



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 44 de 2025 (7 de noviembre)

“Por la cual se modifica el plan de estudios de la Maestría en Mercadeo de la Seccional Pereira”.

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 07116 del 20 de mayo de 2015, la Viceministra de Educación Superior, otorgó registro calificado por un término de siete (7) años al programa de Maestría en Mercadeo, autorizado para ser ofertado por la Seccional Pereira, 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 4 de agosto de 2025, registrada en el Acta N.º 6 del mismo año, recomendó a la Consiliatura aprobar la propuesta de modificación del plan de estudios de la Maestría en Mercadeo de la Seccional Pereira.

En virtud de lo anterior, en sesión de 5 de agosto de 2025, según consta en el Acta N.º 12 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 Maestría en Mercadeo, en el sentido de disminuir de 4 a 3 semestres y reducir de 54 a 42 créditos; el cual se ofertará en modalidad presencial.



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 44 de 7 de noviembre de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Maestría en Mercadeo de la Seccional Pereira”.

Que, en mérito de lo expuesto,

RESUELVE:

Artículo 1. Modifíquese el plan de estudios de la Maestría en Mercadeo, que se oferta en la Seccional Pereira, 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
		Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales							
SEMESTRE I											
Estadística y Modelos Cuantitativos Aplicados al Marketing	2	32	64	96	X						
Estrategia de Comunicación	2	32	64	96				X			
Neurociencias del Consumidor	2	32	64	96				X			
Innovación y creación de valor	2	32	64	96				X			
Gerencia Estratégica de Mercadeo	2	32	64	96				X			
Electiva I	2	32	64	96			X				
Optativa I	2	32	64	96					X		
SEMESTRE II											
Estrategia de Precio	2	32	64	96				X			
Marketing Internacional	2	32	64	96				X			
Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial	2	32	64	96		X					
Estrategias de Marca y Omnicanal	2	32	64	96				X			
Economía del Comportamiento aplicada al Marketing	2	32	64	96				X			
Electiva II	2	32	64	96			X				
Optativa II	2								X		
SEMESTRE III											
Investigación de Mercados	2	32	64	96				X			
Marketing Analítico, Business Intelligence y Automatización	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 44 de 7 de noviembre de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Maestría en Mercadeo de la Seccional Pereira”.

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
Aplicaciones de Inteligencia Artificial en Marketing y Negocios	2	32	64	96				X	
Gestión de Proyectos en Mercadeo	2	32	64	96				X	
Electiva III	2	32	64	96			X		
Optativa III	2	32	64	96					X
Trabajo de Grado	2	32	64	96		X			
Total, Número Horas		672	1.344	2.016					
Total, Porcentaje Horas (%)		33	67	100					
Total, Número Créditos del Programa	42				2	4	6	24	6
Total, Porcentaje Créditos (%)	100				4,8	9,5	14,3	57,1	14,3

Parágrafo. De las equivalencias, de las asignaturas nuevas y las asignaturas que salen del plan de estudios de la Maestría en Mercadeo. Para efectos de la implementación del nuevo plan de estudios de la Maestría 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	Estadística y modelos cuantitativos aplicados al marketing	2	I	Estadística y Modelos Cuantitativos Aplicados al Marketing	2	EQUIVALENCIA
I	Electiva I	1	I	Electiva I	2	EQUIVALENCIA
II	Desarrollo e Innovación de Producto	2	I	Innovación y creación de valor	2	EQUIVALENCIA
III	Comportamiento del Consumidor	2	I	Neurociencias del Consumidor	2	EQUIVALENCIA
I	Fundamentos de Finanzas aplicadas al marketing	2	I	Optativa I	2	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 44 de 7 de noviembre de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Maestría en Mercadeo de la Seccional Pereira”.

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	Fundamentos de Marketing	2	I	Gerencia Estratégica de Mercadeo	2	EQUIVALENCIA
III	Gerencia Estratégica de Mercado	3				
III	Gestión de la E-comunicación	1	I	Estrategia de Comunicación	2	EQUIVALENCIA
IV	Mercadeo Relacional y Negociación	2				
I	Investigación I (FUNDAMENTACION CIENTIFICA)	2	ASIGNATURA ELIMINADA			
II	Investigación II (Modelos de Investigación)	2	ASIGNATURA ELIMINADA			
I	Electiva II	1	II	Electiva II	2	EQUIVALENCIA
II	Estrategia de Precios	2	II	Estrategia de Precio	2	EQUIVALENCIA
III	Optativa I	1	II	Optativa II	2	EQUIVALENCIA
III	Optativa II	1				
II	Inteligencia de Mercados Internacionales	2	II	Marketing Internacional	2	EQUIVALENCIA
III	Distribución Física Nacional e Internacional	3				
IV	Productos Verdes, Ecomarcas y Sellos	2	II	Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial	2	EQUIVALENCIA
			II	Estrategias de Marca y Omnicanal	2	ASIGNATURA NUEVA
			II	Economía del Comportamiento aplicada al Marketing	2	ASIGNATURA NUEVA
I	Investigación de Mercados	4	III	Investigación de Mercados	2	EQUIVALENCIA
II	Simulación	3	III	Marketing Analítico, Business Intelligence y Automatización	2	EQUIVALENCIA
IV	Plan Estratégico de Mercadeo	4	III	Gestión de Proyectos en Mercadeo	2	EQUIVALENCIA
II	Electiva III	1	III	Electiva III	2	EQUIVALENCIA
II	Electiva IV	1				



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 44 de 7 de noviembre de 2025 “Por la cual se modifica el plan de estudios de la Maestría en Mercadeo de la Seccional Pereira”.

Página 5 de 5

PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE			PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS			CONCEPTO POR APLICAR
Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	Semestre	Asignatura	Créditos Académicos	
III	Investigación III (Trabajo de Grado)	2	III	Trabajo de grado	2	EQUIVALENCIA
IV	Investigación IV (Trabajo de Grado)	2				
IV	Optativa III	1	III	Optativa III	2	EQUIVALENCIA
IV	Optativa IV	1				
			III	Aplicaciones de Inteligencia Artificial en Marketing y Negocios	2	ASIGNATURA NUEVA
IV	Branding Estratégico	2	ASIGNATURA ELIMINADA			

Los estudiantes del programa actual que tengan pendiente cursar y aprobar créditos académicos de optativas y/o de electivas deberán cursarlas de acuerdo con lo ofrecido 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 7 días del mes de noviembre 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