

ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

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

En uso de sus atribuciones legales y estatutarias y

CONSIDERANDO:

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

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

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

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

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

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

Que mediante el Acuerdo 005 de febrero 22 de 2006, se autorizó al Rector de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD- para realizar durante su periodo las gestiones académicas administrativas y financieras del CNAD OF Florida in situ y para ejercer la presidencia del Board de la corporación UNAD OF Colombia en calidad de representante legal de la institución.

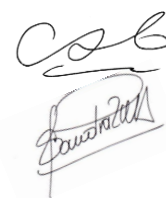
Que el Acuerdo 003 de febrero 25 de 2015, se fija la política de Internacionalización de la UNAD, se fomenta el “Sistema UNAD Global”.

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>

Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

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

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

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

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

Que el Consejo de Escuela de la Escuela en sesión ordinaria del 31 de agosto de 2022, aprobó por unanimidad la homologación entre el programa de Negocios Internacionales de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la UNAD Florida.

Que en sesión ordinaria del 11 de octubre de 2022, el Consejo Académico aprobó la homologación entre el Programa de Negocios Internacionales de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de su seccional UNAD.

En mérito de lo anterior,

ACUERDA:

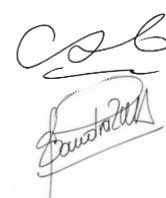
ARTICULO PRIMERO: Establecer la homologación de los cursos entre el Programa de Negocios Internacionales de la UNAD y el programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida.

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>

Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

TOTAL DE CRÉDITOS DEL PROGRAMA BACHELOR OF SCIENCE IN COMMERCIAL AND MARKETING ADMINISTRATION DE LA SECCIONAL UNAD FLORIDA	
OBLIGATORIOS	114
ELECTIVOS	6
TOTAL	120
CRÉDITOS HOMOLOGADOS	
OBLIGATORIOS	42
ELECTIVOS	6
CRÉDITOS POR CURSAR	
OBLIGATORIOS	72
ELECTIVOS	0

ARTÍCULO SEGUNDO: Definir los cursos y créditos académicos obligatorios y electivos que se homologan a los estudiantes o egresados del programa de Negocios Internacionales resolución No. 2558 del 19 de febrero del 2021 ofrecido por la UNAD Colombia y que quieran obtener el título de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida, así:

Cursos Obligatorios

Negocios Internacionales resolución No. 2558 del 19 de febrero del 2021- UNAD COLOMBIA			Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration - UNAD FLORIDA	
CÓDIGO O CURSO	NOMBRE CURSO	Nº CRÉDITOS	COMPETENCIA	Nº CRÉDITOS
127006	Análisis y Gestión Financiera	3	BUS369 FINANCIAL MANAGEMENT AND NEGOTIATIONS (3 credits) -with production management and occupational health.	3
127013	Cadena de Abastecimiento internacional	3	CMM243 CONSUMER’S RETAIL SALES (3 credits) Helps students to understand consumer psychology, retail sales and service management. The student will understand the importance of implementing an efficient sales structure supported by each one of its members, and the importance of having a professional sales force within the organization who are able to assume the	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

			challenges and demands of the increasingly competitive market.	
127004	Contabilidad, Costos y Presupuestos Internacionales	3	BUS235 COSTS AND BUDGETS (3 credits) The budget is the most important tool in the planning of future activities of the company. It shows what resources are needed and how they will be used. A budget is also a means to an end, which means that you must plan your budget according to the objectives in order to achieve them. If you do not take the time to formulate it, you are more likely to have difficulty achieving your company goals. Knowledge of planning, budgeting, and optimization of manufacturing costs in a company. Prerequisite: BUS122	3
127019	Derecho Internacional de los Negocios	3	MAN354 COMMERCIAL AND FISCAL LAW (3 credits) The course a structural component of the Bachelor program in Administration, presenting the different contents related to Commercial and Fiscal Laws. Students will develop competencies, in the application of basic concepts, fundamental principles of Tax (Tax) which will allow them to recognize their environment, especially the country's business opportunities and economic evaluation, national constitution, and Aspects of cultural anthropology. This basic course offers a clear legal application of real-world business and excludes theory that has no concrete practical applicability. Discussion on Contracts and Other commercial, fiscal, and related legal issues are fully integrated into thematic units where the related theory and the applicability of the policy is discussed.	3
211622	Estadística y Probabilidad	3	MAT358 STATISTICS AND PROBABILITY (3 credits) Presents a solid foundation in methods of data analysis and synthesis. Helps students to understand the theoretical aspects as important, yet learning to properly apply the theory to real-world problems is essential. Prerequisite: MAT111	3
105015	Fundamentos de	3	BUS111 INTRODUCTION TO BUSINESS (3 credits)	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

	Administración		Introduction to business will introduce the major topics of business that include management and leadership, organizational behavior, marketing, ethics, human resource, accounting and finance and technology. The basic business terminologies and concepts will be covered in the course, so when the students' progress a business degree these concepts will be familiar and easier to understand.	
150001	Fundamentos y Generalidades de la Investigación (IBC)	3	MAT369 QUALITATIVE AND QUANTITATIVE METHODS (3 credits) Qualitative and Quantitative Methods is a course that provides participants with the epistemological and procedural orientation of research methods in the social field, stimulating a reflexive attitude towards the processes of production of knowledge, as well as the development of knowledge related to training Integral of citizens and professional's sensitive to their social reality. Research methodology is taught as a supportive subject in several ways in most academic disciplines. The course has been designed to give participants the opportunity to increase their knowledge and experience in the field of qualitative and quantitative research methods. The focus will be on the coexistence of epistemological paradigms within the social sciences and the most widely used data collection techniques. It is located in the theoretical and methodological perspectives that are widely disseminated in research, including the justification and characterization of what has been called trends, orientations, modalities or positioning of the methods, trying to provide tools that allow reflection on the different ways of producing scientific knowledge. Prerequisite: MAT358	3
126007	Macroeconomía	3	ECO243 MACROECONOMICS (3 credits) Diagnoses the external factors which have positive and negative effects on organizational survival and development. Examines the nature of today's economic market, issues of economic justice, macroeconomics and globalization,	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

			providing an ideal introduction to key economic ideas, offering a critical perspective on our present system and outlining clear alternatives for the future. Prerequisite: ECO232	
127014	Marketing Internacional	3	MKT362 INTERNATIONAL MARKETING (3 credits) Presents a comprehensive coverage of a broad range of topics and shows students the steps a business must take to go global. Prerequisite: BUS236	3
105001	Fundamentos de Economía	3	ECO121 ECONOMICS (3 credits) Develops competencies in basic concepts and fundamental principles to allow students to understand their environment, how to evaluate the country's economy, the national constitution and American cultural anthropology aspects.	3
127003	Integración Económica y Acuerdos Comerciales	3	ECO354 ECONOMY SUPPORT, PROMOTION AND DEVELOPMENT (3 Credits) Examines the nature of today's economic market, issues of economic justice, macroeconomics and globalization, providing an ideal introduction to key economic ideas, offering a critical Perspective on our present system and outlining clear alternatives for the future. Prerequisite: ECO243	3
116005	Matemática Financiera	3	MAT481 FINANCIAL MATHEMATICS (3 credits) Presents how to diagnose the internal financial aspects, comparing them with the proposed model and getting an idea of the changes that must be introduced for good company administration. The student will learn to elaborate the financial diagnostics on external factors and financing opportunities positively or negatively affecting the company survival. Prerequisite: MAT369	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

112003	Mercadeo e Investigación de Mercados	3	BUS236 MARKET AND MANAGEMENT DEVELOPMENT (3 credits) The market and management development is focused on the search for strategies and tactics that allow the continuous improvement of administrative actions in the search to formulate successful marketing plans, from the various management approaches. Prerequisite: ECO121	3
120003	Microeconomía	3	ECO232 MICROECONOMICS (3 credits) Examines the tensions between free market demands and government intervention and challenges students to consider the implications of each. Prerequisite: ECO121	3
No aplica	Electiva I (Disciplinar Específico)	3	ELE 471 ELECTIVE I	3
No aplica	Electiva II (Disciplinar Específico)	3	ELE 472 ELECTIVE II	3
TOTAL CRÉDITOS HOMOLOGADOS				48

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

CURSOS OBLIGATORIOS:

CÓDIGO CURSO	NOMBRE CURSO	Nº CRÉDITOS
ADV 242	Advertising and publishing market	3
BUS 122	General accounting	3
BUS 367	Strategic planning	3
BUS 470	Public and contemporary administration	3
CES 121	Introduction to information technology	3
CMM 231	Logistics	3
CMM352	Commercial planning	3
CMM 484	Occupational health	3
COM 111	English composition i	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

COM 121	English composition ii	3
HUM 111	Government and democracy	3
HUM 123	Philosophy	3
INT481	Internship	6
MAN 231	Administrative theories and processes	3
MAN 242	Organization and methods	3
MAN 353	entrepreneurial diagnostics	3
MAN 475	Organizational behavior	3
MAN 486	Human resources management	3
MAT 111	Algebra and trigonometry	3
MKT244	Market research	3
MKT363	Marketing plans	3
MKT471	Management game	3
SOC 111	Sociology	3
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS POR CURSAR		72

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

TOTAL, DE CRÉDITOS DEL PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES RESOLUCIÓN NO. 2558 DEL 19 DE FEBRERO DEL 2021 (CÓDIGO SNIES 110183)	
OBLIGATORIOS	114
ELECTIVOS	34
TOTAL	148
CRÉDITOS HOMOLOGADOS	
OBLIGATORIOS	42
ELECTIVOS	6
CRÉDITOS POR CURSAR	
OBLIGATORIOS	72
ELECTIVOS	28

ARTÍCULO QUINTO: Definir los cursos y créditos académicos obligatorios y electivos que se homologan a los estudiantes o egresados del programa de Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration de la seccional UNAD Florida y que quieran obtener el título de Negocios Internacionales resolución No. 2558 del 19 de febrero del 2021 ofrecido por la UNAD Colombia así:

Cursos Obligatorios:

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration - UNAD FLORIDA		Negocios Internacionales resolución No. 2558 del 19 de febrero del 2021- UNAD COLOMBIA		
CURSO	Nº CRÉDITOS	CÓDIGO CURSO	NOMBRE CURSO	Nº CRÉDITOS
BUS369 FINANCIAL MANAGEMENT AND NEGOTIATIONS (3 credits): With production management and occupational health.	3	127006	Análisis y Gestión Financiera	3
CMM243 CONSUMER'S RETAIL SALES (3 credits): Helps students to understand consumer psychology, retail sales and service management. The student will understand the importance of implementing an efficient sales structure supported by each one of its members, and the importance of having a professional sales force within the organization who are able to assume the challenges and demands of the increasingly competitive market.	3	127013	Cadena de Abastecimiento Internacional	3
BUS235 COSTS AND BUDGETS (3 credits): The budget is the most important tool in the planning of future activities of the company. It shows what resources are needed and how they will be used. A budget is also a means to an end, which means that you must plan your budget according to the objectives in order to achieve them. If you do not take the time to formulate it, you are more likely to have difficulty achieving your company goals. Knowledge of planning, budgeting, and optimization of manufacturing costs in a company. Prerequisite: BUS122	3	127004	Contabilidad, Costos y Presupuestos Internacionales	3
MAN354 COMMERCIAL AND FISCAL LAW (3 credits): The course a structural component of the Bachelor program in Administration, presenting the different contents related to Commercial and Fiscal Laws. Students will develop competencies, in the application of basic concepts, fundamental principles of Tax (Tax) which will allow them to recognize their environment, especially the country's business opportunities and economic evaluation, national constitution, and Aspects of cultural anthropology. This basic course offers a clear legal application of	3	127019	Derecho Internacional de los Negocios	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

real-world business and excludes theory that has no concrete practical applicability. Discussion on Contracts and Other commercial, fiscal, and related legal issues are fully integrated into thematic units where the related theory and the applicability of the policy is discussed.				
MAT358 STATISTICS AND PROBABILITY (3 credits): Presents a solid foundation in methods of data analysis and synthesis. Helps students to understand the theoretical aspects as important, yet learning to properly apply the theory to real-world problems is essential. Prerequisite: MAT111	3	211622	Estadística y Probabilidad	3
BUS111 INTRODUCTION TO BUSINESS (3 credits): Introduction to business will introduce the major topics of business that include management and leadership, organizational behavior, marketing, ethics, human resource, accounting and finance and technology. The basic business terminologies and concepts will be covered in the course, so when the students' progress a business degree these concepts will be familiar and easier to understand.	3	105015	Fundamentos de Administración	3
MAT369 QUALITATIVE AND QUANTITATIVE METHODS (3 credits): Qualitative and Quantitative Methods is a course that provides participants with the epistemological and procedural orientation of research methods in the social field, stimulating a reflexive attitude towards the processes of production of knowledge, as well as the development of knowledge related to training Integral of citizens and professional's sensitive to their social reality. Research methodology is taught as a supportive subject in several ways in most academic disciplines. The course has been designed to give participants the opportunity to increase their knowledge and experience in the field of qualitative and quantitative research methods. The focus will be on the coexistence of epistemological paradigms within the social sciences and the most widely used data collection techniques. It is located in the	3	150001	Fundamentos y Generalidades de la Investigación (IBC)	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

theoretical and methodological perspectives that are widely disseminated in research, including the justification and characterization of what has been called trends, orientations, modalities or positioning of the methods, trying to provide tools that allow reflection on the different ways of producing scientific knowledge. Prerequisite: MAT358				
ECO243 MACROECONOMICS (3 credits): Diagnoses the external factors which have positive and negative effects on organizational survival and development. Examines the nature of today's economic market, issues of economic justice, macroeconomics and globalization, providing an ideal introduction to key economic ideas, offering a critical perspective on our present system and outlining clear alternatives for the future. Prerequisite: ECO232	3	126007	Macroeconomía	3
MKT362 INTERNATIONAL MARKETING (3 credits) Presents a comprehensive coverage of a broad range of topics and shows students the steps a business must take to go global. Prerequisite: BUS236	3	127014	Marketing Internacional	3
ECO121 ECONOMICS (3 credits) Develops competencies in basic concepts and fundamental principles to allow students to understand their environment, how to evaluate the country's economy, the national constitution and American cultural anthropology aspects.	3	105001	Fundamentos de Economía	3
ECO354 ECONOMY SUPPORT, PROMOTION AND DEVELOPMENT (3 Credits) Examines the nature of today's economic market,issues of economic justice, macroeconomics and globalization, providing an ideal introduction to key economic ideas, offering a critical perspective on our present system and outlining clear alternatives for the future. Prerequisite: ECO243	3	127003	Integración Económica y Acuerdos Comerciales	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>

Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

MAT481 FINANCIAL MATHEMATICS (3 credits) Presents how to diagnose the internal financial aspects, comparing them with the proposed model and getting an idea of the changes that must be introduced for good company administration. The student will learn to elaborate the financial diagnostics on external factors and financing opportunities positively or negatively affecting the company survival. Prerequisite: MAT369	3	116005	Matemática Financiera	3
BUS 236 MARKET AND MANAGEMENT DEVELOPMENT: The market and management development is focused on the search for strategies and tactics that allow the continuous improvement of administrative actions in the search to formulate successful marketing plans, from the various management approaches. Prerequisite: ECO121	3	112003	Mercadeo e Investigación de Mercados	3
ECO232 MICROECONOMICS (3 credits): Examines the tensions between free market demands and government intervention and challenges students to consider the implications of each. Prerequisite: ECO121	3	120003	Microeconomía	3
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS HOMOLOGADOS				42

Cursos Electivos:

Bachelor of Science in Commercial and Marketing Administration - UNAD FLORIDA		Negocios Internacionales resolución No. 2558 del 19 de febrero del 2021- UNAD COLOMBIA		
ELE 471 ELECTIVE I	3	127013	Electiva I (Disciplinar Específico)	3
ELE 472 ELECTIVE II	3	No aplica	Electiva II (Disciplinar Específico)	3
TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS HOMOLOGADOS				6

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

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

Créditos Obligatorios

CURSOS OBLIGATORIOS PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES UNAD		
CÓDIGO CURSO	NOMBRE CURSO	Nº CRÉDITOS
127017	Estudios Multiculturales I (Europa - África - Asia - Oriente Medio)	3
127030	Estudios Multiculturales II (América)	3
127015	Ética en los Negocios Internacionales	3
40002	Ética y Ciudadanía (IBC)	3
127001	Fundamentos de los Negocios Internacionales	3
127020	Formulación y Gestión de Proyectos Internacionales	3
127007	Gestión de Mercados	3
200610	Herramientas Digitales para la Gestión del Conocimiento (IBC)	3
127027	International Business Management	3
127018	International Negotiation Strategies	3
127029	Mercado de Capitales	3
200611	Pensamiento Lógico y Matemático (IBC)	3
127012	Prospectiva Financiera Internacional	3
127016	Relaciones y Cooperación Internacional	3
120002	Responsabilidad Social Empresarial	3
80017	Catedra Unadista(Acogida e integraciónUnadista)	3
40003	Competencias Comunicativas (IBC)	3
127028	E-Commerce	3
127005	Economía y Finanzas Internacionales	3
900001	Segunda Lengua A1 (IBC	3
900002	Segunda Lengua A2 (IBC	3
900003	Segunda Lengua B1 (IBC)	3
900005	Segunda Lengua B2 (IBC)	3
127002	Comercio y negocios internacionales	3

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>
Bogotá, D. C. (Colombia)



ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

TOTAL CRÉDITOS OBLIGATORIOS POR CURSAR	72
--	----

Créditos Electivos:

CURSOS ELECTIVOS PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES UNAD	
NOMBRE CURSO	Nº CRÉDITOS
Electiva 1 (IBC) Componente en Ciencias Básicas	3
Electiva I (Disciplinar Común)	3
Electiva I (Formación Complementaria)	2
Electiva II (Disciplinar Común)	3
Electiva II (Formación Complementaria)	1
Electiva II (Interdisciplinar Básico Común - Componente Social Solidario)	3
Electiva III (Disciplinar Común)	3
Electiva III (Disciplinar Específico)	3
Electiva III (Formación Complementaria)	1
Electiva III (Interdisciplinar Básico Común) Componente Investigativo	3
Electiva IV (Disciplinar Específico)	3
TOTAL CRÉDITOS ELECTIVOS POR CURSAR	28

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

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

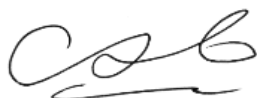
ARTÍCULO NOVENO: El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

ACUERDO NÚMERO 062 DEL 11 DE OCTUBRE DE 2022

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

Dado en Bogotá, D.C., a los once (11) días del mes de octubre de dos mil veintidós (2022)

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

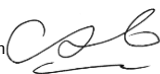


CONSTANZA ABADÍA GARCÍA
Presidente



ESTHER CONSTANZAVENEGAS CASTRO
Secretaria General

Revisó: Vicerrectora Académica y de Investigación



Elaboró: Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios

“Más UNAD, más país”

Sede Nacional José Celestino Mutis
Calle 14 Sur 14-23 • PBX 344 3700

Correos electrónicos: <consejoacademico@unad.edu.co> y <www.unad.edu.co>

Bogotá, D. C. (Colombia)

