

RESOLUCIÓN DE RECTORÍA
No. 28
(diciembre 09 de 2022)

**Por la cual se ajustan las modalidades del programa académico de Maestría en
Psicología del Consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz**

La Rectora de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, en uso de sus facultades legales
y estatutarias y

CONSIDERANDO

Que la Fundación Universitaria Konrad Lorenz es una Institución de Educación Superior privada, de utilidad común y sin ánimo de lucro, con autonomía académica, administrativa y patrimonio independiente, dedicada a la enseñanza, difusión y generación del conocimiento científico y cultural; cuenta con Acreditación Institucional de Alta Calidad.

Que, de acuerdo con el numeral 2 del artículo 28 de los Estatutos de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, es función del Consejo Superior *“velar porque la marcha de la Institución esté acorde con las disposiciones legales vigentes y sus propios estatutos”*.

Que, con la expedición del Decreto 1330 de 2019, contempla las diferentes modalidades en las que es posible desarrollar un programa académico y promueve la definición de rutas flexibles que buscan dar respuesta a requerimientos específicos del nivel de formación y atender características conceptuales que faciliten el acceso a los estudiantes, en condiciones diversas de tiempo y espacio.

Que la Directiva 09 de 2021 del Ministerio de Educación Nacional, permite a la Instituciones de Educación Superior mantener modificaciones implementadas sobre el componente presencial de la modalidad autorizada en los registros calificados vigentes como consecuencia de la aplicación de la medida excepcional definida a través de la Directiva 04 de 2020, sin que implique un cambio de modalidad.

Que mediante Acta No. 07 del 09 de diciembre de 2021 en sesión del Consejo Superior, por unanimidad, se facultó a la Rectoría para emitir las resoluciones que correspondan de autorización de nuevas modalidades educativas o ajustes de las modalidades existentes con mediación tecnológica, en los programas de pregrado y posgrado de la Institución, que no impliquen modificaciones curriculares.

Que, es deseo de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, acogerse a la Directiva 09 de 2021 del Ministerio de Educación Nacional y, en consecuencia, es su deber, informar al Ministerio de Educación Nacional en el plazo otorgado por tal normativa, los ajustes implementados en la modalidad presencial autorizada para todos los programas académicos con registro calificado vigente.

Que mediante Resolución No. 07 del 05 de mayo de 2022 se determinó que, para cada Programa Académico, se expediría una Resolución Rectoral con la información específica, discutida y aprobada por el Consejo Académico de la Institución.

Por lo anteriormente expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO.- Mantener el ajuste efectuado en la modalidad presencial del Programa de Maestría en Psicología del Consumidor, con código SNIES 53638, incorporando espacios formativos asistidos por las TIC, garantizando las condiciones de calidad reconocidas en el registro calificado, de la siguiente manera:

Total de créditos académicos: 55

Total de asignaturas: 16

Total de los créditos máximo con ajustes a la modalidad: 25

Total de las asignaturas con ajustes a la modalidad: 11

Porcentaje de créditos máximo con inclusión de tecnología: 45%

Porcentaje de asignaturas con inclusión de tecnología: 69%

Escenarios Intra-Plan

Los siguientes escenarios intra-plan tienen ajuste dentro de la modalidad que involucran once (11) asignaturas del plan de estudios, cinco (5) se ofrecen a través de Sesiones Sincrónicas Remotas (SSR), las cuales se relacionan a continuación:

Código	Asignatura
A3113	Investigación Cuantitativa
A3114	Asesoría de Línea 1
A3224	Asesoría de Línea 2
A3334	Asesoría de Línea 3
A3444	Asesoría de Línea 4

Así mismo, cuatro (4) espacios formativos, que se presentan a continuación, tienen ajuste dentro de la modalidad de manera combinada, es decir que se desarrollan a través de

Sesiones Sincrónicas Remotas (SSR) y sesiones presenciales *in situ*. De estas asignaturas, hasta un 50% se desarrollan en sesiones presenciales *in situ* y el restante en sesiones sincrónicas remotas (SSR).

Código	Asignatura
A3111	Procesos Cognoscitivos del Consumidor
A3212	Marketing Táctico
A3213	Investigación Cualitativa
A3312	Técnicas Avanzadas de Análisis de Datos

Por último, en los dos (2) espacios formativos restantes el estudiante tiene la posibilidad de seleccionar la forma en que desea tomar las dos asignaturas, ya sea en sesiones presenciales *in situ* o en Sesiones Sincrónicas Remotas (SSR); estas asignaturas se presentan a continuación:

Código	Asignatura
A3100	Electiva I
A3400	Electiva II

ARTÍCULO SEGUNDO.- La inclusión de tecnología a la que se refiere esta Resolución consiste en el desarrollo de espacios formativos mediante sesiones sincrónicas remotas que implican un acompañamiento directo del docente mediante el uso de TIC en sesiones en vivo, sin que se afecte el número de horas de contacto con el profesor ni el número de créditos de las asignaturas de los programas académicos.

Dado en Bogotá, D.C., a los 09 días del mes de diciembre de 2022.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE



LINA URIBE CORREA
Rectora



ANDRÉS RAMÍREZ BUENO
Secretario