



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADEO

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

Humanismo y conocimiento
con sentido práctico

**DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS**

FACULTAD DE MERCADEO

**REGLAMENTO
PARTICULAR DE FACULTAD**

**REGLAMENTO PARTICULAR DE
FACULTAD**

Bogotá, D. C., septiembre de 2017

Bogotá, D. C., septiembre de 2017

CONTENIDO

CAPÍTULO I. DEL PROPÓSITO DEL REGLAMENTO	5
CAPÍTULO II. DEL NOMBRE Y NATURALEZA JURÍDICA DE LA FACULTAD	5
CAPÍTULO III. DE LA FILOSOFÍA INSTITUCIONAL PARTICULAR DE LA FACULTAD	6
CAPÍTULO IV. DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA FACULTAD	7
CAPÍTULO V. DE LOS LÍDERES DE PROCESO DE LA FACULTAD	14
CAPÍTULO VI. DE LOS DOCENTES Y LA PEDAGOGÍA	15
CAPÍTULO VII. DE LOS ESTUDIANTES Y CONDUCTOS REGULARES	18
CAPÍTULO VIII. DEL PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO Y DESARROLLO ESTUDIANTIL	23
CAPÍTULO IX. DE LAS OPCIONES DE GRADO	27
CAPÍTULO X. DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES Y SOCIALES	33
CAPÍTULO XI. DE LA POLÍTICA DE EGRESADOS	41
CAPÍTULO XII. DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS DE PREGRADO, POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA	41
CAPÍTULO XIII. DE LOS ESTÍMULOS Y DISTINCIONES OTORGADAS POR LA FACULTAD	42

CAPÍTULO XIV. DISPOSICIONES VARIAS	43
CAPÍTULO XV. DE LA APROBACIÓN Y VIGENCIA	43

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
SEDE BOGOTÁ
DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE MERCADEO

“Por el cual se adopta el Reglamento Particular de la Facultad de Mercadeo”

CONSIDERANDO:

1. Las funciones sustantivas otorgadas a las facultades, establecidas en el artículo 80 del Estatuto Orgánico de la Universidad Santo Tomás;
2. Los criterios que sustentan la gestión académica de las etapas administrativas de planeación, organización, dirección, ejecución y evaluación, que presiden la organización de las unidades académicas de facultades, consagrados en el capítulo 10 del Proyecto Educativo Institucional —PEI— de la Universidad Santo Tomás;
3. La misión, la visión y los principios generales institucionales, señalados en el artículo 7 del Estatuto Orgánico y en el capítulo 1 del Proyecto Educativo Institucional, así como los lineamientos institucionales establecidos en el Modelo Educativo Pedagógico y el Proyecto Educativo de Programa de Mercadeo;
4. Los aspectos señalados sobre filosofía educativa y valores institucionales, los criterios contextuales, y la organización académico-administrativa, en los capítulos 1, 2 y 5 de la Política Curricular Institucional;

5. Las disposiciones disciplinarias, sobre gestión académica, investigación y bienestar con relación a los estudiantes, establecidas en el Reglamento Estudiantil Institucional de Pregrado y el Reglamento General de Posgrados;
6. Los lineamientos de la Política de Investigación, el Estatuto Docente y la Política Institucional de Egresados; y
7. Las demás disposiciones relativas a gestión administrativa, académica, de investigación, bienestar y proyección social, definidas por el Consejo Superior, el Consejo Académico General, el Consejo Académico Particular, el Consejo de Facultad y los lineamientos desarrollados por cada unidad, departamento y dependencia de la Universidad Santo Tomás.

SE ESTABLECE:

CAPÍTULO I. DEL PROPÓSITO DEL REGLAMENTO

Artículo 1. Propósito del Reglamento Particular de la Facultad de Mercadeo

El Reglamento Particular de la Facultad de Mercadeo constituye un complemento a los reglamentos, lineamientos y disposiciones generales establecidos por la Universidad Santo Tomás, sus estamentos, departamentos y dependencias, y permite la orientación y desarrollo de la gestión académica, administrativa, de investigación, de proyección social y bienestar de la Facultad de Mercadeo de la Sede Bogotá, la cual se encuentra adscrita a la División de Ciencias Económicas y Administrativas.

Este reglamento propende por la definición de los procesos y lineamientos eje de la gestión administrativa de la facultad, cubriendo sus estamentos particulares, interacciones, actores y procedimientos, sustentados con una perspectiva global, y estructurados dentro de los valores institucionales: humanismo cristiano, filosofía tomista, racionalidad crítica y ética, espíritu de justicia y equidad, crecimiento espiritual y respeto por las diferencias.

Artículo 2. Principios orientadores

El presente reglamento se articula con la misión, principios y objetivos institucionales de la Universidad Santo Tomás, fundamentados en el modelo pedagógico institucional y la filosofía tomista, y en la construcción de comunidad académica, a partir de los objetivos de calidad

institucionales, la autoevaluación y el mejoramiento continuo, los cuales encaminan todas las actividades que se desprenden de las funciones sustantivas, orientadas al desarrollo estudiantil y soportadas en la docencia, la investigación y la proyección social, dentro de una visión nacional e internacional de la Facultad de Mercadeo.

Artículo 3. Cobertura del reglamento

El presente reglamento rige para los estudiantes, docentes y egresados de la Facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás, en todos sus programas académicos y de educación continuada, creados y extendidos dentro del país y en el exterior.

Los estudiantes, docentes y egresados de la facultad son responsables de conocer todos los reglamentos de la facultad, así como sus actualizaciones; estos son puestos a su disposición en diferentes medios de comunicación y su desconocimiento no exime su cumplimiento.

Parágrafo. Los programas de posgrado, especializaciones, maestrías y doctorados también se regirán para todos los efectos legales correspondientes por el Reglamento General de Posgrados de la Universidad Santo Tomás.

CAPÍTULO II. DEL NOMBRE Y NATURALEZA JURÍDICA

Artículo 4. Nombre y naturaleza de la Facultad de Mercadeo

A partir de 2009, mediante el Acuerdo 09 del 16 de junio de 2009 del Consejo Superior, se constituyó la Facultad de Mercadeo como unidad académica rectora del programa de mercadeo y de los demás programas afines, cursos y actividades académicas curriculares, extracurriculares y de extensión, relacionadas y adscritas, que, en su gestión y desarrollo, decida proyectar, implementar y ejecutar.

CAPÍTULO III. DE LA FILOSOFÍA INSTITUCIONAL PARTICULAR DE LA FACULTAD

Artículo 5. Misión de la Facultad de Mercadeo

La Facultad de Mercadeo es una unidad académica adscrita a la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás, Sede Principal, que ofrece a la comunidad universitaria una formación integral, humanista y cristiana a nivel de pregrado, posgrado y educación continua, en el área disciplinar del mercadeo y afines, propiciando

espacios académicos para el desarrollo de la investigación, la docencia, el bienestar y la proyección social, con sentido práctico y ético, pensamiento crítico, creatividad, innovación y creación de valor, basada en una conciencia tecnológica y una visión social y empresarial global que agregue valor a los procesos económicos y de desarrollo humano sostenible.

Artículo 6. Visión de la Facultad de Mercadeo

La Facultad de Mercadeo, en el 2027, será reconocida como referente nacional e internacional de formación integral en mercadeo y afines por su calidad, la competencia de sus egresados, sus productos y proyectos de investigación y de proyección social, orientados a la generación de conocimiento sobre el consumidor, los mercados, las marcas y las estrategias.

Artículo 7. Valores de la Facultad de Mercadeo

La Facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás, Sede Principal, sustenta su gestión y desarrollo en los siguientes valores, que permean todos los programas académicos adscritos a ella:

- a) **Humanismo cristiano** orientado desde la filosofía tomista.
- b) **Ética** como fundamento esencial de la construcción, desarrollo y conocimiento de las estructuras sociales y de los individuos.
- c) **Investigación** como proceso necesario para la construcción y comprensión de nuevo conocimiento y la agregación de valor.
- d) **Creatividad e innovación** como componentes de gestión y formación para construir oportunidades.
- e) **Sentido práctico**, como esencia del razonamiento crítico, que permita un enfoque concreto, claro, medible, sustentable y visible de los objetivos.
- f) **Pensamiento y acción global** que permita la comprensión consciente y proactiva de la diversidad, la interculturalidad y la globalidad para la construcción de sociedad.

- g) **Conciencia tecnológica** que permita el uso consciente y competitivo de las herramientas tecnológicas de la información y la comunicación como soporte de la investigación científica y la creación de nuevo conocimiento en beneficio del desarrollo humano sostenible.

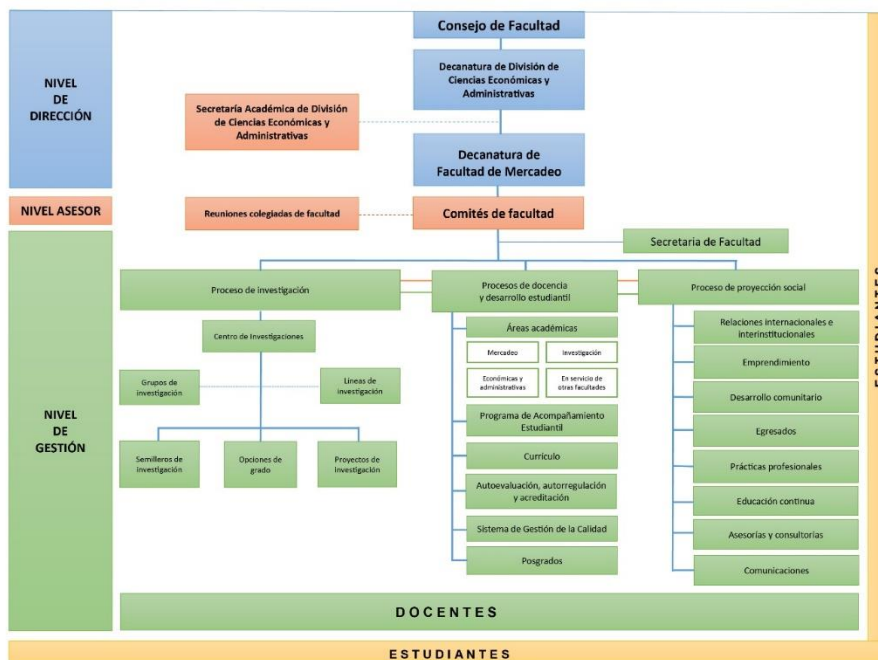
CAPÍTULO IV. DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA FACULTAD

Artículo 8. Organigrama de la Facultad de Mercadeo

La Facultad de Mercadeo está organizada en tres niveles: de dirección, asesoría y gestión. El nivel de dirección está conformado por el Consejo de Facultad, la Decanatura de División de Ciencias Económicas y Administrativas, la Decanatura de Facultad y la Secretaría de División de Ciencias Económicas y Administrativas; en el nivel asesor se encuentran los comités de facultad; y en el nivel de gestión se encuentran la Secretaría de Facultad y los líderes encargados de las actividades estratégicas de las funciones sustantivas: investigación, docencia, desarrollo estudiantil y proyección social.

Parágrafo. La facultad vinculará practicantes según las necesidades, previo cumplimiento de los requisitos de ley y normas internas. El Decano de Facultad propondrá dichas vinculaciones sin perjuicio de la intervención de las autoridades institucionales competentes, encargadas de formalizar la vinculación.

Organigrama de la Facultad de Mercadeo



Fuente: Facultad de Mercadeo, 2016.

Artículo 9. Autoridades de la facultad

Las autoridades responsables del cumplimiento y direccionamiento de los lineamientos institucionales y particulares de la facultad son:

- Consejo de Facultad
- Decano de División
- Decano de Facultad
- Secretario de División

Parágrafo 1. Las funciones específicas de las autoridades de la facultad se encuentran descritas en diferentes documentos institucionales, especialmente: Estatuto Orgánico, Proyecto Educativo Institucional —PEI—, Reglamento General de Posgrados, Estatuto Docente, Manual de Funciones y contratos de trabajo, de manera específica para cada funcionario.

Parágrafo 2. En el caso de alguna inconformidad por parte de estudiantes o docentes respecto a las decisiones tomadas por la facultad, es el Consejo de Facultad el único calificado en última instancia dentro de la facultad para realizar la interpretación y aplicación de los reglamentos propios de la misma, sin perjuicio de las disposiciones y lineamientos de orden institucional.

Artículo 10. Consejo de Facultad

El Consejo de Facultad es el máximo órgano colegiado para la gestión y administración académica de la facultad, responsable del seguimiento a los procesos académicos, de desarrollo curricular, autoevaluación, docencia, investigación, proyección social, aplicaciones del régimen disciplinario y demás funciones consagradas en los artículos 78, 79 y 80 del Estatuto Orgánico de la Universidad Santo Tomás, o por las disposiciones que lo modifiquen o sustituyan.

El Consejo de Facultad está conformado por:

- Decano de la División de Ciencias Económicas y Administrativas

- Decano de la Facultad de Mercadeo
- Secretaría de la División de Ciencias Económicas y Administrativas
- Un representante del Rector General
- Un representante de los docentes
- Un representante de los estudiantes de la facultad
- Un representante de los egresados

Parágrafo 1. El Consejo de Facultad es la máxima autoridad en la facultad y se reunirá, al menos, una vez al mes, o en forma extraordinaria en los casos previstos en el Estatuto Orgánico de la Universidad y de acuerdo con las actividades a desarrollar por la facultad.

Parágrafo 2. Los representantes de los profesores y de los estudiantes son elegidos por sus pares para un período de dos años, de acuerdo con su permanencia en la facultad. El cargo de representante de los egresados tendrá una duración de dos años, no reelegible consecutivamente.

Artículo 11. Decano de División

Es la autoridad responsable de la dirección académica y administrativa de la División de Ciencias Económicas y Administrativas. Sus funciones están descritas en el Estatuto Orgánico.

Artículo 12. Decano de Facultad

El Decano de Facultad es la autoridad responsable del desarrollo y ejecución de las políticas, en los aspectos académicos, de gestión administrativa y de proyección de la facultad, sus programas de pregrado, posgrado y de extensión. Se rige por los lineamientos y funciones establecidas en el Estatuto Orgánico de la Universidad Santo Tomás. El Decano dirige los comités de la facultad y define y delega las funciones del personal administrativo y del cuerpo de docentes de apoyo de la facultad para la dirección, gestión, administración, desarrollo y proyección de la facultad, los programas académicos y los proyectos a su cargo.

Artículo 13. Secretario de División

Es el responsable ejecutivo del proceso administrativo y académico de la división, en colaboración permanente con los decanos de las facultades que integran la División de Ciencias Económicas y Administrativas, y bajo la orientación del Decano de División. Sus funciones son las descritas en el Manual de Funciones de la Sede Principal de la Universidad Santo Tomás.

Artículo 14. Comités de facultad

Los comités de la facultad son cuerpos colegiados de carácter consultivo, para asesoría, gestión, evaluación y toma de decisiones particulares sobre la aplicación y articulación de los lineamientos académicos, administrativos y de desarrollo propios de la facultad.

Los comités de la Facultad de Mercadeo son:

1. Comité de Currículo y Docencia
2. Comité de Desarrollo Integral Estudiantil
3. Comité de Investigación
4. Comité de Proyección Social
5. Comité de Gestión Integral de la Calidad

Parágrafo. Estos comités, así como otros que se establezcan para atender asuntos de carácter específico, serán conformados, organizados y establecidos por el Decano de Facultad, de acuerdo a las necesidades de la misma y de sus programas, según su conveniencia y pertinencia, en concordancia con lo previsto en el artículo 20 del presente reglamento.

Artículo 15. Comité de Currículo y Docencia

El Comité de Currículo y Docencia es el órgano asesor de la facultad que se encarga del análisis, desarrollo, ejecución, evaluación, seguimiento y control de los procesos curriculares y demás concreciones, ajustes y actualizaciones de los planes de estudio, renovaciones de Registro Calificado, creación de nuevos programas, evaluación y cumplimiento de los proyectos educativos de programas, planes analíticos, extensión de programas, ampliación de cobertura, desistimiento y articulación de los lineamientos curriculares institucionales con los de la facultad y sus programas, y definición de protocolos y reglamentos particulares de la facultad que afecten la gestión y los procesos curriculares. Los procesos curriculares analizados en cada comité estarán apoyados y orientados por la Unidad de Desarrollo Curricular y Formación Docente —UDCFD—.

De igual manera, el Comité de Currículo y Docencia estará a cargo de la definición y ejecución de procedimientos del proceso docente y de todas aquellas actividades derivadas de la ejecución, articulación, desarrollo y aplicación en la facultad de los lineamientos establecidos en el Estatuto Docente, de la dimensión de la Política Docente y del Reglamento Estudiantil de la

Universidad Santo Tomás, y de la propuesta de recomendaciones para la proyección y el desarrollo eficiente y eficaz de la facultad y sus programas académicos y demás actividades que se derivan de estas, en pro de la calidad.

El Comité de Currículo y Docencia también se encargará de analizar y proponer criterios y lineamientos generales, cuando así sea requerido, sobre procesos de docencia en la facultad, articulados a los de la Institución, así como de fomentar la evaluación e información sobre las actividades de los docentes en la facultad, y evaluar y dar concepto sobre solicitudes, requerimientos, reclamaciones y demás casos relacionados con el régimen académico de los estudiantes, proceso de enseñanza-aprendizaje, planes de estudio, sistema de créditos, promedios, exclusiones, homologaciones y evaluaciones parciales y supletorias presentadas al comité, cuando estos se consideren pertinentes, antes de someterlos a consideración del Consejo de Facultad.

El Comité de Currículo y Docencia estará conformado por:

- El Decano de Facultad, quien lo preside
- El líder de currículo
- El líder del Centro de Investigaciones
- El líder de proyección social
- El líder del Sistema de Gestión de la Calidad
- Los líderes de áreas de conocimiento
- El líder de posgrados
- Un representante de los estudiantes y su suplente
- Un representante de la Unidad de Desarrollo Curricular y Formación Docente —UDCFD— cuando sea requerido por el comité
- Otros líderes de funciones administrativas, docentes, estudiantes, egresados e invitados especiales, cuando así se requieran, por competencia sobre el tema a tratar

Parágrafo 1. Las sesiones de este comité se desarrollarán dos veces por semestre, y en forma extraordinaria cuando se estime necesario; será convocado por el líder de currículo.

Parágrafo 2. Los comités de currículo y docencia, orientados a los programas de posgrado, se rigen adicionalmente por lo establecido en el Reglamento General de Posgrados de la Universidad Santo Tomás o las demás normas que lo modifiquen o sustituyan.

Artículo 16. Comité de Desarrollo Integral Estudiantil

El Comité de Desarrollo Integral Estudiantil se encarga del desarrollo, evaluación, seguimiento y control de las actividades de desarrollo estudiantil programadas por la facultad; de la articulación y aplicación de los lineamientos pedagógicos y misionales de la institución; de los programas de desarrollo y acompañamiento estudiantil; de la definición de estrategias encaminadas a la participación activa, permanencia y graduación de los estudiantes; de la gestión de las alertas tempranas identificadas; y de lo contemplado en el capítulo VIII del presente reglamento.

El Comité de Desarrollo Integral Estudiantil estará conformado por:

- El Decano de Facultad, quien lo presidirá
- El líder de desarrollo integral estudiantil
- Los líderes de áreas de conocimiento
- Un representante de los docentes
- Un representante de los estudiantes
- Líderes, docentes, estudiantes y demás invitados especiales cuando sean requeridos para cada caso

Parágrafo. Las sesiones de este comité se desarrollarán, por lo menos, dos veces al año, y en forma extraordinaria cuando se estime necesario; será convocado por el líder de desarrollo y acompañamiento estudiantil.

Artículo 17. Comité de Investigaciones

El Comité de Investigaciones se encarga de la gestión, administración, seguimiento y control de las actividades, eventos, líneas, proyectos, docentes investigadores, semilleros de investigación y opciones de grado de la facultad, así como de la evaluación, gestión, promoción y divulgación de convocatorias internas o externas, reglamentos relacionados, y la publicación de los productos de investigación que hayan sido desarrollados o generados en el ejercicio docente.

De igual manera, está a cargo de la definición y ejecución de procedimientos del proceso de investigación de la facultad, y la evaluación y asignación de directores y asesores de los trabajos de grado de los estudiantes de los programas adscritos a la facultad, y todas aquellas actividades derivadas de la ejecución y desarrollo de la Política de Investigación Institucional, la Política Curricular, y el Sistema de Gestión de la Calidad de la Universidad Santo Tomás.

Entre las funciones del Comité de Investigaciones se identifican las siguientes:

- a) Proponer políticas, criterios y normas generales sobre investigación en la facultad.
- b) Fomentar las actividades de investigación en la facultad.
- c) Recomendar y definir los recursos necesarios para los proyectos de investigación en la facultad.
- d) Examinar y aprobar los proyectos de investigación que se presenten para las convocatorias internas o externas.
- e) Evaluar y aprobar las propuestas de trabajos de grado de los estudiantes.
- f) Evaluar y aprobar las opciones de grado diferentes a los trabajos de grado.
- g) Apoyar la realización de eventos investigativos científicos o culturales de nivel local, regional, nacional e internacional en cuya organización participe oficialmente la facultad.
- h) Conceptuar sobre las áreas, líneas y proyectos de investigación que presenten los investigadores de la facultad.
- i) Recomendar a la dirección del programa sobre la cantidad de horas laborales semanales de los docentes a quienes se les apruebe la formulación y ejecución de un proyecto de investigación.
- j) Designar y conseguir los jurados de los trabajos de grado, proyectos de investigación y demás productos de investigación.

El Comité de Investigación estará conformado por:

- El Decano de Facultad, quien los preside
- El líder del Centro de Investigaciones
- Un representante de la Unidad de Investigación, cuando sea requerido
- Un representante de los docentes con funciones de investigación
- Un representante de los estudiantes de semilleros de investigación, cuando sea requerido
- Líderes, docentes, estudiantes y demás invitados especiales, cuando sean requeridos para cada caso

Parágrafo. Las sesiones de este comité se desarrollarán dos veces por semestre y en forma extraordinaria cuando se estime necesario, y será convocado por el líder del Centro de Investigaciones de la facultad o quien haga sus veces.

Artículo 18. Comité de Proyección Social

El Comité de Proyección Social se encarga del diseño, formulación, gerencia, gestión y evaluación de los proyectos sociales de impacto, desarrollados por la facultad, articulados a los lineamientos institucionales de investigación y los programas de proyección social. Así mismo, le compete verificar, evaluar y controlar la articulación de la facultad y los programas académicos a las líneas estratégicas institucionales relacionadas con el desarrollo comunitario, educación continua, emprendimiento, egresados, relaciones interinstitucionales, asesorías y consultorías, eventos y centros de proyección social; todos ellos encaminados al apoyo, reconstrucción y cohesión del tejido social. El Consultorio de Marketing se reglamentará a nivel interno mediante los mecanismos que la decanatura considere pertinentes, previa aprobación del Consejo de Facultad.

El Comité de Proyección Social estará conformado por:

- El Decano de Facultad, quien lo preside
- El líder de emprendimiento
- El líder de desarrollo comunitario
- El líder de prácticas profesionales
- El líder de relaciones internacionales e interinstitucionales
- El líder de asesorías y consultorías
- El líder de educación continua
- El líder de egresados
- El líder del Centro de Investigaciones cuando sea requerido
- Los líderes de los proyectos sociales
- Otros líderes, docentes, estudiantes, egresados e invitados especiales, cuando así se requieran por competencia sobre el tema a tratar

Parágrafo 1. Las sesiones de este comité se desarrollarán una vez por semestre y en forma extraordinaria cuando se estime necesario; serán convocadas por el Decano de Facultad.

Parágrafo 2. En desarrollo de la proyección social, la facultad cuenta con el Consultorio de Marketing que presta servicios gratuitos y remunerados a empresarios adscritos a los Centros de Proyección Social —CPS— de la Universidad, que lleguen por convocatorias realizadas por la misma facultad, o que provengan de licitaciones o concursos de empresas del Estado, fundaciones o empresas privadas. La facultad podrá disponer de diferentes estrategias para la promoción del mismo, y su articulación al currículo de sus programas, a través de cursos electivos

y de educación continuada, semilleros de investigación, seminarios, congresos y demás actividades para vinculación de la comunidad académica.

Artículo 19. Comité de Gestión Integral de la Calidad

El Comité de Gestión Integral de la Calidad se encarga del análisis, desarrollo, ejecución, implementación, evaluación, seguimiento y control de los procesos de autoevaluación y autorregulación de los programas de pregrado y posgrado de la facultad, acorde a lo establecido en los lineamientos institucionales; así mismo, hace el seguimiento y evaluación del Sistema de Gestión de la Calidad de los programas de la facultad. Los procesos analizados en este comité estarán apoyados y orientados por la Unidad de Gestión Integral de la Calidad Universitaria —UGICU—.

El Comité de Gestión Integral de la Calidad estará conformado por:

- El Decano de Facultad, quien lo presidirá
- El líder de autoevaluación, autorregulación y acreditación
- El líder del Sistema de Gestión de la Calidad
- Un líder de área de conocimiento
- El líder del Centro de Investigaciones
- Un líder de las áreas de proyección social de la facultad
- El líder de posgrados
- Un representante de los docentes y su suplente
- Un representante de los estudiantes y su suplente
- Un representante de la Unidad de Gestión Integral de la Calidad Universitaria —UGICU—, cuando sea requerido por el comité.
- Otros líderes, docentes, estudiantes, egresados e invitados especiales, cuando así se requieran por competencia sobre el tema a tratar.

Parágrafo. Las sesiones de este comité se desarrollarán cuatro veces al año y en forma extraordinaria cuando se estime necesario; serán convocadas por el líder de autoevaluación, autorregulación y acreditación, o por el líder del Sistema de Gestión de la Calidad.

Artículo 20. Otros comités

El Decano de Facultad podrá considerar la formación de otros comités, de acuerdo a las necesidades y recomendaciones, o al Plan de Desarrollo de la Universidad y los programas de la facultad, con el fin de optimizar los procesos derivados de la gestión y el ejercicio de sus funciones. Así mismo, el número de sesiones periódicas serán definidas de acuerdo a las necesidades.

CAPÍTULO V. DE LOS LÍDERES DE PROCESO DE LA FACULTAD

Artículo 21. Líderes de proceso

Los líderes de proceso están representados por docentes de tiempo completo y medio tiempo, quienes lideran las iniciativas y actividades relativas a los procesos misionales de desarrollo estudiantil, docencia, investigación y proyección social de la facultad, y apoyan la gestión, organización, desarrollo y proyección de impacto de la facultad a nivel institucional y en su entorno.

Parágrafo. Los líderes de proceso son los siguientes:

- Líderes de áreas de conocimiento
 - Mercadeo
 - Investigación
 - Economía y administración
 - En servicio a otras facultades
- Líder del Centro de Investigaciones, del cual se desprenden:
 - Líder de grupo de investigación
 - Líder de línea de investigación
 - Líder de semilleros de investigación
 - Líder de opciones de grado
 - Líder de proyectos de investigación
- Líder de currículo
- Líder de autoevaluación, autorregulación y acreditación
- Líder del Sistema de Gestión de la Calidad
- Líder de desarrollo integral estudiantil
- Líder de emprendimiento
- Líder de desarrollo comunitario
- Líder de prácticas profesionales
- Líder de internacionalización

- Líder de egresados
- Líder de educación continua
- Líder de asesorías y consultorías
- Líder de posgrados
- Líder de comunicaciones

Artículo 22. Funciones de los líderes de proceso

Los líderes de proceso tienen dentro de sus funciones:

- Organizar, planear, evaluar y controlar el proceso asignado.
- Convocar y organizar el comité o reunión colegiada del proceso que dirigen.
- Evaluar, monitorear y controlar la articulación y el cumplimiento de los requerimientos institucionales relacionados con el proceso a su cargo.
- Proveer y facilitar el registro y control de los archivos, actas e informes y evidencias del proceso de su área a la secretaría de la facultad para la gestión documental.
- Presentar informe de desempeño y cumplimiento de las actividades y procedimientos desarrollados en el proceso que dirigen.
- Las demás que se establezcan de acuerdo a la naturaleza de sus funciones.

Parágrafo. El Decano de Facultad, en ejercicio de sus funciones, propondrá los docentes, personal administrativo y profesionales soporte de la facultad ante el nivel directivo de la Institución, para que lideren los procesos y cargos administrativos de la facultad, así como las funciones, roles y tareas específicas de encargo de cada docente y funcionario administrativo o de apoyo.

CAPÍTULO VI. DE LOS DOCENTES Y LA PEDAGOGÍA

Artículo 23. Docencia y principios

Para la Facultad de Mercadeo, de acuerdo a los lineamientos del Estatuto Docente, la Dimensión de la Política Docente, y el Modelo Educativo Pedagógico Institucional, los docentes son las personas responsables del proceso de enseñanza-aprendizaje, de la investigación, planeación, ejecución, seguimiento y evaluación de los espacios académicos a su cargo, desarrollados bajo los principios y normas institucionales que regulan las relaciones entre la Universidad y sus docentes, y de estos con los estudiantes.

Articulada a las normas, principios y valores establecidos por la Universidad Santo Tomás desde la filosofía tomista, la Facultad de Mercadeo orienta el desarrollo y organización de las actividades de sus docentes desde los **principios** de calidez, claridad, calidad, coherencia y contacto.

- a) **Calidez:** Por el trato amable, humano, respetuoso y siempre orientado a dar soluciones.
- b) **Claridad:** Por la transparencia en las reglas de juego desde un principio, en cuanto a syllabus, contenidos, metodologías, estrategias pedagógicas, didácticas, tipos de evaluación, uso del aula virtual y criterios de calificación para cada actividad y fechas clave.
- c) **Calidad:** Por el desempeño orientado a los mejores estándares académicos y de calidad, teniendo en cuenta la flexibilidad, desde los lineamientos institucionales. El docente cumple una función de orientación y apoyo que jalona el proceso de formación profesional y personal.
- d) **Coherencia:** Por la coherencia entre lo ofrecido y lo exigido. El docente debe cumplir con lo que exige, siendo modelo de puntualidad, cumplimiento de compromisos, respeto, calidad y claridad. Y es ideal que espere lo mismo por parte del estudiante. El irrespeto es inadmisibles por cualquiera de las dos partes.
- e) **Contacto:** Por la orientación hacia diversas estrategias metodológicas que permitan poner en contacto a los estudiantes con las realidades sociales y del mercado, propiciando visitas en grupo a empresas, charlas, conferencias de ejecutivos y empresarios invitados, para que compartan experiencias con los estudiantes y demás estrategias que contribuyan a la consecución de este principio.

Artículo 24. Clasificación y gestión de docentes

La Facultad de Mercadeo se rige por los lineamientos y normas establecidas en el Estatuto Docente, la Dimensión de Política Docente y los procesos administrativos derivados de las funciones del Departamento de Gestión del Talento Humano, la Vicerrectoría Administrativa Financiera y la Vicerrectoría Académica de la Universidad Santo Tomás.

Los docentes de tiempo completo y medio tiempo, adicional a la labor docente, representan el cuerpo soporte administrativo, de gestión y de docencia que tiene la facultad para el desarrollo y ejercicio de sus objetivos y funciones sustantivas, de acuerdo con lo establecido en el Estatuto Orgánico Institucional, el Estatuto Docente, la Dimensión de Política Docente y demás lineamientos institucionales en materia de docencia.

Parágrafo. La selección, vinculación, clasificación y escalafonamiento de los docentes está definida por el Estatuto Docente y señala los requisitos, deberes y derechos de los docentes vinculados en las modalidades de tiempo completo, medio tiempo, cátedra y ocasional. Por tal motivo, no se establecen políticas en el presente reglamento.

Artículo 25. Compromisos de la labor docente

El cuerpo docente de la Facultad de Mercadeo, en ejercicio de las funciones asociadas a la labor docente, definidas por el Estatuto Docente y la Política Docente, deberá cumplir con los siguientes compromisos y funciones específicas:

- a) Entregar oportunamente los documentos exigidos por la facultad y demás instancias administrativas de la Universidad.
- b) Asistir a reuniones, claustros docentes y comités a los cuales sea convocado.
- c) Cumplir con el desarrollo de los contenidos programáticos indicados en el syllabus de su espacio académico.
- d) Publicar oportunamente las calificaciones de cada corte, de acuerdo con los calendarios establecidos por la institución y los reglamentos que regulan la materia.
- e) Socializar las calificaciones finales de cada corte con los estudiantes antes de su publicación.
- f) Acoger las recomendaciones señaladas por la decanatura en el ejercicio de su labor docente, así como aquellas derivadas de los informes de evaluación docente de la facultad.
- g) Informar oportunamente a la facultad y a los estudiantes la inasistencia a clases por razones justificadas y las fechas de recuperación de las mismas.
- h) Utilizar y promover el uso de las herramientas informáticas, bibliográficas y virtuales provistas por la Institución.
- i) Presentar a los estudiantes, al inicio del período académico, los criterios de evaluación, contenidos, metodologías y lineamientos sobre fallas, uso de dispositivos electrónicos, evaluaciones, fechas, y demás aspectos que se consideren pertinentes para el desarrollo armónico de las clases, de acuerdo a los principios considerados en el artículo 23 del

presente reglamento. Una vez socializados estos parámetros, no se pueden cambiar salvo fuerza mayor.

- j) Entregar oportunamente a la secretaria de la facultad los exámenes y trabajos de último corte y demás soportes de los espacios académicos que orienta.
- k) Informar debidamente los casos de plagio, suplantación o cualquier falta cometida por los estudiantes.
- l) Entregar un horario de permanencia de los períodos académicos e intersemestrales (docentes de tiempo completo y medio tiempo), donde se incluyan los espacios académicos a orientar, las tutorías y la permanencia para las demás funciones asignadas. La decanatura revisará y aprobará la conveniencia de estos.

Artículo 26. Criterios de calificación, evaluación y desarrollo de espacios académicos

Adicional a lo establecido en el Reglamento Estudiantil de Pregrado y en el Reglamento General de Posgrado, se establecen las siguientes pautas en torno los criterios de calificación, evaluación y desarrollo de espacios académicos:

- a) Definir y acordar con los estudiantes las estrategias de evaluación para cada corte.
- b) Asistir puntualmente a clases.
- c) Una hora de clase corresponde a una falla.
- d) Articular y desarrollar los espacios académicos de acuerdo a los lineamientos pedagógicos establecidos en el programa, el Proyecto Educativo Institucional —PEI—, y los núcleos problémicos definidos que estructuran el plan de estudios.
- e) Los tipos de calificaciones aplicadas por el docente comprenden actividades en el aula, investigaciones, trabajos de campo, talleres, evaluaciones, exposiciones, análisis de casos, foros, conversatorios, proyectos, y demás didácticas que considere, especificando valores, contenidos y criterios de evaluación y valoración, de acuerdo al enfoque del Modelo Pedagógico Institucional y aquellos particulares de la facultad.

Artículo 27. Modelo Pedagógico Institucional

La Facultad de Mercadeo se rige por el Modelo Pedagógico Institucional de la Universidad Santo Tomás. La formación integral está dada desde las dimensiones de la acción humana de la filosofía tomista: comprender, hacer, obrar y comunicar. Así mismo, se entenderá al ser humano como una unidad multidimensional, con capacidades de autosubsistencia, autodeterminación y autoperfeccionamiento. Los procesos del presente reglamento se articulan a las funciones

sustantivas de la Facultad de Mercadeo (investigación, docencia y proyección social), así como los roles y funciones del cuerpo colegiado, y comprenderán el ejercicio de sus competencias, establecidas en el Modelo Pedagógico Institucional.

Artículo 28. Lineamientos pedagógicos

Los lineamientos pedagógicos sobre los cuales se desarrollan las funciones sustantivas de la facultad, en concordancia con el Modelo Educativo Pedagógico Institucional, son:

- a) Un modelo de formación integral centrado en el desarrollo de la persona en todas sus dimensiones, a partir de la complejidad de la persona humana (estructura corpórea, racional, histórica, práxica, cultural y trascendente).
- b) Un modelo de identidad incluyente que distingue el reconocimiento en la comunidad como Universidad de origen dominicano (por la Orden Dominicana), y un carácter católico y pensamiento tomista; abierta al diálogo, la controversia, los retos y las implicaciones del contexto actual.
- c) Un modelo abierto y dialogal acerca de la reflexión general sobre qué, cómo, por qué y para qué debe enseñarse.
- d) Una relación pedagógica profesor-estudiante-saberes-competencias que implica la función del maestro como dialógica, integradora, constructiva, amigable, colaboradora y respetuosa, que impulsa al estudiante para que él mismo alcance autónomamente su estado de virtud, guiado por la recta razón desde la comprensión de la frase *facientes veritatem*, hacedores de la verdad.
- e) Un proceso de enseñanza-aprendizaje, o proceso de docencia, comprendido como la acción y proceso interactivo entre sujetos de una relación horizontal cooperativa, es decir, un aprendizaje activo y una enseñanza significativa e integradora.
- f) La evaluación y condiciones de calidad como proceso que busca garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales.
- g) Una pedagogía problémica y la metodología problematizadora que parten de la enunciación de los problemas que definen los horizontes de las funciones de investigación, docencia y proyección social, a través de discusiones abiertas, dialogales, investigativas y expositivas que generan respuestas lógicas y argumentativas de un modo pedagógico.

- h) Las implicaciones de lo problémico en relación con la docencia, la investigación y la proyección social, que representa un diseño curricular basado en la identificación y articulación de los núcleos problémicos del saber que constituye el programa académico; una metodología modular-problémica que permita la inter y transdisciplinariedad en todos los niveles.
- i) Para la contabilización de las fallas, una hora de clase es una falla, por lo tanto, si se falta a una sesión de dos horas se contabilizarán dos fallas.
En ningún caso se pondrán fallas por acumulación de retardos, ya que esto no está contemplado en el reglamento estudiantil. Un retardo de 45 minutos será contabilizado como una falla.
- j) Incluir dentro de las sesiones de clase y trabajo autónomo de los estudiantes, las lecturas en inglés o el idioma extranjero que señale la facultad, así como el uso de producción docente propia y de colegas de la facultad y la Universidad. Igualmente, organizar en las clases actividades con videos, bases de datos bibliográficas provistas por el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación —CRAI—, y lecturas digitales; coordinar lo necesario para dichas actividades.

Artículo 29. Plataforma Moodle

La plataforma Moodle es una herramienta informática provista por la Universidad Santo Tomás para toda la comunidad académica, que hace parte de la intranet de la Institución y que sirve de apoyo a la labor docente; posibilita subir lecturas, enlaces, videos, actividades pedagógicas, foros, cuestionarios y evaluaciones, así mismo, permite llevar la asistencia de los estudiantes y facilita el control temático y de notas. Todas las actividades de docencia deberán estar evidenciadas en la plataforma Moodle, de acuerdo a los lineamientos institucionales generales y los definidos por la facultad en cabeza del Decano.

CAPÍTULO VII. DE LOS ESTUDIANTES Y DE LOS CONDUCTOS REGULARES

Artículo 30. Exámenes de habilitación

No se permite la habilitación de espacios académicos bajo ninguna circunstancia (pérdida por calificaciones, fallas o cualquier otra causa).

Artículo 31. Exámenes supletorios

Se regirán por lo establecido en el Reglamento Estudiantil de Pregrado y Posgrados y se aplicarán dentro de los plazos establecidos por la Institución.

Artículo 32. Reintegros

Los estudiantes podrán solicitar reintegro, de acuerdo a los requisitos establecidos en el Reglamento Estudiantil de Pregrado y Posgrados, previo visto bueno del Decano de Facultad sobre la conveniencia, o no, del mismo.

Artículo 33. Homologaciones

Se regirán por lo establecido en el Reglamento Estudiantil de Pregrado y Posgrados, previo visto bueno del Decano de Facultad. La nota mínima para homologación de espacios académicos será de 3.5.

Parágrafo 1. Para el caso de las prácticas profesionales, la solicitud de homologación será aceptada previo cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 80 del presente reglamento.

Parágrafo 2. Para el caso de homologación de opciones de grado, toda solicitud deberá estar sujeta a los requisitos establecidos en el presente reglamento, y será definida por el Consejo de Facultad.

Parágrafo 3. Para los casos de estudiantes con doble programa, se aplicarán las respectivas equivalencias de acuerdo a lo establecido institucionalmente.

Artículo 34. Examen de suficiencia

Los estudiantes podrán solicitar la aplicación de examen de suficiencia, por una sola vez, para cada espacio académico del plan de estudio respectivo que no haya sido cursado, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Estudiantil de Pregrado. Estos exámenes serán autorizados por el Consejo de Facultad y la nota mínima aprobatoria será de 3.5. Los exámenes de suficiencia y la opción de solicitud de un segundo calificador no aplican para espacios académicos teórico-prácticos o prácticos.

Una vez aprobado por el Consejo de Facultad, el examen de suficiencia se realizará dentro de los siguientes treinta (30) días hábiles, tiempo que tomará la facultad para preparar dicho examen en caso de ser necesario.

En caso de que el estudiante, habiendo sido notificado de fecha, hora y lugar de realización del examen, no se presente, será calificado con una nota de 0.0 y no podrá volver a solicitarlo. En caso de que la inasistencia se haya dado por fuerza mayor comprobada, la facultad podrá reprogramar una nueva fecha.

Para aplicar a los exámenes de suficiencia, el estudiante deberá demostrar conocimiento previo producto de experiencia laboral específica o formación académica en institución reconocida por el Ministerio de Educación Nacional —MEN—, u otra entidad con competencia para certificar formación académica y experiencia.

Artículo 35. Intercambio académico

Los intercambios académicos de los estudiantes serán autorizados por el Decano de Facultad y requerirá el visto bueno de la Secretaría de División de Ciencias Económicas y Administrativas. Se regirán en cada caso por los convenios suscritos entre la Universidad y la institución con la cual se realice el intercambio, y estarán sujetos a lo contemplado, tanto en el Reglamento Estudiantil de Pregrado, como en el de movilidad estudiantil.

Parágrafo: El estudiante que realice solicitud para aplicar a los programas de intercambio académico deberá tener un promedio acumulado igual o superior a tres ocho (3.8) y encontrarse en tercer semestre o superior. Así mismo, para los casos de convenios de doble titulación, los estudiantes se regirán por lo que establezca el convenio en particular, en lo referente a sus derechos y obligaciones.

Artículo 36. Cursos intersemestrales

Los estudiantes podrán matricularse en los cursos intersemestrales ofrecidos por la Institución, teniendo en cuenta lo siguiente:

1. Cuando se trate de casos de nivelación de espacios académicos perdidos o atrasados, se deben aprobar los prerrequisitos.
2. Que el espacio académico no sea Práctica Profesional y Social.

3. Que la intensidad horaria del espacio académico sea igual a las horas establecidas en el plan de estudios.
4. Que se cumpla con el número mínimo y máximo de estudiantes establecido por las instancias correspondientes.
5. Cuando se trate de adelantar materias programadas en niveles superiores, además de las condiciones anteriores, se requiere que el estudiante haya cumplido con todos los prerequisites establecidos en el plan de estudios para dicho espacio académico.
6. Solo se podrán cursar hasta dos intersemestrales en el mismo período.

Artículo 37. Cursos libres

Los estudiantes podrán inscribirse en los cursos libres organizados por la facultad, siempre y cuando se cumplan las condiciones y el número mínimo de inscritos. Estos cursos conllevarán a la expedición de un certificado de asistencia por parte de la facultad, quien lo otorgará siempre y cuando el estudiante cumpla con un mínimo del 80 % de la asistencia. Aquellos estudiantes inscritos y que se retiren sin justa causa, no podrán inscribirse en los siguientes cursos durante las próximas dos fechas programadas.

Artículo 38. Pérdida por fallas

Los estudiantes que hayan perdido por fallas y que deseen continuar con la asistencia al espacio académico por propósitos de aprovechamiento y preparación para la respectiva repetición del espacio académico, deberán manifestar por escrito dicha intención a la Decanatura, exponiendo sus razones e intereses. El Decano será quien aprobará, o no, dicha solicitud, y fijará por escrito en qué condiciones se autoriza.

Artículo 39. Componente electivo de profundización

Dentro del plan de estudios, el componente electivo de profundización requiere la aprobación del total de los créditos y espacios académicos de la opción seleccionada. En caso de que el estudiante se matricule en una de las opciones y considere en cualquier momento cambiarse de opción, deberá matricular todos los espacios académicos de la otra opción seleccionada. Los espacios ya cursados de la opción inicial no serán homologables.

Artículo 40. Conducto regular para estudiantes

El conducto regular para estudiantes es el proceso y el orden de las instancias sobre las cuales deberá acudir el estudiante a nivel individual, para la presentación de reclamaciones y quejas

referentes a problemas con docentes, otros estudiantes o personal administrativo de la facultad, relacionados con procesos o procedimientos académicos, metodológicos o similares. Según sea el caso, debe tenerse en cuenta el conducto regular para acudir a las diferentes instancias de la facultad y la Universidad, de acuerdo a lo establecido en el capítulo VIII del presente reglamento.

El orden y las instancias en el nivel individual, desde el nivel más inmediato hasta el nivel más general, que corresponden al conducto regular para los estudiantes de la Facultad de Mercadeo, son los siguientes:

1. Docente del espacio académico
2. Líder de área de conocimiento respectivo
3. Docente consejero del semestre y líder de desarrollo integral estudiantil
4. Decano de Facultad
5. Secretario de División
6. Decano de División
7. Consejo de Facultad

Parágrafo 1. Respecto a los problemas relacionados con docentes y aspectos sobre espacios académicos, debe acudirse directamente al líder de área respectivo. Para los casos relacionados con temas personales propios del estudiante, se debe acudir directamente al líder de área respectivo. Para los casos relacionados con temas académicos del sistema SAC y errores de registro académico, se debe acudir directamente a la Secretaría de División de Ciencias Económicas y Administrativas.

En caso de tratarse de temas a nivel grupal con el docente, el orden y las instancias serán las siguientes:

1. Docente del espacio académico
2. Líder de área de conocimiento respectivo
3. Decano de Facultad
4. Decano de División
5. Consejo de Facultad

Parágrafo 2. Las solicitudes, propuestas, reclamaciones y quejas para cualquier caso, deben ser presentadas por escrito, sin perjuicio de las exposiciones verbales hechas para cada caso y ante cada instancia.

Parágrafo 3. Lo anterior se entiende sin perjuicio de situaciones extraordinarias, casos especiales o fortuitos, de connotación gravísima, que atenten contra el buen funcionamiento de la Institución, de la facultad, sus estamentos, estudiantes, personal docente o administrativo, o de la comunidad universitaria, para lo cual se deberá acudir directamente al Decano de Facultad, o, en su ausencia, al Decano de División.

Parágrafo 4. Para cualquier otro aspecto de inquietud o interés, el estudiante deberá acudir al líder del proceso de la competencia o tema a tratar, o, en su defecto, al Decano de Facultad.

Artículo 41. Conducto regular para docentes

El conducto regular para docentes constituye el proceso y el orden de las instancias a las cuales deberá acudir el docente a nivel individual o grupal, para la presentación de reclamaciones y quejas referentes a problemas con estudiantes o personal administrativo de la facultad, asociados a los procesos o procedimientos académicos, metodológicos o similares. Según sea el caso, debe tenerse en cuenta el conducto regular para acudir a las diferentes instancias de la facultad y la Universidad, así:

1. Estudiante o grupo de estudiantes, cuando sea el caso
2. Líder de área de conocimiento respectivo
3. Secretario de División
4. Decano de Facultad
5. Decano de División
6. Consejo de Facultad

Parágrafo 1. Las solicitudes, propuestas, reclamaciones y quejas para cualquier caso, deben ser presentadas por escrito, sin perjuicio de las exposiciones verbales hechas para cada caso y ante cada instancia.

Parágrafo 2. Lo anterior se entiende sin perjuicio de situaciones extraordinarias, casos especiales o fortuitos, de connotación gravísima, que atenten contra el buen funcionamiento de

la Institución, la facultad, sus estamentos, los estudiantes, el personal docente o administrativo o la comunidad universitaria, para lo cual se deberá acudir directamente al Decano de Facultad, o, en su ausencia, al Decano de División.

Parágrafo 3. Para cualquier otro aspecto de inquietud o interés, el docente deberá acudir al líder de proceso de la competencia o tema a tratar, o, en su defecto, al Decano de Facultad.

CAPÍTULO VIII. DEL PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO Y DESARROLLO ESTUDIANTIL

Artículo 42. Programa de Acompañamiento y Desarrollo Estudiantil

La Facultad de Mercadeo está articulada al Programa de Acompañamiento y Desarrollo Estudiantil, organizado y dirigido por la Unidad de Desarrollo Integral Estudiantil —UDIES— de la Universidad Santo Tomás, que busca promover la formación integral y adaptación de los estudiantes tomasinos, orientándolos y acompañándolos durante su vida universitaria, favoreciendo las condiciones académicas y reduciendo la deserción estudiantil, al promover la participación y la graduación oportuna. Este proceso está fundamentado y orientado en el marco del modelo de pensamiento humanista, cristiano y tomista de la Universidad Santo Tomás, que promueve el fortalecimiento de la equidad, la diversidad y la inclusión.

Parágrafo. En cualquier caso que implique asuntos de estudiantes, se aplicarán las disposiciones reglamentarias establecidas por la Universidad en el Reglamento Estudiantil, y sobre las cuales la facultad orientará su administración y gestión.

Artículo 43. Objetivos de desarrollo integral estudiantil

Articulado a los lineamientos y estrategias de la Unidad de Desarrollo Integral Estudiantil, el Programa de Acompañamiento y Desarrollo Estudiantil de la Facultad de Mercadeo tiene por objetivo general:

Contribuir al desarrollo académico, integral y social óptimo de los estudiantes de la facultad, implementando programas y estrategias desarrolladas por la Unidad de Desarrollo Integral Estudiantil —UDIES—, así como las que considere la Facultad de Mercadeo que se deban desarrollar con el fin de detectar y solucionar oportunamente las dificultades y situaciones que entorpezcan u obstaculicen el desempeño académico, el desarrollo integral y social de los

estudiantes en su relación con los demás estudiantes, los docentes y demás integrantes de la comunidad universitaria.

De igual manera, como objetivos específicos, propende por:

- Realizar seguimiento a los estudiantes a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Prevenir la deserción estudiantil, identificando las causas y ofreciendo soluciones.
- Promover la participación de los estudiantes en las diferentes instancias y procesos de la Universidad.
- Asegurar la graduación oportuna de los estudiantes.
- Fortalecer las relaciones interpersonales, de confianza, entre docentes y estudiantes.
- Diseñar estrategias para el mejoramiento continuo de la calidad académica de los estudiantes.

Artículo 44. Líder de desarrollo integral estudiantil

El líder de desarrollo integral estudiantil es un docente de tiempo completo de la Facultad de Mercadeo, asignado por el Decano, para la organización, gestión, administración y ejecución de los lineamientos, políticas, programas, personal de apoyo docente y académico relacionados con el desarrollo integral de los estudiantes de la facultad.

Artículo 45. Funciones del líder de desarrollo integral estudiantil

Adicionales a las establecidas para líderes de proceso en el artículo 21 del presente reglamento, el líder tendrá las siguientes funciones:

- a) Coordinar, organizar y gestionar los docentes consejeros y de apoyo de la facultad, para actuar frente a los demás estamentos de la facultad y la Universidad.
- b) Identificar y hacer seguimiento de alertas tempranas de los estudiantes que presentan bajo rendimiento académico y ausencias significativas.
- c) Remitir los estudiantes a asesoría psicológica, pastoral o la que fuera necesaria, en los casos que ameriten consejería y acompañamiento, previo requerimiento o aceptación voluntaria del estudiante.
- d) Identificar las causas de deserción estudiantil de los estudiantes de la facultad y elaborar un plan de acción con el respectivo informe e indicadores de evaluación.
- e) Atender de manera personalizada a estudiantes y padres de familia, cuando así proceda, que solicitan orientación e información de carácter académico o personal.

- f) Coordinar y organizar a los representantes estudiantiles de grupos y de facultad, para actuar frente a los demás estamentos de la facultad y la Universidad.
- g) Convocar a los interesados en conformar el grupo de monitores académicos de la Facultad de Mercadeo, y realizar todo el proceso, desde las entrevistas a los aspirantes, hasta la selección, formalización y seguimiento de la gestión, tanto del monitor, como del docente al que está apoyando.
- h) Coordinar las tutorías académicas que requieran los estudiantes y presentar un informe por docente y por espacio académico.
- i) Orientar a los estudiantes de la facultad en los procesos de matrícula, horarios de clases y tutorías, prerrequisitos, cambios de curso y demás situaciones académicas y administrativas, con la articulación y el apoyo de la Secretaría de División de Ciencias Económicas y Administrativas, los líderes de áreas de conocimiento y los docentes de tiempo completo de la facultad.
- j) Todas las demás que le sean asignadas, derivadas del ejercicio de sus funciones.

Artículo 46. Consejeros estudiantiles

La Facultad de Mercadeo ofrecerá espacios de acompañamiento estudiantil, con el apoyo, orientación y seguimiento del líder de desarrollo integral estudiantil de la facultad, de los docentes consejeros, los docentes que colaboran con el proceso, y demás personas calificadas para tal fin que hacen parte del cuerpo de apoyo de la Unidad de Desarrollo Integral Estudiantil — UDIES—.

Parágrafo. Cuando se considere necesario, tanto estudiantes como docentes, suscribirán un acta de convivencia que establecerá las buenas relaciones entre las partes.

Artículo 47. Tutorías

Las tutorías comprenden el apoyo académico adicional al tiempo ordinario para el desarrollo de las clases presenciales, prestado por los docentes a los estudiantes en temas específicos, con el ánimo de reforzar, ampliar y despejar dudas sobre temáticas concretas relacionadas con los contenidos de los espacios académicos de área, de tal forma que puedan mejorar su desempeño académico y de formación profesional.

Para estos efectos, los docentes de tiempo completo y medio tiempo de la Facultad de Mercadeo, por asignación del Decano de Facultad, incluirán esta actividad de gestión dentro de sus horas

de permanencia en las instalaciones de la Universidad. Las tutorías deberán ser soportadas mediante el Formato de Tutorías, que será entregado mensualmente al líder de acompañamiento para efectos de registro, control y archivo de la facultad. En caso de que un docente no realice tutorías en un mes determinado, entregará el formato indicando que no se hicieron.

El líder de desarrollo integral estudiantil se encargará de la difusión del proceso y de los horarios de tutorías de los docentes de la facultad.

Artículo 48. Procedimiento para tutorías

El procedimiento de tutorías será el siguiente:

1. Organizar el horario de las tutorías de los docentes de tiempo completo y medio tiempo de la Facultad de Mercadeo y socializarlo con los estudiantes.
2. Solicitar a la Facultad de Estadística, al Departamento de Ciencias Básicas y al Instituto de Lenguas Fray Bernardo DE LUGO, O. P., los horarios de las tutorías y socializarlos con todos los estudiantes las tutorías disponibles.
3. Cada docente deberá comunicar a sus estudiantes el horario de la tutoría (1 hora por cada espacio académico), y cuál es el proceso para hacer la solicitud.
4. Los docentes de cátedra laboral deberán explicarles a sus estudiantes que las tutorías necesarias se realizarán dentro del horario de clase, por lo tanto, los estudiantes que sepan que necesitan tutoría deberán comunicárselo al docente al inicio de la clase para que este la programe.
5. Los docentes tutores ofrecen las tutorías en los espacios y tiempos programados para tal fin, siempre dentro de la Universidad.
6. El estudiante asiste a las tutorías programadas.
7. El estudiante firma el formato de tutorías facilitado por el docente tutor, donde quedará registrada la asistencia para control y seguimiento.
8. El docente entrega a la líder de desarrollo integral estudiantil, los formatos diligenciados correspondientes a las tutorías desarrolladas mensualmente, esta entrega debe hacerse en los primeros cinco (5) días hábiles del mes siguiente para registro, control y archivo de la Facultad.

Parágrafo. Los horarios de tutorías organizadas y planificadas por los departamentos de Ciencias Básicas, la Facultad de Estadística, el Instituto de Lenguas Fray Bernardo DE LUGO, O. P., y demás estamentos de la Universidad que estén involucrados en el desarrollo de los planes de estudio vigentes de los programas adscritos a la Facultad, deberán ser solicitados a cada una de las dependencias para información de los estudiantes.

Artículo 49. Docente consejero

El docente consejero será un docente de tiempo completo o de medio tiempo que se encuentre orientando uno o más espacios académicos de un grupo o semestre específico. El docente consejero se encargará de servir de canal para informar a la líder de desarrollo integral estudiantil las alertas tempranas detectadas sobre los casos específicos que presenten los estudiantes, quien se encargará de registrar, gestionar, hacer seguimiento y remitir a la siguiente instancia, en caso de ser necesario.

Los docentes consejeros serán asignados por el líder de desarrollo integral estudiantil, con el visto bueno del Decano de Facultad, para un período académico o semestre.

Parágrafo 1. Los estudiantes, compañeros de grupo o de facultad, docentes, y demás miembros de la comunidad académica, podrán informar al docente consejero o al líder del programa de desarrollo integral estudiantil sobre cualquier caso que represente una alerta temprana, detectada de acuerdo a los lineamientos y políticas de la Unidad de Desarrollo Integral Estudiantil —UDIES— y de la Universidad.

Parágrafo 2. Todos los docentes de la facultad serán docentes consejeros para los asuntos específicos de carácter personal y todos aquellos diferentes a los aspectos relacionados con los espacios académicos que orientan.

Artículo 50. Alertas tempranas

Una alerta temprana es la identificación de una problemática o situación específica del estudiante que perjudique o pueda perjudicarlo a él mismo, a su grupo o a su entorno social o académico. Las alertas tempranas pueden estar relacionadas con problemas o situaciones relacionadas con:

- Consumo de sustancias psicoactivas legales o ilegales.

- Problemas afectivos, familiares, económicos, espirituales, de ausentismo, asociados al desempeño académico, entre otros.
- Otros procesos particulares relacionados con otras áreas o dependencias de la Institución u otro tipo de problema personal que atente contra el desarrollo normal del proceso académico del estudiante.

CAPÍTULO IX. DE LAS OPCIONES DE GRADO

Artículo 51. Política de Investigación

La investigación en la Facultad de Mercadeo se sustentará y regirá de acuerdo a los lineamientos institucionales de investigación, el Reglamento de Opciones de Grado de la facultad, y demás disposiciones, normas y procedimientos que sean considerados por el Comité de Investigaciones de la Facultad.

Artículo 52. Proceso de investigaciones

La investigación en la Facultad de Mercadeo, articulada a los lineamientos institucionales, consiste en un proceso del desarrollo curricular de los programas que permite la creatividad, innovación, promoción, creación de nuevo conocimiento y aplicación del conocimiento disciplinar, en beneficio de la sociedad. Este proceso es desarrollado por los estudiantes y docentes en su quehacer de formación profesional, en los espacios académicos de enseñanza y aprendizaje, que tienen como fin la resolución de los problemas del entorno, inspirados en la filosofía humanista, cristiana y tomista de la Universidad Santo Tomás.

Artículo 53. Líder del Centro de Investigaciones

El líder del Centro de Investigaciones será un docente de tiempo completo, designado por el Decano de Facultad, quien estará a cargo de la gestión, administración, control, seguimiento y promoción del proceso de investigación en la Facultad de Mercadeo.

Artículo 54. Funciones del líder del Centro de Investigaciones

Adicionales a las establecidas para líderes de proceso en el artículo 21 del presente reglamento, son funciones del líder del Centro de Investigaciones de la Facultad de Mercadeo, las siguientes:

- a) Establecer contactos con instituciones locales, regionales, nacionales e internacionales con el fin de conseguir cooperación, alianzas y recursos para el desarrollo de investigaciones.
- b) Programar las actividades de investigación interdisciplinar con los demás centros de investigación de la división, o de las facultades que integran la división, o de otras facultades de la Universidad.
- c) Diseñar esquemas metodológicos de investigación y controlar el cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos para los proyectos de investigación.
- d) Presentar al Decano de Facultad las necesidades de recursos humanos, tecnológicos y financieros que estime necesario para el mejoramiento de las actividades de investigación.
- e) Convocar las reuniones del comité de investigaciones y publicaciones con la debida anticipación.
- f) Proponer y coordinar la ejecución de programas de capacitación de docentes y estudiantes en el área de investigación.
- g) Ejercer control técnico y financiero a los diferentes proyectos de investigación que se tramiten y ejecuten por parte de la facultad.
- h) Proponer, dirigir y/o evaluar proyectos de grado, temas para seminarios de grado, y hacer seguimiento a las opciones de grado.
- i) Participar en eventos de carácter científico y de investigación que se realicen a nivel local, regional, nacional e internacional con miras a mejorar y actualizar las políticas, estrategias y actividades del proceso de investigación en la facultad.
- j) Todas las demás relacionadas o que le sean asignadas en el ejercicio de sus funciones.

Artículo 55. Otras funciones de investigación

El cuerpo docente al que se refiere el presente artículo, que se encuentra bajo el direccionamiento del líder del Centro de Investigaciones, tendrá a su cargo las siguientes responsabilidades:

- a) **Líder de grupo de investigación:** encargado de coordinar el registro, evaluación y control de los docentes del grupo de investigación, así como la gestión administrativa derivada de la planeación, programación y cumplimiento de requisitos para la presentación de proyectos y ponencias de los proyectos de investigación ante Fodein, Colciencias y demás instancias de aplicación, para visibilizar la producción investigativa de la facultad.

- b) **Líder de línea de investigación:** encargado de la articulación, administración y evaluación de los proyectos del Centro de Investigaciones con relación a los lineamientos institucionales de la línea de investigación institucional a la cual se suscribe la facultad.
- c) **Líder de semilleros de investigación:** encargado de organizar, administrar y dirigir al personal docente que tiene a cargo un grupo de estudiantes de un semillero de investigación, así como la evaluación de la pertinencia, aplicación, articulación y coherencia con los lineamientos de investigación institucionales y de facultad.
- d) **Líder de opciones de grado:** encargado de la evaluación, organización, registro y control de los trabajos y gestión de las demás opciones de grado de los estudiantes de la facultad, así como de la orientación del protocolo de opciones de grado, la asignación de tutores o asesores de proyectos de investigación, y las actividades administrativas derivadas de dichas funciones.
- e) **Líder de proyectos de investigación:** encargado de la evaluación, desarrollo, gestión, registro y control de los proyectos de investigación de la facultad, apoyando las actividades del líder de grupo de investigación.

Parágrafo. Para cualquier caso, estas funciones serán definidas y establecidas para gestión administrativa por el Decano y el líder del Centro de Investigaciones, de acuerdo a las necesidades y conveniencia, y estarán sujetas a las directrices institucionales orientadas por la Unidad de Investigación.

Artículo 56. Opciones de grado

La Facultad de Mercadeo, teniendo en cuenta los lineamientos institucionales consignados en el Proyecto Educativo Institucional —PEI— y el Reglamento Estudiantil de Pregrado, define las siguientes opciones de grado:

1. Trabajo de grado
2. Plan coterminal
3. Iniciativa empresarial
4. Auxiliar de investigación
5. Rendimiento académico
6. Periplo internacional

Parágrafo 1. Los requisitos y procedimientos administrativos y académicos serán señalados en el protocolo de opciones de grado vigente.

Parágrafo 2. Las opciones de grado por trabajo de grado, iniciativa empresarial, periplo internacional (ensayo) y auxiliar de investigación (artículo científico) podrán solicitar un segundo evaluador de la calificación, de acuerdo a los procedimientos y disposiciones de la Unidad de Investigación.

Artículo 57. Opción de trabajo de grado

Se entiende por trabajo de grado el proceso de investigación sobre aspectos teóricos, metodológicos e instrumentales, que obligatoriamente conllevará a la elaboración de un documento final que plasme los resultados de dicha investigación. Consiste en la recopilación, organización y representación de manera novedosa de un tema específico, con aportes personales. Usualmente es una búsqueda teórica, pero puede tener contrastación empírica comprobatoria. Este trabajo se desarrollará para la obtención del título profesional.

Artículo 58. Integrantes vinculados a los trabajos de grado

1. Comité de investigaciones: este comité será el ente encargado de la regulación de todas las actividades encaminadas a la elaboración de los proyectos y trabajos de grado y lo integran el Decano de la Facultad o su delegado, el líder del Centro de Investigaciones y un Docente Investigador de la Facultad.
2. Autor(es) del trabajo de grado: estudiante(s) activo(s) de la División de Ciencias Administrativas y Económicas, perteneciente(s) a la Facultad de Mercadeo, que haya(n) optado por graduarse mediante la modalidad de trabajo de grado y que cumplan con los requisitos estipulados para ello.
3. Director de trabajo de grado: docente que posee un grado académico igual o superior al que aspira el estudiante, y que, por su formación y reconocida capacidad académica, avala y aprueba el proyecto y el trabajo de grado para la presentación ante la respectiva facultad. El director puede ser un profesional o docente de la Universidad o externo a la misma, en este último caso se requiere autorización previa de la Decanatura de Facultad, para lo cual el estudiante someterá la hoja de vida a evaluación.
4. Jurados: son dos (2) docentes quienes evaluarán el proyecto final, designados por el Comité de Investigaciones.

Artículo 59. Requisitos y disposiciones generales de trabajo de grado

- 1) Para poder elegir esta opción de grado, el estudiante debe tener un promedio académico acumulado de mínimo 3.3 y haber cursado los espacios académicos de sexto semestre.

Quien no tenga este promedio deberá cursar los espacios académicos adicionales que determine el Decano de Facultad, previo estudio de su historial académico (artículo 40, numeral 2, Reglamento Estudiantil).

- 2) El plazo máximo para la elaboración y sustentación del trabajo de grado será de un (1) año a partir de la aprobación y nombramiento del director, y será prorrogable por una sola vez y hasta por otro año, previo concepto del Comité de Investigaciones.
- 3) El trabajo de grado puede ser realizado hasta por máximo dos estudiantes del programa. La aprobación de integrantes adicionales deberá solicitarse para evaluar la pertinencia y el alcance, siempre que el estudio o investigación propuesta atienda lo establecido en este reglamento.

Artículo 60. Calificación del trabajo de grado

En la socialización del trabajo de grado el estudiante conocerá la nota definitiva asignada por los jurados, los cuales otorgarán una mención cualitativa de acuerdo con la siguiente escala:

- Reprobado: Calificación inferior a 3.0
- Aprobado: Calificación entre 3.0 y 4.0
- Meritorio: Calificación entre 4.1 y 4.5
- Honorífico: Calificación entre 4.6 y 4.9
- Laureado: Calificación de 5.0

Artículo 61. Opción de grado por plan coterminal

El plan coterminal hace referencia a la opción que pueden tomar los estudiantes de pregrado que hayan aprobado el 100% de los créditos académicos del programa de pregrado y cuyo promedio acumulado sea igual o superior a 3.5.

Artículo 62. Requisitos y disposiciones generales del plan coterminal

- a) El interesado podrá ingresar como estudiante asistente a un programa de especialización o de maestría en cualquier Facultad de la División de Ciencias Económicas y Administrativas, siempre y cuando cumpla con los requisitos exigidos por el programa académico. En caso de querer cursar su posgrado en otra facultad de USTA Colombia, deberá presentar solicitud al comité curricular, quien evaluará la pertinencia y viabilidad de acuerdo a las exigencias del posgrado y al perfil académico del estudiante.

- b) Los estudiantes que decidan adelantar el plan coterminal deben haber cursado el 100 % de los espacios académicos del programa de pregrado.
- c) El estudiante deberá obtener su título de pregrado una vez apruebe todos los créditos del primer semestre del posgrado que haya elegido como plan coterminal y demás requisitos. En caso de no hacerlo en este plazo, no podrá continuar en el programa de posgrado.
- d) El estudiante de pregrado podrá convertirse en estudiante regular de posgrado, una vez haya obtenido el título profesional y se matricule para cursar el siguiente semestre del posgrado seleccionado, teniendo en cuenta lo dispuesto en el numeral anterior.
- e) Los costos correspondientes al semestre de posgrado son independientes a los del pregrado, por consiguiente la matrícula se liquidara en forma diferente para cada una de las dos modalidades, atendiendo a los descuentos a que hubiere lugar en el momento de iniciar el plan coterminal.

Artículo 63. Opción de grado por iniciativa empresarial

Es una modalidad que se refiere a la formulación de un plan negocios para la creación de una empresa, o el fortalecimiento de una empresa ya existente, por parte del estudiante o de los estudiantes que quieran figurar como socios de la misma y que deseen que dicha actividad les sea aceptada como opción de grado. Toda iniciativa empresarial estará articulada con los temas relacionados al objeto de estudio del marketing vigente y aceptado por la facultad.

Artículo 64. Requisitos y disposiciones generales de la propuesta de iniciativa empresarial

Para optar a esta opción de grado se deben cumplir los siguientes requisitos:

- a) Tener un promedio académico acumulado de 3.3.
- b) Inscribir esta opción de grado a partir de sexto semestre y entregar una propuesta de iniciativa empresarial, tomando como referente el modelo aprobado en el protocolo respectivo; esta propuesta se evaluará y aprobará por el comité de investigaciones para dar curso al desarrollo de la iniciativa empresarial.
- c) La propuesta puede estar en el marco de alguna de las siguientes opciones: (a) nueva empresa, (b) empresa que está iniciando actividades, o (c) empresa que ya existe y requiere un plan de negocios para una innovación (nueva línea, expansión, otro).
- d) El estudiante deber haber cursado previamente los espacios académicos que componen el eje de emprendimiento del plan de estudios de la Facultad de Mercadeo.

- e) Para presentarse a esta opción se permiten máximo dos (2) estudiantes.

Parágrafo: La estructura, contenido y metodología del plan de iniciativa empresarial están sujetos a actualizaciones por parte del Comité de Investigaciones, de acuerdo a los lineamientos institucionales.

Artículo 65. Metodología de sustentación de la propuesta de iniciativa empresarial

El tiempo considerado para el desarrollo de la iniciativa empresarial es de máximo 15 meses contando con el tiempo para el anteproyecto. En caso de superar el tiempo indicado, se deberá reiniciar el proceso, presentando una solicitud de una nueva propuesta ante el Comité de Investigaciones para su evaluación.

Artículo 66. Calificación de la propuesta de iniciativa empresarial

En la socialización el estudiante conocerá su nota definitiva de iniciativa empresarial asignada por los jurados, los cuales otorgarán una mención cualitativa de acuerdo con la siguiente escala:

- ✓ Calificación entre 3.5 y 4.0 equivalente a bueno.
- ✓ Calificación entre 4.1 y 5.0 equivalente a excelente.

Artículo 67. Opción de grado por auxiliar de investigación

La opción de grado por auxiliar de investigación es una actividad académica dependiente del Centro de Investigaciones de la Facultad de Mercadeo. Esta opción vincula a estudiantes de pregrado de la facultad a los grupos de investigación que estén en ejecución de proyectos de convocatoria interna y externa a la Universidad, y se debe desarrollar durante dos semestres con una dedicación mínima de diez (10) horas semanales, tiempo durante el cual realizará labores de apoyo que tendrán como resultado un documento investigativo al final, el cual deberá ser evaluado por un par externo. Aplica para estudiantes que se encuentren nivelados desde V semestre.

Artículo 68. Requisitos y disposiciones generales

1. Tener un promedio académico acumulado igual o superior a 3.8.
2. Estar cursando mínimo quinto semestre y máximo sexto semestre.
3. Haber pertenecido mínimo un año a un semillero de investigación de la facultad.

Artículo 69. Responsabilidades del auxiliar de investigación

Una vez sea seleccionado el auxiliar de investigación por el director del grupo de investigación, se acordará por escrito un acta de compromiso con las funciones, responsabilidades y productos entregables, por lo anterior, deberá cumplir con:

1. Términos y plazos acordados con el director del grupo de investigación.
2. Participación en las actividades del grupo de investigación (eventos académicos, semilleros, entre otros).
3. Presentación de un documento escrito como resultado de su gestión investigativa, que cumpla con los criterios de investigación científica, bajo los parámetros de la Unidad de Investigación.

Artículo 70. Aprobación final de la opción de auxiliar de investigación

Esta opción de grado se aprueba siendo aceptado el artículo científico por un par evaluador externo asignado por el líder de investigación.

Artículo 71. Rendimiento académico

La opción aplica para los estudiantes que durante la carrera hayan obtenido un promedio acumulado igual o superior a 4.3, con lo cual podrá acceder al título una vez haya cumplido con los demás requisitos académicos y administrativos exigidos por la Institución para la obtención del título.

Artículo 72. Periplo internacional

La opción de grado por periplo internacional es un ejercicio de carácter académico, desarrollado en otro país diferente al de residencia del estudiante, con la intención de fortalecer las competencias disciplinares en un entorno internacional a partir de las visitas empresariales y de tipo académico que realizan los estudiantes.

Artículo 73. Requisitos y disposiciones generales del periplo internacional

1. Para poder escoger esta opción de grado el estudiante debe tener un promedio mínimo acumulado de 3.5 y haber completado el 100% de los créditos académicos establecidos por el plan de estudios.
2. Esta modalidad incluye las siguientes etapas: gira académica, ensayo y sustentación.

3. Para la elaboración del ensayo se deben seguir los lineamientos dispuestos en la «Guía para la elaboración de documentos escritos», ítem elaboración de ensayos, que será entregada por el líder de investigación.

Artículo 74. Calificación de la opción de periplo internacional

En la socialización del ensayo el estudiante conocerá la nota definitiva asignada por los jurados, quienes otorgarán una mención cualitativa de acuerdo con la siguiente escala:

- ✓ Calificación entre 3.5 y 4.0 equivalente a bueno.
- ✓ Calificación entre 4.1 y 5.0 equivalente a excelente.

Artículo 75. Modificación de la opción de grado

Cuando un estudiante haya escogido una de las opciones de grado y quiera cambiarla, deberá solicitar por escrito la autorización al Decano de Facultad.

Artículo 76. Pago de derechos de sustentación de grado

El procedimiento y valores por concepto de pago de los derechos de sustentación, si los hubiere, estarán determinados por la Institución.

Artículo 77. Pago de derechos de grado

El valor de los derechos de grado es el previsto por el Consejo Administrativo Financiero General para el respectivo año académico, tarifa que se encuentra publicada en la página web de la Universidad.

CAPÍTULO X. DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES Y SOCIALES

Artículo 78. Objetivos de la Práctica Profesional y Social.

1. Proporcionar un espacio al estudiante de la Facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás para la aplicación práctica de conocimientos que ayudan a fortalecer y desarrollar destrezas en el campo técnico, social, conceptual y gerencial.
2. Brindar al estudiante la oportunidad de potencializar habilidades en su perfil profesional y laboral, mediante el reconocimiento de sus competencias en un escenario real.
3. Brindar al estudiante la oportunidad de vivenciar en el entorno empresarial y social el proceso de toma de decisiones de carácter disciplinar.

4. Establecer un vínculo integrador entre la academia y las organizaciones para que se promueva la formación integral del estudiante.
5. Retroalimentar con la experiencia en la Práctica Profesional y Social los desarrollos curriculares del programa en Mercadeo.
6. Estimular y fortalecer las relaciones universidad - empresa - Estado, con el fin de propiciar las condiciones para el desarrollo de la actividad económica y social de las instituciones, como un proceso de gran importancia para el desarrollo del país.
7. Contribuir al desarrollo humanista, crítico y creativo de los estudiantes para el fortalecimiento de las competencias profesionales.
8. Motivar el interés de los estudiantes por el emprendimiento, entendido como una serie de actitudes, competencias y habilidades que les permitan asumir de manera autónoma retos propios de su profesión.
9. Fortalecer competencias de investigación a partir de los conocimientos, habilidades y experiencias adquiridas en la práctica.

Artículo 79. Requisitos académicos para iniciar la Práctica Profesional y Social

Los requisitos académicos para el acceso del estudiante a la Práctica Profesional y Social son:

1. Tener pendiente por cursar máximo tres espacios académicos del plan de estudios, adicionales a la Práctica Profesional y Social, y que no sean prerrequisitos uno de otro.
2. El estudiante debe estar activo en el período en que desarrollará su Práctica Profesional y Social. El valor académico de la Práctica Profesional y Social corresponde a los créditos establecidos en el plan de estudios.
3. El estudiante no puede cursar de manera simultánea la Práctica Profesional y Social con las opciones de grado plan coterminal o periplo internacional, para ello debe haber aprobado el 100 % de sus espacios académicos.
4. No tener en curso investigación por falta grave o gravísima, o recurso pendiente por decidir por la misma circunstancia.

Parágrafo 1. Los casos especiales y particulares, así como las solicitudes de homologación, serán evaluados y aprobados por el Comité de Proyección Social.

Artículo 80. Homologación de la Práctica Profesional y Social

Los requisitos académicos para el acceso del estudiante a la Práctica Profesional y Social son:

- a) Solo se aceptarán solicitudes de homologación de prácticas profesionales y sociales desarrolladas en otros programas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas, realizadas en un período no mayor a dos años, contados a partir de la fecha de su culminación.
- b) Estas solicitudes solo se recibirán habiendo cumplido con los literales descritos en el artículo anterior y se deberán presentar los respectivos soportes que permitan evaluar la relación, pertinencia y coherencia de dichas prácticas con el ejercicio de la disciplina de Mercadeo. En caso de no ser aprobada, el estudiante deberá escoger entre las modalidades de prácticas establecidas en el presente reglamento, de acuerdo a su conveniencia.
- c) Aquellas solicitudes de homologación de prácticas de otros programas académicos de la Institución, o por transferencia externa, serán estudiadas por el Consejo de Facultad para evaluación y decisión.

Artículo 81. Requisitos formales para iniciar la Práctica Profesional y Social

Todo estudiante que ingrese al proceso de prácticas se ceñirá a los calendarios programados por la facultad, así como a los procedimientos para el cumplimiento del respectivo requisito.

Artículo 82. Duración de la Práctica Profesional y Social

El espacio académico de Práctica Profesional y Social se desarrollará dentro del semestre que se tiene previsto, y tiene una duración de mínimo cuatro (4) meses y máximo seis (6) meses no prorrogables.

Parágrafo: Para el caso de prácticas internacionales, los tiempos solicitados que sean diferentes a los estipulados arriba, serán evaluados por el Comité de Proyección Social.

Artículo 83. Organizaciones que servirán de escenario para el desarrollo de la Práctica Profesional y Social

La selección de las empresas, organizaciones o instituciones pertinentes para que los estudiantes cumplan la Práctica Profesional y Social, será realizada por el Comité de Proyección Social de la Facultad de Mercadeo. Los estudiantes podrán conseguir la empresa donde

realizarán su práctica profesional y social siempre que lo soliciten por escrito para consideración y aprobación previa, cumpliendo con los requisitos establecidos para tal fin.

Parágrafo. Cuando se trate de prácticas internacionales se deben cumplir, además de los requisitos establecidos en el artículo 86, los siguientes:

- a. Acreditar los requisitos exigidos por la empresa del país donde realizará la práctica.
- b. Tramitar por su propia cuenta la visa para el país de destino.
- c. Adquirir seguro de salud y cumplir con los requisitos exigidos por inmigración para el país de destino.
- d. Demostrar capacidad económica para cubrir gastos de pasaje de ida y regreso, así como de manutención durante el tiempo que dure la práctica, o según el compromiso estudiante-empresa.
- e. Cumplir el convenio establecido con la empresa o institución que lo vincula para el desarrollo de la práctica internacional; esto en caso de ser exigido por la misma.

Artículo 84. Modalidades de Práctica Profesional y Social

El estudiante tiene las siguientes opciones para desarrollar su Práctica Profesional y Social:

1. Prácticas profesionales para estudiantes vinculados laboralmente
2. Prácticas profesionales para estudiantes que no se encuentren vinculados laboralmente
3. Prácticas profesionales con proyecto propio
4. Práctica social

Parágrafo. Cualquiera de las anteriores opciones se podrá elegir por el estudiante debidamente matriculado, previo cumplimiento de los requisitos del presente reglamento, los exigidos por la facultad y los estipulados por la organización solicitante.

Artículo 85. Práctica profesional para estudiantes vinculados laboralmente

La Universidad contemplará como práctica profesional aquella que realicen los estudiantes que estén ocupando cargos cuyas tareas sean compatibles con su formación profesional. Los estudiantes deben desarrollar un proyecto de mejoramiento en el puesto de trabajo afín con la disciplina y que contribuya al fortalecimiento de la organización.

Para cumplir con lo anterior la organización debe manifestar por escrito la necesidad de desarrollo del proyecto de mejoramiento, indicando el tiempo que el estudiante dedicará al proyecto semanalmente y los espacios para esta actividad, sin que afecte sustancialmente las obligaciones contractuales del estudiante. El proyecto de mejoramiento deberá ser aprobado por el Comité de Proyección Social de la Facultad de Mercadeo.

Artículo 86. Práctica profesional para estudiantes que no se encuentren vinculados laboralmente

Los estudiantes que no se encuentran vinculados laboralmente serán enviados por la líder de las prácticas a las empresas que soliciten aspirantes.

El estudiante debe presentar al tutor académico, dentro del mes siguiente al inicio de sus prácticas, un plan de trabajo donde especifique las funciones del cargo, las actividades y tareas encomendadas por la empresa en el escenario de práctica profesional, así como las expectativas, oportunidades, debilidades y obstáculos identificados por el estudiante.

En caso de ser remunerada la práctica, el apoyo económico que recibe el estudiante durante el período de práctica será el estipulado por la empresa según su política salarial y contractual, teniendo en cuenta las disposiciones de la Ley 789 de 2002, capítulo VI, artículos 30 y 32.

Artículo 87. Práctica profesional con proyecto propio

Los estudiantes que se encuentran vinculados laboralmente a sus proyectos de emprendimiento personal podrán hacer su práctica presentando un proyecto de mejoramiento, que deberá ser aprobado por el Comité de Proyección Social de la Facultad. El estudiante deberá certificar ante el Comité de Proyección Social esta condición, con los documentos legales que correspondan.

Artículo 88. Práctica social

Los estudiantes que no están vinculados laboralmente o que manifiestan un interés particular podrán realizar la práctica social en la Universidad, con los docentes responsables en proyectos sociales, en los centros de desarrollo comunitario o en unidades y departamentos de la Universidad donde puedan ser requeridos.

Esta práctica tiene como finalidad generar espacios de convivencia y participación social para poner en práctica los conocimientos de marketing y su aplicabilidad en escenarios comunitarios. Para ello, el Comité de Proyección Social identificará los escenarios sociales o comunitarios donde se requiera el apoyo profesional de un estudiante en formación del programa de Mercadeo.

Una vez identificado el escenario, el docente responsable del proyecto social brindará los lineamientos al estudiante para el diseño y desarrollo de su práctica, de tal forma que se ajuste a las necesidades sociales y comunitarias.

El estudiante debe entregar y sustentar los resultados al líder de prácticas, al líder de proyección social y al tutor de la práctica.

Artículo 89. Situaciones especiales

- a. En caso de presentarse una situación especial, diferente a las descritas en el presente reglamento, el líder de la Práctica Profesional presentará los casos correspondientes para su estudio por parte del Comité de Proyección Social, quien definirá metodología y sistema de evaluación de la misma para asegurar la transparencia del proceso.
- b. Cuando se presenten retardos e incumplimiento en el tiempo de iniciación del proyecto, el estudiante deberá informar por escrito a sus respectivos tutores y al líder de prácticas profesionales.
- c. El cumplimiento de los objetivos descritos en el proyecto será el parámetro principal para la calificación del espacio académico.
- d. El incumplimiento de las políticas y procesos señalados en el presente reglamento dará lugar a la pérdida de la práctica, previos descargos del estudiante ante el Comité de Proyección Social. El estudiante podrá acudir de acuerdo al conducto regular, a instancias superiores en caso de encontrarse inconforme con la evaluación de sus prácticas profesionales y sociales.
- e. Habiendo proporcionado espacios de práctica por parte de la facultad y sobre los cuales un estudiante no logre su vinculación respectiva, este último deberá gestionar la consecución de las mismas por sus propios medios, e informar al líder de prácticas para verificación de los requisitos y su aprobación.

Adicionalmente, en caso de que el estudiante no logre por ninguno del medio anterior la consecución de sus prácticas y habiendo vencido el tiempo establecido por la facultad para

vinculación oportuna a un espacio de prácticas, el estudiante podrá solicitar la congelación de los créditos del espacio de prácticas, hasta por un semestre adicional, mientras logra la consecución de las mismas.

Por esto, pasados ocho (8) meses después de la matrícula de los créditos académicos de prácticas y habiendo solicitado la congelación hasta por una sola vez, el estudiante no se vincula a algún espacio de prácticas, este deberá realizar el pago y matrícula académica, nuevamente de los créditos del espacio de prácticas y el ciclo se repetirá.

Artículo 90. Método de calificación de las prácticas profesionales y sociales

Al estudiante se le calificará su Práctica Profesional y Social bajo los siguientes criterios que, sumados, totalizarán un cien por ciento:

1. Práctica Profesional para estudiantes vinculados laboralmente:

- | | |
|---|-----|
| a) Anteproyecto de plan de mejoramiento | 10% |
| b) Seminarios de práctica | 10% |
| c) Informe final y sustentación | 80% |

2. Práctica Profesional para estudiantes que no se encuentren vinculados laboralmente:

- | | |
|------------------------------|-----|
| a) Plan de trabajo | 10% |
| b) Seminarios de práctica | 10% |
| c) Evaluación del empresario | 80% |

3. Práctica Profesional con proyecto propio:

- | | |
|---------------------------------|------|
| a) Anteproyecto | 10 % |
| b) Seminarios de práctica | 10 % |
| c) Informe final y sustentación | 80 % |

4. Práctica Social:

- | | |
|--------------------------------------|------|
| a) Seminarios de práctica | 10 % |
| b) Informe final y sustentación | 40 % |
| c) Líder/tutor de prácticas sociales | 50 % |

Parágrafo 1: En caso de no organizarse seminarios de prácticas, ese porcentaje se le sumará al plan de trabajo en la opción 2, anteproyecto en las opciones 1 y 3, e informe final y sustentación en la opción 4.

Parágrafo 2: En las prácticas con casos o situaciones especiales, el Comité de Proyección Social, definirá metodología y sistema de evaluación correspondiente.

Artículo 91. Causales de reprobación del semestre de Práctica Profesional y Social

El estudiante reprobará el semestre de Práctica Profesional y Social por las siguientes causales:

1. Por incumplimiento reiterado en el desarrollo de las tareas asignadas por la empresa y los reglamentos de la empresa y de la Universidad. Esta situación será verificada en las visitas que realice el tutor de prácticas a la empresa. También se podrá conocer esta situación por parte de la empresa, la cual deberá dejar constancia escrita.
2. Por faltas reiteradas a los encuentros programados por la facultad sin causa justificada.
3. Por la suspensión de la Práctica Profesional y Social por parte del estudiante, sin dar previo aviso o tener justa causa referida por escrito, informando las causas del retiro al líder de prácticas profesionales.
4. Cuando por parte de una empresa se obtengan informes referentes al incumplimiento en las labores de trabajo asignadas por parte del estudiante en lo referente a tiempo de dedicación, eficiencia esperada en las labores asignadas, y/o comportamientos indecorosos, o cuando el estudiante actúe en contra de los valores, normas y en general armonía de la misma.

En estos casos, el líder evaluará la situación presentada por la empresa, y si se comprueba, se procederá a retirarlo de la misma y a poner en consideración el caso con las autoridades académicas respectivas, para sancionarlo de conformidad con la gravedad de la falta, según el Reglamento Estudiantil de Pregrado.

5. Cuando a juicio del Comité de Proyección social, previo concepto del tutor académico, o del líder de prácticas, el estudiante incumple con sus compromisos, informes, actividades, entregas y funciones asignadas en el semestre de Práctica Profesional y Social.

Artículo 92. Compromisos de los estudiantes con las entidades contratantes y con la Universidad Santo Tomás

1. Compromiso general

Los estudiantes se comprometen a cumplir con los reglamentos generales de la Universidad, las normas específicas del reglamento de la Práctica Profesional y Social de la Facultad de Mercadeo y las normas, instrucciones y reglamentos de la empresa donde se realice la práctica.

2. Compromisos específicos

2.1 Cumplir con lo estipulado en el presente reglamento.

2.2 Cumplir con lo acordado en los convenios interinstitucionales y las cartas de intención.

2.3 Participar en los encuentros de «Evaluación de práctica» en la Universidad Santo Tomás, o en la empresa donde realiza la práctica, y sugerir ideas que contribuyan al mejoramiento teórico-práctico de la empresa y del estudiante.

2.4 Informar de manera oportuna al líder de prácticas cualquier inquietud, anomalía o contratiempo que tenga durante la Práctica Profesional, con el supervisor empresarial y el tutor académico.

2.5 Participar activamente en los seminarios de práctica propuestos por la facultad.

2.6 Los estudiantes serán presentados a las diversas organizaciones por parte del líder de la Práctica Profesional y Social, y deberán hacer parte de los procesos y pruebas selectivas propias de cada entidad. El estudiante designado aceptará las funciones obtenidas, previo acuerdo, para el cumplimiento de los aportes a la empresa y al proyecto de mejoramiento.

2.7 La presentación y calificación del proyecto de práctica se hará en el tiempo que dura el semestre académico para el cual matriculó la práctica.

2.8 Cuando el estudiante esté inconforme con el trato o con las actividades que desarrolla dentro de la empresa, podrá manifestarlo por escrito ante el líder de prácticas profesionales, quien estudiará la conveniencia de continuar en la empresa o cambiar a otra; se dará respuesta por escrito al estudiante.

Artículo 93. Tutoría académica de práctica

El líder de Prácticas Profesionales y Sociales designará para cada estudiante un tutor académico entre los docentes de la Facultad de Mercadeo, quien se encarga de orientar y mantener la comunicación permanente con el estudiante, en las tutorías que se llevarán a cabo

en las instalaciones de la Universidad; para el caso de la Práctica Profesional se realizarán visitas a la empresa, con el fin de verificar el desempeño y compromiso de las partes.

El cuerpo docente debe estar dispuesto y comprometido para aportar, de manera adecuada, al logro de los objetivos propuestos. Esto implica el compromiso de apoyar la formación práctica con base en su experiencia y capacidad profesional; este aporte debe estar relacionado con los temas que el estudiante desarrolla en la práctica, con lo cual se busca facilitar el proceso conforme al direccionamiento propuesto por el programa.

Para lograr los fines pertinentes el tutor académico deberá:

1. Brindar acompañamiento permanente al estudiante en práctica.
2. Calificar al estudiante de acuerdo al artículo 7 del presente reglamento.
3. Llevar a cabo una visita, como mínimo, a la empresa y lugar de trabajo donde el estudiante desarrolla su Práctica Profesional, y en dicha visita aplicar el formato Evaluación Supervisor Empresarial con el supervisor de la empresa.
4. Calificar usando el formato Evaluación Tutor Académico.
5. Entregar los documentos y medios electrónicos de acuerdo a las agendas y tiempos propuestos por el líder de Práctica Profesional y Social.

Artículo 94. Supervisor empresarial

La institución u organización que haya aceptado a estudiantes para realizar la Práctica Profesional y Social deberá nombrar un supervisor cuya formación y experiencia le permita orientar y evaluar al estudiante.

La responsabilidad del supervisor externo asignado por la empresa consiste en guiar al estudiante en los procesos para un desempeño eficaz y eficiente de las labores encomendadas, teniendo en cuenta las siguientes actividades:

1. Brindar inducción al estudiante.
2. Acordar un plan de trabajo basado en un proyecto que establece objetivos, metas, cronogramas, actividades e informes de avance y final del trabajo realizado para cumplir en el semestre.

3. Acompañar al estudiante en el desarrollo de la Práctica Profesional y Social para el mejoramiento propuesto en el proyecto correspondiente.
4. Reunirse periódicamente con el tutor académico y el estudiante para adelantar las evaluaciones y recomendaciones pertinentes para el buen desarrollo del trabajo y del semestre de Práctica Profesional y Social.
5. Aplicar el formato Evaluación Supervisor Empresarial durante la visita a la empresa que efectuará el tutor académico.
6. El supervisor se comprometerá a gestionar la certificación correspondiente de la práctica profesional realizada.

Artículo 95. Líder de prácticas profesionales

El Decano de Facultad actuará como director de la práctica y se apoyará, para liderarla, en un docente que reúna las condiciones humanas, académicas, profesionales, y la experiencia laboral necesaria, acorde con la responsabilidad que la Práctica Profesional y Social que esto implica, para lo cual deberá desempeñar las siguientes funciones:

1. Diseñar y promover la estructura pertinente para el cumplimiento del presente reglamento, y orientar el desarrollo de las prácticas profesionales de la Facultad de Mercadeo.
2. Difundir el Reglamento de Práctica Profesional y Social a la comunidad universitaria del programa de Mercadeo.
3. Planear y ejecutar un programa de inducción para la Práctica Profesional y Social.
4. Establecer con la empresa y el estudiante un diagnóstico de necesidades que permitan fortalecer el currículo.
5. Promocionar las modalidades de la Práctica Profesional y Social de la facultad en el medio empresarial, en los distintos sectores de la economía, y en la Universidad.
6. Elaborar y gestionar contratos, convenios, acuerdos, alianzas y consensos para la realización de las prácticas profesionales nacionales e internacionales.
7. Generar espacios de capacitación que permitan un mejor desempeño de las prácticas empresariales y sociales de los estudiantes.
8. Hacer seguimiento al plan de visitas y tutorías por parte del docente asignado.
9. Elaborar estadísticas e informes que permitan la retroalimentación a la facultad en aspectos curriculares, académicos, técnicos y de formación integral, que podrían ser traducidas en planes de mejoramiento y redireccionamiento del plan curricular o de las políticas que rigen la Práctica Profesional y Social.

10. Los casos excepcionales serán elevados al Consejo de Facultad para su aprobación.

CAPÍTULO XI. DE LA POLÍTICA DE EGRESADOS

Artículo 96. Política Institucional de Egresados

La participación, promoción, lineamientos procesos y procedimientos de los egresados de la Facultad de Mercadeo se regirán y regularán de acuerdo a la Política Institucional de Egresados. Los egresados y sus representantes tendrán espacio de participación en los comités, estamentos e instancias de la facultad y la Universidad, de acuerdo a lo señalado por los estatutos y reglamentaciones de las mismas.

Artículo 97. Egresados de la Facultad de Mercadeo

Los egresados son parte integrante de la facultad y contribuyen a irradiar el espíritu tomista de la Facultad de Mercadeo en la sociedad.

Artículo 98. Líder de egresados

El líder de egresados será un docente de tiempo completo, designado por el Decano de Facultad, quien estará a cargo del seguimiento y promoción de los egresados de la Facultad de Mercadeo.

Artículo 99. Funciones del líder de egresados

Adicionales a las establecidas para líderes de proceso en el artículo 21 del presente reglamento, se consideran las siguientes funciones para el líder de egresados de la Facultad de Mercadeo:

- a) Mantener actualizada la base de datos de egresados y presentarla al Decano, por lo menos, una vez por semestre.
- b) Organizar, gestionar, planificar y ejecutar programas, proyectos y actividades en beneficio de los egresados, de acuerdo a los lineamientos y disposiciones institucionales que, en esta materia, coordina la Oficina de Egresados de la Universidad Santo Tomás.
- c) Presentar informes sobre las actividades y proyectos desarrollados con los egresados de la facultad.
- d) Asistir al Decano en la organización, planeación y control de los egresados de la facultad.
- e) Propiciar, promover y convocar a los egresados de la facultad, para la creación y desarrollo de la Asociación de Egresados de la Facultad de Mercadeo

- f) Asistencia, asesoría, promoción y fomento de espacios para actualización académica, bienestar y promoción de los egresados de la facultad.
- g) Todas las demás relacionadas o que le sean asignadas en el ejercicio de sus funciones.

CAPÍTULO XII. DE LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS DE PREGRADO, POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA

Artículo 100. Competencia de la Facultad de Mercadeo

A la Facultad de Mercadeo pertenecen el programa de Mercadeo y los demás programas académicos de pregrado, posgrado y educación continua, constituidos y conformados como resultado del desarrollo, construcción y crecimiento de su misión y visión.

Parágrafo. Los nuevos programas académicos de pregrado que se creen por disposiciones generales, adscritos a la Facultad de Mercadeo, se entenderán regulados por este reglamento. En el caso de programas de posgrado y educación continua, se aplicará adicionalmente el Reglamento General de Posgrados Institucional establecido por la Universidad Santo Tomás.

Artículo 101. Desarrollo y política de los programas académicos

Para todos los casos, la Facultad de Mercadeo organizará, desarrollará, administrará y direccionará los programas académicos adscritos, teniendo en cuenta los lineamientos del gobierno nacional en materia de educación superior, los lineamientos institucionales de la Universidad Santo Tomás y su Proyecto Educativo Institucional —PEI—, los reglamentos de facultad, y los proyectos educativos de programas adscritos.

Parágrafo. El programa de Mercadeo se sustentará en el Proyecto Educativo de Programa —PEP— para su orientación, organización, gestión y desarrollo curricular.

CAPÍTULO XIII. DE LOS ESTÍMULOS Y DISTINCIONES OTORGADOS POR LA FACULTAD

Artículo 102. Estímulos y distinciones a estudiantes

La facultad otorgará a sus estudiantes, adicionales a los ya establecidos en el reglamento de pregrado y de posgrado, los siguientes estímulos y distinciones:

1. La facultad otorgará mención honorífica a los mejores Saber Pro de cada año, siempre y cuando medie certificación oficial del Icfes.
2. La facultad podrá otorgar distinciones especiales a estudiantes y egresados que se destaquen en alguna actividad o labor, previa aprobación del Consejo de Facultad.

Parágrafo: Para recibir estas distinciones el estudiante deberá acreditar que no ha sido objeto de sanción disciplinaria.

Artículo 103. Estímulos y distinciones a docentes

La facultad otorgará a sus docentes los siguientes estímulos y distinciones, adicionales a los ya establecidos en el Reglamento Docente:

1. Diploma a los tres mejores docentes: que obtengan un promedio igual o superior a 4.5 en la calificación realizada por estudiantes. En caso de empate el premio lo obtendrá aquel que tenga mayor número de horas cátedra. En caso de que persista el empate se tomará la calificación dada por el Decano en ese semestre.
2. Distinciones especiales a docentes que se destaquen en alguna actividad o labor, previa aprobación del Consejo de Facultad.
3. Para recibir estas distinciones el docente deberá acreditar que no ha sido objeto de sanción disciplinaria.

Parágrafo. Los demás estímulos y distinciones son otorgados por la Universidad, como las ayudas económicas, de investigación, los auxilios por necesidades específicas y becas, y se rigen y otorgan según lo establecido en el Estatuto Docente, la Política de Desarrollo Docente y demás disposiciones aplicables.

CAPÍTULO XIV. DISPOSICIONES VARIAS

Artículo 104. Notificaciones a los estudiantes

Para todos los efectos académicos disciplinarios y administrativos, los estudiantes serán notificados por escrito en la dirección que aparece en su hoja de vida, correo institucional, o mediante aviso fijado en las carteleras de la División de Ciencias Económicas y Administrativas.

Artículo 105. Reformas, adiciones y derogaciones

Este reglamento reemplaza todos los que le anteceden y subroga reglamentos de opciones de grado y práctica profesional y social, aprobados el 22 de septiembre de 2014 por el Consejo Académico Particular, y el 29 de septiembre de 2014 por el Consejo Académico General.

CAPÍTULO XV. DE LA APROBACIÓN Y VIGENCIA

Artículo 106. Aprobación

El presente reglamento se aprobó por el Consejo Académico Particular en sesión del 29 de agosto de 2017 y por el Consejo Académico General en sesión del 28 de septiembre de 2017.

Artículo 107. Vigencia

El presente reglamento rige a partir del 28 de septiembre de 2017, fecha en la cual se aprobó por el Consejo Académico General.