 <b>compensar</b>   fundación universitaria	<b>ACTA DE REUNIÓN</b>	
	<b>FOR-PPA-11</b>	<b>Versión 02</b>
	<b>Página 1 de 5</b>	<b>Fecha Emisión 13.11.2020</b>

<b>Fecha</b>	19/06/2024	<b>Hora Inicio</b>	10:00 AM	<b>Hora Fin</b>	11:30 AM
<b>Proceso /Subproceso</b>	Comité curricular - Renovación registro calificado - Propuesta de Malla			<b>Acta N°</b>	08
<b>Reunión de trabajo</b>	X	<b>Comité</b>		<b>Capacitación</b>	

Asistentes					
No.	Nombre	Cargo	¿asistió?		Firma
			Si	No	
1	Carolina Vaca	Directora Programa	X		
2	Yara Roa	Coordinadora Programa	X		
3	Priscila Amín	Docente	X		
4	Fabián Pinzón	Docente	X		
5	Pedro Layton	Docente	X		
6	Germán Archila	Docente	X		

Temas
1. Revisión Propuesta de Malla - Renovación R.C. Virtual
Desarrollo
<p>Se continúa el trabajo en equipo en cuanto al análisis de la nueva estructura de la malla del programa frente a la actual y se proponen los siguientes ajustes para los semestres 4, 5 y parte del 6:</p> <p><b>Cuarto semestre:</b></p>

MARKETING OPERATIVO		
CÓDIGO		
4	64	128

**GA** German Alfredo Archila AC12 \*\*\*  
Gutierrez  
Se fusiona distribución, precio,  
mercadeo de servicios, tener en cuenta  
planeación.  
19 de junio de 2024, 10:59 a. m.

Se sugieren las asignaturas descritas a continuación, de 4 y 2 créditos, respectivamente:

CONCEPTUALIZACIÓN Y LENGUAJE PUBLICITARIO		
CÓDIGO		
4	64	128

PROGRAMAS DISEÑO		
CÓDIGO		
2	32	64

**GA** German Alfredo Archila AC22 \*\*\*  
Gutierrez  
Programa in design; photoshop y  
demás

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN		
CÓDIGO		
2	32	64

**GA** German Alfredo Archila AC28 \*\*\*  
Gutierrez  
Esta viene del semestre VI, se corre;  
fundamentación claridad en objetivos,  
planteamiento problema.

Se descartan:

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		
CÓDIGO		
3	48	96

ESTUDIOS DE MERCADEO		
CÓDIGO		
2	32	64

PRÁCTICA		
CÓDIGO		
3	48	96

METODOLOGÍA PARA EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN		
CÓDIGO		
2	32	64

**Quinto semestre:**

Se fusionan **Investigación Cuantitativa y Cualitativa**. (Malla actual 5º y 7º semestre, respectivamente)

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
CÓDIGO		
4	64	128



German Alfredo Archila  
Gutierrez

AK12 \*\*\*

Técnicas Cualitativas- Cuantitativas

Se proponen las siguientes asignaturas:

MEDIOS Y PLANEACIÓN PUBLICITARIA		
CÓDIGO		
4	64	128

DISEÑO PUBLICITARIO		
CÓDIGO		
2	32	64



German Alfredo Archila  
Gutierrez

AK22 \*\*\*

Materia enfocada a realizar piezas.

Se descartan:

PRODUCCIÓN DE IMPRESOS		
CÓDIGO		
3	48	96

PRECIO		
CÓDIGO		
3	48	96

LENGUAJE Y CREATIVIDAD PUBLICITARIA		
CÓDIGO		
3	48	96

DISEÑO DIGITAL 2		
CÓDIGO		
3	48	96

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA		
CÓDIGO		
3	48	96

**Sexto semestre:**

Se sugiere la siguiente asignatura:

MARKETING DIGITAL		
CÓDIGO		
4	64	128



**German Alfredo Archila** AS12 \*\*\*  
**Gutierrez**

Enfocada a mercadeo.

19 de junio de 2024, 10:31 a. m.

Unificar solo una signatura de campañas publicitarias y orientarla en el sexto semestre

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS		
CÓDIGO		
4	64	128

Se propone:


PRÁCTICA INMERSIÓN EMPRESARIAL		
CÓDIGO		
3	48	96

Se descartan:

PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR 2		
CÓDIGO		
3	48	96

MEDIOS Y PRESUPUESTOS		
CÓDIGO		
3	48	96

Compromisos de la reunión			
Descripción	Responsable	Fecha de entrega	Seguimiento
Generar Acta de la reunión	Priscila Amin	19/06/2024	OK

 <b>compensar</b>   fundación universitaria	<b>ACTA DE REUNIÓN</b>	
	<b>FOR-PPA-11</b>	<b>Versión 02</b>
	<b>Página 5 de 5</b>	<b>Fecha Emisión 13.11.2020</b>

<b>Acuerdos</b>
Se acuerdan las asignaturas hasta una parte del sexto semestre y se coordina nueva reunión para el jueves 20 de junio, con el fin de dar continuidad al proceso.

<b>Necesidades de comunicación</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Dirigido a</b>