



**CONSEJO
SUPERIOR**

**UNIVERSIDAD DE CALDAS
CONSEJO SUPERIOR**

ACUERDO Nro. 12
(Acta 13 del 26 de abril de 2024)

“Por el cual se aprueba la creación del programa Técnico Profesional en Marketing Digital”

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE CALDAS, en ejercicio de sus facultades legales y estatutarias y en especial en las conferidas por el numeral 13 del artículo 9 del Acuerdo Nro. 47 de 2017 – Estatuto General – del Consejo Superior, y

CONSIDERANDO

Que según lo dispuesto en el numeral 13 del artículo 9º del Acuerdo 47 de 2017 del Consejo Superior (Estatuto General), es función del Consejo Superior crear y suprimir programas académicos a propuesta del Consejo Académico.

Que en articulación con los objetivos estratégicos plasmados en el eje Formación para la transformación, establecido en el Plan de Desarrollo Institucional 2020 – 2030, la institución debe “[...] *Fortalecer los procesos de formación integral que vinculen una visión pluriversa, orientada al desarrollo de capacidades para el ejercicio de las libertades humanas y al reconocimiento del valor de la vida y su preservación, que a su vez respondan a los desafíos de la sociedad y promuevan el desarrollo regional [...]*”.

Que en sesiones desarrolladas los días 04 de marzo y 03 de abril de 2024, la Comisión Permanente de Asuntos Académicos del Consejo Académico analizó la solicitud emanada del Consejo de Facultad de Artes y Humanidades, en el sentido de recomendar la creación del nuevo programa **TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL**.

Que en sesión del 10 de abril de 2024 el Consejo Académico estudió la solicitud y mediante acuerdo No. 6 de 2024 recomendó al Consejo Superior la aprobación para la creación del programa **TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL**.

Que el programa estará adscrito a la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas, con una duración estimada de 2 años (4 periodos académicos), con un total de 56 créditos académicos, y será ofrecido en las localidades de: Manizales, La Dorada, Aguadas y Anserma; en modalidades *presencial* y *a distancia*.

Que el título a otorgar es **TÉCNICO(A) PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL**.

Que el Consejo Superior, analizó y debatió la solicitud de creación del programa **TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL**, encontrando pertinente su aprobación, y en tal sentido.

ACUERDA

ARTÍCULO 1°. Aprobar la creación del programa TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL de la Universidad de Caldas.

ARTÍCULO 2°. El anterior programa estará adscrito a la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas, con una duración estimada de 2 años (4 periodos académicos), con un total de 56 créditos académicos, y será ofrecido en las localidades de: Manizales, La Dorada, Aguadas y Anserma; en modalidades *presencial* y *a distancia*, de acuerdo con el plan de estudios anexo y que hace parte integral del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 3°. El título a otorgar para quien cumpla con la totalidad del programa académico será TÉCNICO(A) PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL.

ARTÍCULO 4°. La iniciación de actividades estará supeditada a la obtención del correspondiente Registro Calificado expedido por el Ministerio de Educación Nacional. La Universidad de Caldas será titular de dicho registro calificado.

ARTÍCULO 5°. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Manizales a los veintiséis (26) días del mes de abril de dos mil veinticuatro (2024).



NANCY JUDITH BOTÍA HERNÁNDEZ
Presidente



PAULA BIBIANA AGUDELO FRANCO
Secretaria

MALLA CURRICULAR – TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL
(Modalidad PRESENCIAL)

PLAN DE ESTUDIOS - TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL (Modalidad Presencial)													
Componente de formación	Área temática	Nombre de la actividad académica	Código de la actividad académica		Créditos Ofertados	Créditos Obligatorios	Tipo de actividad académica	Habilitable	Número de horas presenciales TEÓRICAS	Número de horas presenciales PRÁCTICAS	Número de horas NO PRESENCIALES del estudiante	Porcentaje de actividades prácticas	Relación presencialidad / no presencialidad
			NA	SI									
Formación General	Formación general	Constitución política de Colombia	NA	2	2	T	SI	32	0	64	0%	1	2
		Ética y aspectos legales del Marketing Digital.	NA	2	2	T	SI	32	0	64	0%	1	2
		Introducción al Marketing Digital	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Conceptos básicos del diseño	NA	2	2	T	SI	24	0	72	0%	1	2
		Opcional I	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Opcional II	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Opcional III	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Opcional IV	NA	2	2	T	SI	32	0	64	0%	1	2
	Subtotal núcleo			16	16			168	80	520			
Total créditos - Formación General			16	16			168	80	520				
Formación específica profesional	Inglés	Inglés I	NA	4	4	TP	No	24	40	128	63%	1	2
		Inglés II	NA	4	4	TP	No	24	40	128	63%	1	2
		Inglés III	NA	4	4	TP	No	24	40	128	63%	1	2
		Inglés IV	NA	4	4	TP	No	24	40	128	63%	1	2
	Subtotal núcleo			16	16			96	160	512			
	Específico	Comunicación digital	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Usabilidad y accesibilidad	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Diseño WEB (html y RSS)	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Multimedia y herramientas WEB	NA	2	2	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Fotografía de producto con dispositivos móviles	NA	3	3	TP	No	16	32	96	67%	1	2
Subtotal núcleo			11	11			64	112	592				
Total créditos - Formación Específica			27	27			160	272	1104				
Formación Profundización	Electivas de profundización	Estrategias e-commerce	NA	3		TP	No	16	32	96	67%	1	2
		Estrategias de Marketing Digital	NA	2		TP	No	12	20	64	63%	1	2
		SEO y SEM (Optimización de motores de búsqueda)	NA	2		TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Análisis de la WEB	NA	2	13	TP	No	12	20	64	63%	1	2
		Diseño y creación de contenidos para redes sociales	NA	3		TP	No	16	32	96	67%	1	2
		Mapeo de mercados y comportamiento del consumidor	NA	3		TP	SI	16	32	96	67%	1	2
		Proyecto de grado	NA	4		TP	No	24	40	128	63%	1	2
Subtotal núcleo profundización			19	13			108	196	608				
Total créditos			19	13			108	196	608				
TOTAL CRÉDITOS DEL PROGRAMA				62	56			436	548	2232			

MALLA CURRICULAR – TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL
(Modalidad A DISTANCIA)

PLAN DE ESTUDIOS - TÉCNICO PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL (Modalidad A distancia)													
Componente de formación	Área temática	Nombre de la actividad académica	Código de la actividad académica	Créditos Ofertados		Créditos Obligatorios	Tipo de actividad académica	Habilitable	Número de horas presenciales TEÓRICAS	Número de horas presenciales PRÁCTICAS	Número de horas NO PRESENCIALES del estudiante	Porcentaje de actividades prácticas	Relación presencialidad / no presencialidad
Formación General	Formación general	Constitución política de Colombia	NA	2	2	T	Sí	24	0	72	0%	1	1 : 3
		Ética y aspectos legales del Marketing Digital.	NA	2	2	T	Sí	32	0	64	0%	1	1 : 3
		Introducción al Marketing Digital	NA	2	2	TP	No	10	22	64	69%	1	1 : 3
		Conceptos básicos del diseño	NA	2	2	T	Sí	24	0	72	0%	1	1 : 3
		Opcional I	NA	2	2	TP	No	14	18	64	56%	1	1 : 3
		Opcional II	NA	2	2	TP	No	14	18	64	56%	1	1 : 3
		Opcional III	NA	2	2	TP	No	14	18	64	56%	1	1 : 3
		Opcional IV	NA	2	2	T	Sí	24	0	72	0%	1	1 : 3
	Subtotal núcleo			16	16			156	76	536			
Total créditos - Formación General			16	16			156	76	536				
Formación específica profesional	Inglés	Inglés I	NA	4	4	TP	No	20	44	128	69%	1	1 : 3
		Inglés II	NA	4	4	TP	No	20	44	128	69%	1	1 : 3
		Inglés III	NA	4	4	TP	No	20	44	128	69%	1	1 : 3
		Inglés IV	NA	4	4	TP	No	20	44	128	69%	1	1 : 3
	Subtotal núcleo			16	16			80	176	512			
	Específico	Comunicación digital	NA	2	2	TP	No	14	18	64	56%	1	1 : 3
		Usabilidad y accesibilidad	NA	2	2	TP	No	14	18	64	56%	1	1 : 3
		Diseño WEB (html y RSS)	NA	2	2	TP	No	14	18	64	56%	1	1 : 3
		Multimedia y herramientas WEB	NA	2	2	TP	No	14	18	64	56%	1	1 : 3
		Fotografía de producto con dispositivos móviles	NA	3	3	TP	No	18	30	96	63%	1	1 : 3
Subtotal núcleo			11	11			74	102	352				
Total créditos - Formación Específica			27	27			154	278	864				
Formación Profundización	Electivas de profundización	Estrategias e-commerce	NA	3		TP	No	18	18	108	50%	1	1 : 3
		Estrategias de Marketing Digital	NA	2		TP	No	8	16	72	67%	1	1 : 3
		SEO y SEM (Optimización de motores de búsqueda)	NA	2		TP	No	8	16	72	67%	1	1 : 3
		Análisis de la WEB	NA	2	13	TP	No	8	16	72	67%	1	1 : 3
		Diseño y creación de contenidos para redes sociales	NA	3		TP	No	16	20	108	56%	1	1 : 3
		Mapeo de mercados y comportamiento del consumidor	NA	3		TP	No	16	20	108	56%	1	1 : 3
		Proyecto de grado	NA	4		TP	No	20	28	144	58%	1	1 : 3
Subtotal núcleo profundización			19	13			94	134	684				
Total créditos			19	13			94	134	684				
TOTAL CRÉDITOS DEL PROGRAMA			62	56			404	488	2084				