

**ACUERDO No. 020  
(08 de noviembre de 2024)**

**POR MEDIO DEL CUAL SE CREA EL PROGRAMA PROFESIONAL EN MARKETING**

**EL CONSEJO DIRECTIVO DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO,** Institución Universitaria, en ejercicio de las atribuciones contempladas en el Acuerdo 004 del 11 de agosto de 2011, artículo 8, literal p) en armonía con lo dispuesto en la Ley 30 de 1992, artículo 29, literal c) y

**CONSIDERANDO:**

Que el Instituto Tecnológico Metropolitano – ITM, establecimiento público de educación superior del orden distrital, adscrito al Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, en razón de su carácter de Institución Universitaria, desarrolla su acción académica en los campos de la técnica, la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la filosofía y, por lo tanto, podrá adelantar programas de función en ocupaciones, profesiones o disciplinas, especializaciones, y además, programas de maestría o de doctorado en los términos de la ley.

Que el artículo 29 de la Ley 30 de 1992 establece que la autonomía de las instituciones universitarias estará determinada por su campo de acción y de acuerdo con la Ley, en los siguientes aspectos: "...c) Crear, desarrollar sus programas académicos, lo mismo que expedir los correspondientes títulos"; asimismo, el parágrafo del citado artículo dispone que para el desarrollo de ellos contemplado en el literal mencionado, se requiere la notificación al Ministro de Educación Nacional y además, la legislación y reglamento vigentes exigen la solicitud y trámite del Registro Calificado para cada uno de los programas académicos.

Que el Instituto Tecnológico Metropolitano – ITM, establecimiento público de Educación Superior, debido a su carácter de Institución Universitaria, tiene entre sus objetivos generales: "Profundizar en la formación integral de los colombianos dentro de las modalidades y calidades de la Educación Superior, capacitándoles para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país."

Que el Plan de Desarrollo Institucional 2022 - 2025 "Hacia una era de Universidad y Humanidad" establece en la Línea Estratégica 1. Educación para una era de Universidad y Humanidad, a través de fortalecer el modelo de formación fundamentado en una educación pertinente, diversa, inclusiva, equitativa y de calidad, bajo procesos innovadores de enseñanza-aprendizaje que potencien capacidades múltiples y contribuyan al desarrollo sostenible dentro de las nuevas tecnologías

Que de conformidad con lo establecido por la Ley 30 de 1992, los programas de pregrado y de posgrado que ofrezcan las instituciones de Educación Superior, harán referencia a los campos de acción referidos en el artículo 7, esto es, el de la técnica, el de la ciencia, el de la tecnología, el de las humanidades, el del arte y el de la filosofía.

Que el Consejo Académico, en sesión ordinaria del 03 de octubre de 2024, como consta en el Acta No. 12 de la misma fecha, previo estudio de los diseños curriculares plenamente ajustados a los requerimientos exigidos para acceder al reconocimiento de Registro Calificado y todos aquellos documentos que respaldan el cumplimiento de condiciones ante el MEN, presentados por la Vicerrectoría de Docencia y elaborados por sus equipos académicos acordó recomendar al Consejo Directivo la creación del programa académico Marketing.

Que es función estatutaria del Consejo Directivo aprobar la creación de programas académicos y determinar los correspondientes títulos a expedir, con sujeción a disposiciones legales y reglamentarias vigentes y en especial el Acuerdo 004 de 2011, artículo 18, literal p), trámite que se surtió en la sesión ordinaria del día 08 de noviembre de 2024 y se consignó en el Acta No. 017 de la fecha.

En mérito a lo expuesto,



### ACUERDA:

**Artículo 1°** Aprobar la creación del programa académico Marketing, con ciento treinta y uno (131) créditos académicos y una duración de nueve (9) semestres.

**Parágrafo primero:** El programa Marketing se ofertará en modalidad presencial, con una periodicidad semestral de la oferta y el lugar de desarrollo la ciudad de Medellín.

**Parágrafo segundo:** El número de estudiantes para el primer semestre será de ochenta (80).

**Parágrafo tercero:** El título que otorga es Profesional en Marketing.

**Parágrafo cuarto:** El campo amplio de conocimiento es Administración de Empresas y Derecho; el específico es Educación Comercial y Administración y el detallado es Mercadotecnia y Publicidad.

**Artículo 2°.** Establecer como como derecho pecuniario por concepto de matrícula para el programa académico en 1.65 SMMLV, de conformidad con la estructura de costos que hace parte integral de la solicitud de creación del programa.

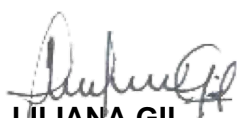
**Artículo 3°** Autorizar al Consejo Académico para la realización de los ajustes requeridos para los planes de estudio en orden a asegurar, durante el desarrollo del programa, la calidad, la pertinencia social y académica, asimismo, se le autoriza para fijar el número de grupos y estudiantes, expedir los actos necesarios para regular los procesos de selección, admisión y matrícula de este.

**Artículo 4°** En acatamiento a lo dispuesto en el parágrafo del artículo 29 de la Ley 30 de 1992. La Ley 1188 de 2008, por la cual se regula el registro calificado de programas de educación superior y se dictan otras disposiciones. Y el decreto 1075 de 2015, único reglamentario del sector educación, cúmplanse los trámites respectivos ante el Ministerio de Educación Nacional.

**Artículo 5°** El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su aprobación.

### PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Medellín, a los ocho (08) días del mes de noviembre de 2023



**LILIANA GIL**

Presidente del Consejo Directivo



**JUAN ESTEBAN ALZATE ORTIZ**

Secretario del Consejo Directivo