calle 8 No. 5-80

Resolución N.º 19 de 2025 (21 de agosto)

“Por la cual se modifica el plan de estudios de la Especialización en Mercadeo en la Seccional Cali”.

La Consiliatura de la Universidad Libre en ejercicio de sus atribuciones legales y estatutarias, en especial las consagradas en el artículo 37, numeral 8, y artículo 38, y la Presidencia, en uso de las facultades conferidas por el artículo 40, numeral 17 de los Estatutos de la Universidad, y,

CONSIDERANDO:

Que la Constitución Política, en su artículo 69, *“garantiza la autonomía universitaria”*; y que el artículo 28 la Ley 30 de 1992 señaló que en ejercicio de ésta las universidades gozan de la facultad para *“crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales, otorgar los títulos correspondientes”*.

En tal sentido, mediante Resolución N.º 3902 del 18 de julio de 2006, el Viceministro de Educación Superior, otorgó registro calificado por un término de siete (7) años al programa de Especialización en Mercadeo, autorizado para ser ofertado por la Seccional Cali, en modalidad presencial.

Que de acuerdo con el artículo 37, numeral 8, de los Estatutos de la Universidad Libre *«Acuerdo N.º 01 de 2023»*, corresponde a la Consiliatura *“[c]rear, modificar o suprimir las unidades académicas, dependencias administrativas u otras formas de organización institucional y académica, directamente, o a instancias del Consejos Directivos correspondiente”*.

A su turno, el Acuerdo N.º 1 de 2007 *“Por el cual se expide el Reglamento de la Consiliatura”*, en su artículo 18 estableció que *“(…) corresponde a la Comisión Académica, elaborar, proyectar y programar lo relacionado con la planeación académica, con el funcionamiento, de los procesos de Registro Calificado y Acreditación de Programas Académicos, los procesos de investigación, la inspección y vigilancia de los programas y métodos de enseñanza (...)”*; por ende, la Comisión Permanente de Asuntos Académicos de la Consiliatura en sesión de 10 de junio de 2025, registrada en el Acta N.º 4 del mismo año, recomendó a la Consiliatura aprobar la propuesta de modificación del plan de estudios de la Especialización en Mercadeo en la Seccional Cali.

En virtud de lo anterior, en sesión de 11 de junio de 2025, según consta en el Acta N.º 7 del mismo año, la Consiliatura de la Universidad Libre acogió la recomendación de la Comisión Permanente de Asuntos Académicos y autorizó las modificaciones al Plan de Estudios de la Especialización en Mercadeo, en el sentido de reducir el número total de créditos académicos de 28 a 22, cambiar la denominación de cinco asignaturas, ajustar el número de créditos académicos de cinco asignaturas, eliminar diez asignaturas,



UNIVERSIDAD LIBRE®

Personería Jurídica No. 192 de 1946 (junio 27)
NIT: 860.013.798-5
Domicilio principal Bogotá, D.C. Calle 8 No. 5-80

Continuación Resolución N.º 19 de 21 de agosto de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Especialización en Mercadeo en la Seccional Cali”.

Página 2 de 5

reubicar de semestre dos asignaturas, cambiar las asignaturas electivas por optativas y establecer que el 18,2 % de los créditos académicos se desarrolle en modalidad Presencial con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Adicionalmente, se aprobó mantener la relación de horas de trabajo 1:2.

Que, en mérito de lo expuesto,

RESUELVE:

Artículo 1. Modifíquese el plan de estudios de la Especialización en Mercadeo, que se oferta en la Seccional Cali, el cual quedará establecido en los siguientes términos:

PLAN DE ESTUDIOS									
Asignatura - Módulo	Créditos académicos	Horas de trabajo académico			Ciclos				
					Básico		Profesional		
					Componentes de Formación				
					Básico	Humanístico	Electivo	Profesional	Optativo
SEMESTRE I									
Entorno Económico Nacional e Internacional	1	16	32	48	X				
Escuelas de Marketing y Gerencia de Mercadeo	2	32	64	96				X	
Comportamiento del Consumidor	2	32	64	96				X	
Posicionamiento y Segmentación de Mercados	1	16	32	48				X	
Desarrollo e Innovación de Productos	1	16	32	48				X	
Optativa I	1	16	32	48					X
Distribución Comercial y Administración por Categorías	1	16	32	48				X	
Estrategia de Comunicación de Marketing Integrada - Marketing Digital	2	32	64	96				X	
SEMESTRE II									
Gestión Estratégica de Precios	1	16	32	48				X	
Los Mercados de Servicios	1	16	32	48				X	
Mercadeo Internacional	2	32	64	96				X	
Análítica de Datos – Investigación Cuantitativo y Cualitativo de los Mercados	2	32	64	96				X	



UNIVERSIDAD LIBRE®

Personería Jurídica No. 192 de 1946 (junio 27)
NIT: 860.013.798-5
Domicilio principal Bogotá, D.C. Calle 8 No. 5-80

Continuación Resolución N.º 19 de 21 de agosto de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Especialización en Mercadeo en la Seccional Cali”.

PLAN DE ESTUDIOS									
Asignatura - Módulo	Créditos académicos	Horas de trabajo académico			Ciclos				
					Básico		Profesional		
					Componentes de Formación				
		Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básico	Humanístico	Electivo	Profesional	Optativo
Optativa II	1	16	32	48					X
La Gerencia Moderna de Ventas	2	32	64	96				X	
El Plan Estratégico de Mercadeo	2	32	64	96				X	
Gestión Estratégica de Precios	1	16	32	48				X	
Total, Número Horas		352	704	1.056					
Total, Porcentaje Horas (%)		33	67	100					
Total, Número Créditos del Programa	22				1	0	0	19	2
Total, Porcentaje Créditos (%)	100				4,5	0	0	86,4	9,1

Parágrafo. De las equivalencias, de las asignaturas nuevas y las asignaturas que salen del plan de estudios de la Especialización en Mercadeo. Para efectos de la implementación del nuevo plan de estudios de la Especialización en Mercadeo, el siguiente cuadro presenta las equivalencias entre las asignaturas del vigente y las asignaturas del nuevo plan, así como la identificación de las nuevas y de aquellas que se eliminan del plan de estudios en virtud de la presente resolución.

PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS			CONCEPTO POR APLICAR
Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	
I	Gerencia de Mercadeo	1	I	Escuelas de Marketing y Gerencia de Mercadeo	2	EQUIVALENCIA
I	Entorno Económico Nacional e Internacional	1	I	Entorno Económico Nacional e Internacional	1	EQUIVALENCIA
I	Comportamiento del Consumidor	1	I	Comportamiento del Consumidor	2	EQUIVALENCIA
I	Electiva I: Marca y su Posicionamiento	1	I	Optativa I	1	EQUIVALENCIA
I	Segmentación de Mercados	1	I	Posicionamiento y Segmentación de Mercados	1	EQUIVALENCIA



UNIVERSIDAD LIBRE®

Personería Jurídica No. 192 de 1946 (junio 27)
NIT: 860.013.798-5
Domicilio principal Bogotá, D.C. Calle 8 No. 5-80

Continuación Resolución N.º 19 de 21 de agosto de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Especialización en Mercadeo en la Seccional Cali”.

Página 4 de 5

PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS			CONCEPTO POR APLICAR
Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	
I	Desarrollo e Innovación de Productos	1	I	Desarrollo e Innovación de Productos	1	EQUIVALENCIA
I	Distribución Comercial	1	I	Distribución Comercial y Administración por Categorías	1	EQUIVALENCIA
I	Administración de la Comunicación	1	I	Estrategia de Comunicación de Marketing Integrada - Marketing Digital	2	EQUIVALENCIA
I	Entorno Jurídico: Marcas, Patentes y Contratos	1	ASIGNATURA ELIMINADA			
I	Escuelas Dirección y Enfoque del Marketing	1	ASIGNATURA ELIMINADA			
I	Modelos Estadísticos Aplicados al Mercadeo	1	ASIGNATURA ELIMINADA			
I	Gestión Estratégica de Precios	1	II	Gestión Estratégica de Precios	1	EQUIVALENCIA
I	Análisis Cuantitativo y Cualitativo de los Mercados	1	II	Análítica de Datos - Investigación Cuantitativo y Cualitativo de los mercados	2	EQUIVALENCIA
II	Mercadeo Internacional	1	II	Mercadeo Internacional	2	EQUIVALENCIA
II	Los Mercados de servicios	1	II	Los Mercados de servicios	1	EQUIVALENCIA
II	La Gerencia Moderna de Ventas	2	II	La Gerencia Moderna de Ventas	2	EQUIVALENCIA
II	El Plan Estratégico de Mercadeo	2	II	El Plan Estratégico de Mercadeo	2	EQUIVALENCIA
II	Electiva II: Las Finanzas Aplicadas al Marketing	1	II	Optativa II	1	EQUIVALENCIA
II	Herramientas Electrónicas Aplicadas al Marketing	1	ASIGNATURA ELIMINADA			



UNIVERSIDAD LIBRE®

Personería Jurídica No. 192 de 1946 (junio 27)
NIT: 860.013.798-5
Domicilio principal Bogotá, D.C. Calle 8 No. 5-80

Continuación Resolución N.º 19 de 21 de agosto de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Especialización en Mercadeo en la Seccional Cali”.

Página 5 de 5

PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS			CONCEPTO POR APLICAR
Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	
II	Merchandising y Administración por Categorías	1	ASIGNATURA ELIMINADA			
II	Metodología de la Investigación	1	ASIGNATURA ELIMINADA			
II	Proyecto de Grado	2	ASIGNATURA ELIMINADA			
II	Mercadeo de Consumo	1	ASIGNATURA ELIMINADA			
II	Mercadeo Industrial	1	ASIGNATURA ELIMINADA			
II	Antropología del Consumo	1	ASIGNATURA ELIMINADA			

Los estudiantes del programa actual que tengan pendiente cursar y aprobar créditos académicos de electivas deberán cursarlas de acuerdo con lo ofrecido en las optativas en el nuevo plan de estudios; aquellas que ya no se oferten, podrán ser validadas.

Artículo 2. De la vigencia. Esta resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en la ciudad de Bogotá D.C., a los 21 días del mes de agosto de 2025.

(Original firmada)
MARÍA ELIZABETH GARCÍA GONZÁLEZ
Presidenta

(Original firmada)
MIGUEL ÁNGEL CÁRDENAS GONZÁLEZ
Secretario General

Elaboró y revisó:
Sonia Liliana Amaya Mora
Jefe de la División Académica

Transcribió:
Ingrid Tatiana Bobadilla Rendón
Técnico Administrativo I