ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD

En uso de sus atribuciones legales y estatutarias y

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), creada por la Ley 52 de 1981, transformada por la Ley 396 de 1997 y el Decreto 2770 del 16 de agosto de 2006 es un ente universitario autónomo del orden nacional, con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, patrimonio independiente y capacidad para gobernarse, y vinculado al Ministerio de Educación Nacional en los términos definidos en la Ley 30 de 1992.

Que el artículo 28 de la Ley 30 de 1992, establece: "La autonomía universitaria consagrada en la Constitución Política de Colombia y de conformidad con la presente Ley, reconoce a las universidades el derecho a darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades académicas y administrativas, crear, organizar y desarrollar sus programas académicos, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales, otorgar los títulos correspondientes, seleccionar a sus profesores, admitir a sus alumnos y adoptar sus correspondientes regímenes y establecer, arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de su función institucional".

Que de conformidad con el artículo 18, del Acuerdo No. 014 del 23 de julio de 2018, el Consejo Académico de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) es la máxima autoridad académica de la institución.

Que el Consejo Directivo de la UNAD mediante acuerdo N° 016 del 28 de julio de 2001, aprobó la creación del Centro Internacional de Educación Abierta y a Distancia – CIED en el Estado de la Florida, Estados Unidos.

Que mediante Decreto N° 217 de Febrero 2004, el Gobierno Nacional modificó la estructura de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, -UNAD- plasmando como uno de sus objetivos la prestación de servicios en diferentes ámbitos, entre ellos el internacional, y ordenando el funcionamiento de la Institución en el Estado de la Florida USA, a través del College Open and Distance Education CNAD como seccional internacional de la UNAD.

Que el Consejo Directivo de la UNAD, mediante el Acuerdo N° 035 del 22 de diciembre de 2004, autorizó al Rector poner en marcha el proyecto de internacionalización de la UNAD, a través de la seccional National College Open and Distance, CNAD.

Que mediante el Acuerdo 005 de febrero 22 de 2006, se autorizó al Rector de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD- para realizar durante su periodo las gestiones académicas administrativas y financieras del CNAD OF Florida in situ y

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

para ejercer la presidencia del Board de la corporación UNAD OF Colombia en calidad de representante legal de la institución.

Que el Acuerdo 003 de febrero 25 de 2015, se fija la política de Internacionalización de la UNAD, se fomenta el "Sistema UNAD Global".

Que el literal a), del capítulo I, articulo 3, Acuerdo 003 de Febrero 25 de 2015, "que fija la política de Internacionalización", define como uno de los objetivos de internacionalización: Incrementar la presencia. Visibilidad y reconocimiento internacional en la oferta de los programas académicos de pregrado, posgrado, educación continuada, educación permanente, los servicios académicos de la Universidad y el desarrollo de sus funciones sustantivas en un entorno global.

Que el literal b), del capítulo I, articulo 3, Acuerdo 003 de Febrero 25 de 2015, "que fija la política de Internacionalización", define como uno de los objetivos de internacionalización: Afianzar la internacionalización del currículo como estrategia para la adaptación y modernización de la oferta académica de la Universidad, bajo estándares de comparabilidad de créditos que faciliten la movilidad académica y la oferta de titulaciones conjuntas o múltiples con universidades extranjeras.

Que el literal c), del artículo 3, del Capítulo I del Acuerdo 003 de Febrero 25 de 2015, por medio del cual se fija la política de Internacionalización, define como uno de los objetivos de internacionalización: "Apropiar la "internacionalización en casa" y la globalidad como estrategias integradoras de las diferentes estrategias y practicas universitarias mundiales para generar impacto y promoción académica en las comunidades en el ámbito local."

Que mediante Acuerdo número 21 del 14 de septiembre de 2016, el honorable Consejo Superior de la Universidad aprobó la articulación de la gestión organizacional, jurídica, administrativa, financiera de UNAD Florida como seccional en el ámbito internacional de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD-,

Que el Consejo de Escuela de la Escuela en sesión ordinaria 013 del 14 de septiembre de 2021, aprobó por unanimidad la homologación entre el programa de Administración de Empresas de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la UNAD Florida.

Que en sesión ordinaria del 23 de noviembre de 2021, el Consejo Académico aprobó la homologación entre el Programa de Administración de Empresas de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de su seccional UNAD Florida.

En mérito de lo anterior,

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

ACUERDA:

ARTICULO PRIMERO: Establecer la homologación de los cursos entre el Programa de Administración de Empresas de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida.

TOTAL, DE CRÉDITOS DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS RESOLUCIÓN Nº 09260 DE 07 DE JUNIO DE 2018 (CÓDIGO SNIES 1688)	
OBLIGATORIOS	114
ELECTIVOS	37
TOTAL	151
CRÉDITOS HOMOLOGADOS	
OBLIGATORIOS	66
ELECTIVOS	0
CRÉDITOS POR CURSAR	
OBLIGATORIOS	48
ELECTIVOS	6

ARTÍCULO SEGUNDO: Definir los cursos y créditos académicos obligatorios y electivos que se homologan a los estudiantes o egresados del programa de Administración de Empresas resolución 09260 del 7 de junio de 2018 ofrecido por la UNAD Colombia y que quieran obtener el título de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida, así:

Cursos Obligatorios

Administración de Empresas Resolución N.º 09260 de 07 de Junio de 2018 - UNAD COLOMBIA			**Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration - UNAD FLORIDA**	
CÓDIGO CURSO	**NOMBRE CURSO**	**Nº CRÉDITOS**	**COMPETENCIA**	**Nº CRÉDITOS**
200610	Herramientas Digitales para la Gestión del Conocimiento	3	**CES 121 -Introduction to Information Technology** Analyze the use of information technology email, networks and the use of the Internet and the Web. Know the meaning of the term cyberspace. Describe the five sizes of computers and what are the clients and servers. Identify the basic operations that follow all computers and devices associated with each operation. Describe how communications affect operations. Identify the addresses of the IT development and the directions of the communications development.	3
40003	Competencias Comunicativas	3	**COM 111 - English Composition I** Read with critical comprehension. Write clearly and reasonably. Use evidence to effectively support argumentative ideas. Write an organized and rational argument. Avoid plagiarism.	3

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

112002	Pensamiento Administrativo	3	**MAN 231 - Administrative Theories and Processes** Promote in the participant the ability to relate some theories interdisciplinary (within a discipline) with the administration, until you reach an avant-garde approach adapted to the new challenges faced by organizations and societies.	3
105001	Fundamentos de Economía	3	**ECO 121 - Economics** Analyze the international economy focusing its study on the theories of international trade. Understand the bases that define the supply and demand of goods and services in the international market. Identify the effects of import and export on consumers and producers. Describe the basic concepts of the foundations of international trade and the effects of competition and trade relations between countries. Analyze the changes in productive capacity that can affect the economy of a country. Distinguish the basic sources of economic growth and the implications of international exchange. Describe the concepts of gross domestic product and indexes of foreign investment of a country. Analyze the importance of comparative advantages and the process of import substitution as ways to achieve economic development. Analyze the main modalities of international movements of factors of production. Analyze the effects of foreign direct investments and their effects. Evaluate the management of government policies in the regulation of foreign investments. Determine the importance and consequences of international migration movements.	3
126008	Gerencia Estratégica de Costos y Presupuestos	3	**BUS 235 - Costs and Budgets** The objective of the course is to train participants in the use of budget formulation and evaluation in business organizations. Its aim is to help students apply the knowledge of the financial disciplines for the management of organizations, as well as formulation and budget control. The course seeks to provide students with practical skills for all students who want to deepen understanding of the activities of budget control a business enterprise. Ability of preparing budgets. Knowledge's methods of optimization of manufacturing costs in the aspect of accounting of indirect costs	3
121012	Gestión del Talento Humano	3	**MAN 486 - Human Resources Management** Explain the dynamic environment of HRM through its strategic foundations. Understand the HRM legal and ethical context of HRM. Describe the recruitment process in organizations. Analyze the importance of training and development of personnel in organizations. Explain the Performance Management System. Discuss about the Labor Relations and Collective Bargaining in the organizations.	3
211622	Estadística y Probabilidad	3	**MAT 358 - Statistics and Probability** This course will enable students to develop their ability to analyses and solve problems through a solid basis in statistical methods and data synthesis; Allowing them to understand the most important theoretical aspects, to apply them correctly in the solution of situations and in the decision making.	3
126003	Diagnóstico Empresarial para la Competitividad	3	**MAN 353 - Entrepreneurial Diagnostics** Appropriate strategic management tools to facilitate a good decision-making process and accurate value proposals. Apply strategic management related concepts to satisfy internal and external stakeholder needs. Strategically analyze organizational viability in an environment of dynamic and changing competition.	3
126007	Macroeconomía	3	**ECO 243 - Macroeconomics** Assess macroeconomic conditions such as unemployment and inflation. Understand monetary policy and fiscal policy in economic decisions in the short term. Know the indicators that contribute to growth and macroeconomic stability. Discuss the importance of studying macroeconomics.	3

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

126013	Psicología del Trabajo y las Organizaciones	3	**MAN 475 - Organizational Behavior** Empower participants with managerial skills that promote performance and effective satisfaction of the organizational group. Examine the behavior of individuals in the organization through the dynamics of interpersonal relationships. Identify the different components of behavior in organizations. Analyze the different strategies for the improvement and efficiency of the organizational climate.	3
116005	Matemáticas Financieras	3	**MAT 481 - Financial Mathematics** Study Financial Mathematics from a global perspective. Analyze the mechanisms used in the different types of forward and future contracts. Study the procedures for calculating interest rates and interest rate derivatives. Analyze Basic Finance and Probability Spaces. Identify random variables, options and arbitration.	3
105016	Fundamentos de Negocios Internacionales	3	**Economy Support, Promotion and Development** Analyze the international economy focusing its study on the theories of international trade. Understand the bases that define the supply and demand of goods and services in the international market. Identify the effects of import and export on consumers and producers. Describe the basic concepts of the foundations of international trade and the effects of competition and trade relations between countries.	3
112003	Mercadeo e Investigación de Mercados	3	**Market Research** Understand the role of market research and the concepts of the market research process and how they relate to management decision making. Study about the various research techniques involved in qualitative research, observation and experimental research. Determine the difference between primary and secondary research and how they are used to make marketing decisions. Describe the concepts of sampling and measurement that include: sampling procedures, measurement methods, marketing scales and design of questionnaires. Analyze the basic techniques of SPSS. Understand the process of data collection and analysis, especially as it relates to the analysis of fundamental data, as well as the analysis of differences. Develop a research report and present it effectively.	3
106011	Finanzas Corporativas para la Toma de Decisiones	3	**Financial Management and Negotiations** Identify and understand the fundamental aspects of financial management and its influence on business decisions. To apply quantitative methods and technological support, in the process of identifying, formulating and solving problems for decision making, through the learning by task strategy.	3
126005	Gerencia Pública	3	**Public and Contemporary Administration** The objective of learning is to analyze the contemporary changes of public administration, known as a new model of government, to which various principles of private administration have been incorporated, especially in relation to public management, ethics, spirit entrepreneur, the development of managerial skills, for the motivation and the right decision making.	3
126011	Logística de las Operaciones	3	**Logistics** At the end of the course, students will have knowledge of the logistics process of an organization that involves planning and distributing goods and services for customer satisfaction.	3
106023	Metodología y Gestión de la Investigación	3	**Qualitative and Quantitative Methods** To develop in the participants the competences that allow the creation, production and dissemination of knowledge within the qualitative and quantitative methods, through the understanding, explanation and application of the research process in its theoretical, methodological and epistemological levels, within the context of The diverse conceptions, paradigms and instrumental and operative procedures, pertinent to the content and field of action of the economic and social sciences.	3

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

111001	Legislación Empresarial	3	**Commercial and Fiscal Law** Understand the importance of commercial and tax laws and the practical application in the lives of citizens. Analyze the origin of commercial and fiscal laws, as well as their benefits for the administration of nations. Apply basic tax concepts at the individual and corporate level. Differences in tax rates and business opportunities according to the national regulations. Establish the tax obligations of the organizations, the derived benefits and the commercial and fiscal opportunities related to their corporate purpose.	3
200612	Fundamentos de Matemáticas	3	**Algebra and Trigonometry** Understand the basics of Algebra and Geometry. Evaluate algebraic expressions. Solve simple linear and quadratic equations and inequalities. Identify the elements of linear graphs and circles. • Understand the properties of functions. Solve problems with linear, quadratic, polynomial, rational, exponential and logarithmic functions. Define the trigonometric functions. Solve problems with trigonometric functions.	3
112005	Mercadeo Social	3	**Market and Management Development** Design marketing plans and manage its development in any kind of business. Understand and find the right information for a reliable marketing decision making. Learn how to manage customers, developing the value offering. Determine the proper communications and publicity using the best distribution channels. Become a marketing manager to be successful with a strong understanding of what it takes to do great marketing planning today.	3
80004	La Persona como Ser Trascendente	2	**Philosophy** Sensitize in the student a reflexive attitude, critical and aware of the implicit assumptions in the discourses and ideologies of the different sciences, with the purpose of reflecting on the ideas that structure their way of thinking and acting, and in this way reason the facts in critical and analytical form.	3
126018	Emprendimiento Experimental y Financiamiento	3	**Management Games** Through the management games course, the objective is to contribute to the reflection process and analytical capacity of the students by having to manage and make decisions in a simulated company, so that at the end of the course the student is able to: 1. Interpret managerial roles through simulations and case studies. 2. Develop decision-making skills 3. Organize work teams 4. Analyze the behavior of the market in changing environments.	3
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS HOMOLOGADOS				**66**

ARTÍCULO TERCERO. Definir los cursos y créditos académicos Obligatorios y electivos que deberán cursar estudiantes o egresados del programa Administración de Empresas de la UNAD, que deseen obtener el título de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida, así:

CURSOS OBLIGATORIOS:

CÓDIGO CURSO	NOMBRE CURSO	N° CRÉDITOS
BUS 111	Introduction to Business	3
SOC 111	Sociology	3
HUM111	Government and Democracy	3

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

COM121	English Composition II	3
BUS122	General Accounting	3
ECO232	Microeconomics	3
ADV242	Advertising and Publishing Market	3
MAN242	Organization and Methods	3
CMM243	Consumer's Retail Sales	3
CMM352	Commercial Planning	3
MKT362	International Marketing	3
MKT363	Marketing Plans	3
BUS367	Strategic Planning	3
INT481	Internship	6
CMM484	Occupational Health	3
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS POR CURSAR		**48**

CURSOS ELECTIVOS

CÓDIGO CURSO	NOMBRE CURSO	N° CRÉDITOS
ELE471	Elective I	3
ELE472	Elective II	3
TOTAL CRÉDITOS ELECTIVOS POR CURSAR		**6**

ARTÍCULO CUARTO: Establecer la homologación de los cursos entre el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida y el Programa de Administración de Empresas de la UNA, así:

TOTAL, DE CRÉDITOS DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS RESOLUCIÓN Nº 09260 DE 07 DE JUNIO DE 2018 (CÓDIGO SNIES 1688)	
OBLIGATORIOS	114
ELECTIVOS	37
TOTAL	151
CRÉDITOS HOMOLOGADOS	
OBLIGATORIOS	54
ELECTIVOS	11
CRÉDITOS POR CURSAR	
OBLIGATORIOS	60
ELECTIVOS	26

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

ARTÍCULO QUINTO: Definir los cursos y créditos académicos obligatorios y electivos que se homologan a los estudiantes o egresados del programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida y que quieran obtener el título de Administrador de Empresas resolución 09260 del 7 de junio de 2018 ofrecido por la UNAD Colombia así:

Cursos Obligatorios:

Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration - UNAD FLORIDA			**Administración de Empresas Resolución N.º 09260 de 07 de Junio de 2018 - UNAD COLOMBIA**	
CÓDIGO CURSO	**NOMBRE DEL CURSO**	**N° CRÉDITOS**	**NOMBRE CURSO**	**Nº CRÉDITOS**
COM 111	English Composition I	3	**40003 - Competencias Comunicativas** Potencializar la capacidad oral y escritural del estudiante con el propósito de mejorar su desempeño comunicativo en los diferentes campos de interacción: Sociocultural, académico, medios digitales y ambientes virtuales de aprendizaje.	3
COM 121	English Composition II	3		
HUM 111	Government and Democracy	3	**126005 - Gerencia Pública** Conoce cómo está compuesta y cómo funciona la estructura del poder ejecutivo en los entes públicos, interpretando los diagramas organizacionales para comprender los resultados de la interacción entre los diferentes niveles del poder ejecutivo. Aplica en un contexto organizacional las funciones gerenciales dentro del proceso administrativo, generando transparencia, aseguramiento de la calidad, eficiencia, eficacia y efectividad en las entidades públicas. Evalúa resultados, de la interacción en la estructura del poder ejecutivo con indicadores de gestión que maximizan los beneficios al cliente del sector público.	3
BUS 470	Public and Contemporary Administration	3		
ECO 121	Economics	3	**105001 - Fundamentos de Economía** Identifica con claridad las principales ideas y conceptos de la ciencia económica. Establece las diferencias de los distintos agentes que participan en los mercados. Comprende los determinantes del comportamiento del consumidor (demanda), productor (oferta), las fuerzas del mercado (el equilibrio) y las elasticidades. Comprende la incidencia del Estado dentro de la estructura económica de un país. Explica el comportamiento de los principales agregados económicos básicos y establece conexión con la economía nacional.	3
CES 121	Introduction to Information Technology	3	**200610 - Herramientas Digitales para la Gestión del Conocimiento** Comprende el concepto de las Tecnologías de la Información y Comunicación, desarrollando habilidades tecnológicas que le permiten aplicarlas en las diferentes tareas planteadas. Identifica el proceso de comunicación e interacción social, aplicándolo en los diferentes contextos de su formación profesional. Aplica la búsqueda e interpretación de información y gestiona conocimiento a través de espacios de interacción y comunicación.	3

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

MAN 231	Administrative Theories and Processes	3	**112002 - Pensamiento Administrativo** Desarrolla habilidades de pensamiento crítico y autónomo para analizar, comparar y argumentar las situaciones empresariales; a través de la identificación de las teorías de la administración y el análisis de conceptos, ideas y valores expuestos en éstas por cada autor, para que el estudiante se apropie de las características y principios de cada teoría y aplicar los saberes en su entorno laboral.	3
CMM 231	Logistics	3	**126011 - Logística de las Operaciones** Desarrollar habilidades de pensamiento crítico y prospectivo que permita la relación de los conceptos adquiridos en el curso con el contexto empresarial, industrial, mediante la visita o consulta a empresas productivas a nivel local, nacional o internacional, en relación con los procesos productivos, procesos de cadena de suministros, de almacenamiento y de logística inversa.	3
BUS 235	Costs and Budgets	3	**126008 - Gerencia Estratégica de Costos y Presupuestos** Identificar el marco conceptual de la administración de costos y presupuestos por medio de la aplicabilidad y seguimiento de muestras a fin de que el estudiante fortalezca el conocimiento para apoyar el entorno de los negocios. Explicar la necesidad de que la Administración de costos y presupuestos en la actualidad requiere una práctica interdisciplinar a través de la interpretación de la información con la finalidad de que el estudiante se apropie de la evolución del costeo y el control en las organizaciones.	3
ECO 243	Macroeconomics	3	**126007 – Macroeconomía** Identificar e interpretar teorías, modas, tendencias, estilos y modelos organizacionales en todas las áreas de la organización que le permitan desarrollar un pensamiento crítico, autónomo y propositivo, mediante la comprensión de variables macroeconómicas indispensables para la toma de decisiones empresariales.	3
ADV242	Advertising and Publishing Market	3	**112003 - Mercadeo e Investigación de Mercados** Reconoce la influencia del mercadeo en el quehacer y competitividad de las organizaciones y de la comercialización de productos a partir de su naturaleza, funciones, operatividad e importancia, como resultado de un ejercicio de lectura y desarrollo de actividades colaborativas. Propone planes de mercadeo innovadores, sostenibles y sustentables acordes con las necesidades, características y expectativas de las organizaciones y de su mercado. Diseña investigaciones de mercados que sustenten la toma de decisiones estratégicas para incursión, sostenimiento y posicionamiento de bienes y servicios en el mercado.	3
MKT244	Market Research	3		
MKT363	Marketing Plans	3		
MAN 353	Entrepreneurial Diagnostics	3	**126003 - Diagnóstico Empresarial para la Competitividad** Identificar los componentes conceptuales del diagnóstico empresarial orientado a la competitividad aplicando los diferentes modelos estratégicos seleccionados en la Matriz Integral de Planeación Estratégica para definir el escenario adecuado que conlleve a una organización competitiva.	3

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

MAN 354	Commercial and Fiscal Law	3	**111001 - Legislación Empresarial** Reconoce los elementos de la relación laboral, donde identificará las sociedades y el régimen conforme a la ley Colombiana. Determinará las diversas leyes que se puedan aplicar a cada caso empresarial. Maneja reconoce, comprende y desarrolla las obligaciones tributarias a nivel local y nacional. Establece las necesidades de las conformidades con los parámetros legales, dando solución a los conflictos internos, aplicando los conceptos jurídicos empresariales, de acuerdo con la legislación comercial vigente en Colombia.	3
ECO 354	Economy Support, Promotion and Development	3	**105016 - Fundamentos de Negocios Internacionales** Identifica con claridad las principales ideas y conceptos de la ciencia económica. Establece las diferencias de los distintos agentes que participan en los mercados. Comprende los determinantes del comportamiento del consumidor (demanda), productor (oferta), las fuerzas del mercado (el equilibrio) y las elasticidades. Comprende la incidencia del Estado dentro de la estructura económica de un país. Explica el comportamiento de los principales agregados económicos básicos y establece conexión con la economía nacional.	3
MAT 358	Statistics and Probability	3	**211622 - Estadística y Probabilidad** Identifica las medidas estadísticas de tendencia central y de dispersión en la solución de diferentes problemas para la toma de decisiones. Interpreta las probabilidades establecidas en la solución de problemas de aplicación en situaciones de la vida cotidiana. Aplica los modelos probabilísticos en problemáticas de las distintas áreas del conocimiento.	3
BUS 369	Financial Management and Negotiations	3	**106011 - Finanzas Corporativas para la Toma de Decisiones** Capacidad de estimar indicadores financieros que le permiten conceptuar acerca de la situación financiera de una organización. Capacidad de sustentar el valor de una empresa a partir de la generación de indicadores de gestión. Concluye acerca de posibles escenarios financieros para una organización basándose en el cálculo de indicadores.	3
MAT 369	Qualitative and Quantitative Methods	3	**106023 - Metodología y Gestión de la Investigación** Identificar problemas de la realidad organizacional y de su contexto para abordarlos sistemática y pertinentemente mediante la metodología de investigación y de las disciplinas administrativa y contable. Enfocar los problemas sociales, de las organizaciones y de sus contextos desde una óptica sistemática, científica e interdisciplinaria para darles soluciones que estén al alcance de las organizaciones objeto de estudio mediante la apertura a los constantes cambio y la innovación. Diseñar proyectos de investigación aplicables a las organizaciones y sus contextos económicos, sociales y políticos para que éstas sean sostenibles, competitivas y centradas en el ser humano, utilizando instrumentos de la metodología de la investigación. Gestionar efectivamente los proyectos de investigación utilizando herramientas como el proceso administrativo, presupuestos, cronogramas, diagramas de Gantt, anticipando inconvenientes y anticipando soluciones que permita el correcto desarrollo de los proyectos.	3

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

MAN 475	Organizational Behavior	3	**126013 - Psicología del Trabajo y las Organizaciones** identificar la importancia de la psicología del trabajo, aplicada a la comprensión y el estudio del comportamiento del individuo en la organización, su dinámica al interior de la misma y las repercusiones en el contexto micro y macrosocial.	3
MAN 486	Human Resources Management	3	**121012 - Gestión del Talento Humano** Da soporte a los procesos desarrollados en el área de Recursos Humanos, acorde a las políticas, metas y objetivos de las organizaciones, con la finalidad de mejorar el talento humano y la competitividad de las organizaciones, empleando los saberes, las experiencias y la formación adquirida en el curso. Coordina procesos de reclutamiento y selección, con el fin de encontrar el candidato con las características requeridas según los perfiles para cada cargo en la organización, mediante la puesta en práctica de las fases para la selección de personal. Propone métodos y estrategias para evaluar el desempeño y remuneración del personal, con el objetivo de mejorar los procesos del talento humano en una organización, mediante el desarrollo de las actividades formativas propuestas en el curso.	3
MAT 481	Financial Mathematics	3	**116005 - Matemáticas Financieras** Fundamentar al estudiante con sólidas herramientas de análisis de alternativas de inversión y financiación, que contribuyan a la toma de decisiones en el contexto organizacional; promoviendo así, una gestión efectiva de los recursos financieros que aporte a la creación de valor empresarial y que impulse el desarrollo competitivo de las regiones.	3
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS HOMOLOGADOS				**54**

Cursos Electivos:

CÓDIGO CURSO	NOMBRE DEL CURSO	N° CRÉDITOS	NOMBRE CURSO	N° CRÉDITOS
MAT 111	Algebra and Trigonometry	3	**200612 - Fundamentos de Matemáticas** Describe alternativas para resolver problemas matemáticos en situaciones cotidianas utilizando operaciones aritméticas. Interpreta ecuaciones y funciones de diferentes características para dar solución a diferentes problemáticas, utilizando expresiones algebraicas. Comprende los conceptos de perímetro área y volumen para dar solución a problemas matemáticos.	**3**

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700
Correos electrónicos: <consejoacadémico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

BUS 236	Market and Management Development	3	**112005 - Mercadeo Social** Argumenta sobre la importancia de la ética y la responsabilidad social del mercadeo en relación con los procesos de gestión comercial y negociación en las organizaciones a partir del contexto de análisis frente al campo empresarial. Explica los fundamentos teóricos del marketing social, su diferencia con el mercadeo tradicional y su aplicación en diferentes tipos de organizaciones como elementos fundamentales de conocimiento en su campo de formación profesional para llegar a proponer estrategias de marketing con causa correlacionando la teoría estudiada con un contexto real. Describe la correlación existente entre el marketing relacional y el servicio al cliente para mantener y fortalecer las relaciones con los consumidores, contextualizando los conocimientos adquiridos sobre al mercadeo social, ecológico, relacional y territorial en el entorno empresarial como elemento dinamizador de la economía, permitiendo mejorar la calidad de vida en las comunidades.	**3**
HUM 123	Philosophy	3	**80004 - La Persona como Ser Trascendente** La competencia cognitiva está dirigida a que el estudiante identifique, relacione, organice y otorgue sentido a los conocimientos generales y específicos que en torno a la temática se han construido históricamente y ocupan lugares fundamentales en las sociedades y culturas. - La competencia aplicativa se relaciona con la capacidad de reflexión frente a las experiencias individuales de los propios límites en relación con las de los Otros mediante las cuales se reconoce el valor que tienen las personas y las diferencias entre éstas. - La competencia comunicativa se plantea en el plano de la intersubjetividad por lo que es necesario realizar esfuerzos lingüísticos para expresar ideas, pensamientos, creencias, imaginarios y representaciones entre otros y para comprender el "mundo de otros.	**2**
MKT 471	Management Games	3	**126018 - Emprendimiento Experimental y Financiamiento** Generar ideas de negocio innovadoras a través de la aplicación de técnicas de creatividad individuales y/o grupales plasmadas en un mapa mental, e infografías que le permitan dar respuesta a problemas o necesidades identificadas en el entorno de aprendizaje. Desarrollar prototipos de un nuevo bien o servicio que pueda ser probado en un nicho de mercado, a través de la aplicación de cada una de las etapas del design thinking y que posibiliten identificar problemas y construir soluciones utilizando el diagrama de causa efecto desde la empatía y coincidencia de necesidades de los actores del proceso. Aplicar un ejercicio práctico de financiación a través del concurso de su proyecto en la plataforma ideame y lograr así el apoyo económico necesario para su proyecto emprendedor de una forma real.	**3**
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS HOMOLOGADOS				**11**

ARTÍCULO SEXTO. Definir los cursos y créditos académicos Obligatorios y electivos que deberán cursar estudiantes o egresados del Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida que deseen obtener el título de Administrador de Empresas de la UNAD, así:

Créditos Obligatorios

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

CURSOS OBLIGATORIOS PROGRAMA ADMINISTRACIÓN EMPRESAS UNAD		
CÓDIGO CURSO	**NOMBRE CURSO**	**N° CRÉDITOS**
80017	Cátedra Unadista	3
105015	Fundamentos de Administración	3
200611	Pensamiento Lógico y Matemático	3
900001	Inglés A1	3
40002	Ética y Ciudadanía	3
106003	Contabilidad Financiera Básica	3
900002	Inglés A2	3
126006	Innovación de la administración posmoderna	3
900003	Inglés B1	3
120003	Microeconomía	3
126001	Habilidades para la toma de decisiones	3
900005	Inglés B2	3
126004	Planeación y prospectiva hacia escenarios globales	3
126009	Diseño y evaluación de proyectos	3
150001	Fundamentos y Generalidades para la Investigación	3
126010	Gerencia Estratégica de las operaciones	3
126012	Prospectiva del marketing	3
120002	Responsabilidad Social Empresarial	3
126002	Sistemas de Información Gerencial	3
121006	Sistemas Integrados de Gestión HSEQ	3
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS POR CURSAR		**60**

Créditos Electivos

CURSOS ELECTIVOS PROGRAMA ADMINISTRACIÓN EMPRESAS UNAD	
NOMBRE CURSO	**N° CRÉDITOS**
Electiva 2 Componente Social Solidario	3
Electiva 3 Componente Investigativo	3
Electivo 2 Disciplinar Común	3
Electivo 3 Disciplinar Común	3
Electiva 1 Campo de Formación Complementaria	1
Electiva 2 Campo de Formación Complementaria	1

ACUERDO NÚMERO 192 DEL 23 DE NOVIEMBRE DE 2021

Por el cual se homologan cursos académicos del programa de Administración de Empresas (innovación curricular) de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration UNAD seccional Florida, con el fin de permitir a los estudiantes o graduados de los dos programas obtener los correspondientes títulos académicos de la UNAD y de su seccional UNAD Florida.

Servicio Social Unadista (Requisito para grado)	0
Electivo Disciplinar Específico	12
TOTAL CRÉDITOS ELECTIVOS POR CURSAR	**26**

ARTÍCULO SÉPTIMO: Los estudiantes o egresados del programa Administración de Empresas y del programa Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration que deseen tomar las rutas curriculares establecidas en el presente acuerdo, deberán acogerse a la normatividad académica y administrativa de ingreso vigente por la UNAD y su seccional UNAD Florida.

ARTÍCULO OCTAVO: Los estudiantes o egresados del programa Administración de Empresas de la UNAD deberán presentar como requisito de ingreso a la seccional UNAD Florida la suficiencia del idioma inglés (Nivel B1 o el examen TOEFL con una puntuación mínima de 61 puntos)

ARTÍCULO NOVENO: El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

Dado en Bogotá, D.C., a los veintitrés (23) días del mes de noviembre de dos mil veintiuno (2021)

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

CONSTANZA ABADÍA GARCÍA
Presidente

ESTHER CONSTANZA VENEGAS CASTRO
Secretaria General

Revisó: Vicerrectora Académica y de Investigación
Elaboró: Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios