



## Universidad de Nariño

### Consejo Académico

---

#### **ACUERDO No. 061** (30 de Agosto de 2013)

Por el cual se aprueba la extensión del Reglamento de las Prácticas Académicas de Formación e Información del Programa Transitorio de Comercio Internacional y Mercadeo a los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo y, en consecuencia, se aprueba los correspondientes ajustes al Acuerdo No. 023 de Enero 31 de 2007 expedido por el Consejo Académico.

#### **EL CONSEJO ACADEMICO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO,** En uso de sus atribuciones legales y estatutarias y,

#### **C O N S I D E R A N D O :**

Que mediante Acuerdo No. 023 de enero 31 de 2007, emitido por el Consejo Académico de la Universidad de Nariño, se aprobó la nueva reglamentación para la realización, evaluación y socialización de las Prácticas Académicas de Formación e Información del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo de la Universidad de Nariño;

Que para lograr los propósitos académicos en la formación de los profesionales de los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo y para continuar con la acertada organización y desarrollo de las Prácticas Académicas de Formación e Información, el Comité Curricular y de Investigaciones, mediante Proposición No. 010 de abril 9 de 2013, propuso al Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas avalar y recomendar al Consejo Académico aprobar la extensión del Reglamento de las Prácticas Académicas de Formación e Información del Programa Transitorio de Comercio Internacional y Mercadeo a los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo y, en consecuencia, aprobar los correspondientes ajustes al Acuerdo No. 023 de Enero 31 de 2007 expedido por el Consejo Académico.

Que la solicitud de extender el reglamento de las Prácticas de Formación e Información a los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo obedece a que en la estructuración de los respectivos documentos de condiciones mínimas de calidad de sus Programas, con los cuales se obtuvo los correspondientes registros Calificados por parte del Ministerio de Educación Nacional, contempló las PRACTICAS ACADÉMICAS DE FORMACIÓN E INFORMACIÓN, entendidas como la materialización del compromiso de la Universidad con la sociedad, que buscan la aplicación de los conocimientos teóricos a situaciones socioeconómicas y culturales concretas con el fin de lograr la validación de saberes, el desarrollo de habilidades profesionales, y la atención directa de las necesidades del medio;

Que en los precitados documentos de condiciones mínimas de calidad, y bajo los lineamientos generales de la Universidad de Nariño, por prácticas académicas se entiende, las diferentes actividades como el estudio e investigación que deben ejecutarse para adquirir o complementar conocimientos, destrezas, habilidades y capacitación en un determinado campo del conocimiento y requieren del desplazamiento de estudiantes y profesores hacia el interior del departamento, el país o el exterior;

Que las Prácticas Académicas, se conciben entonces como un instrumento metodológico que facilitan romper el divorcio entre el conocimiento y la acción, entre sujeto y objeto, entre realidad social y educativa, entre la teoría y la práctica y, que así concebidas, hacen parte de los Currículos aprobados por el Ministerio de Educación Nacional para los Programas de

Comercio Internacional y de Mercadeo mediante la expedición de los respectivos registros calificados;

Que para continuar con la efectiva interacción entre el conocimiento y la práctica en los escenarios propios dentro del país o en el exterior, se hace necesario extender la reglamentación que institucionaliza las Prácticas de Formación e Información del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo a los demás Programas del Departamento, por constituirse en herramientas fundamentales para el contacto con los sectores productivos y empresariales y como mecanismos indisolubles para la preparación del Estudiante en su proyección como profesional;

Que la reglamentación de las Prácticas en los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo sigue manteniendo los lineamientos establecidos por los Acuerdos No. 0170 del 25 de noviembre de 1995 y 041 de mayo 16 de 2000, emitidos por el Consejo Superior y el Consejo Académico de la Universidad de Nariño y, en consecuencia se conserva la definición de Prácticas Formativas e Informativas;

- Que igualmente y en atención a lo contemplado en los precitados acuerdos, se mantiene como principio indispensable la racionalización del uso de los recursos financieros y físicos a fin de alcanzar óptimos resultados en el desarrollo de las Practicas Académicas disponibles y llegar a la mayor eficiencia técnica y académica con su realización bajo el criterio de la integralidad;

Que en consecuencia, se mantiene un manejo integral temático de las áreas tanto en el Programa de Comercio Internacional como en el Programa de Mercadeo, que garantizan de manera idónea realizar dos (2) Prácticas Formativas por Programa, la primera en el VII semestre y la segunda en el IX Semestre, bien sea al interior del país o en el exterior y, dos Practicas de Información en cada Programa al Interior del Departamento, la primera en VI semestre y la segunda en VIII semestre;

Que en fundamento de la integralidad de la Práctica de **Formación**, se identifican y determinan para el Programa de Comercio Internacional las asignaturas por su afinidad operacional así: Investigación de Mercados, Arancel, Comercio Electrónico, Importaciones, Exportaciones, Marketing Internacional, Técnicas de Negociación, Logística Comercial Internacional I, Logística Comercial Internacional II y Derecho Aduanero;

Que para el caso del Programa de Mercadeo se identifican para la Práctica de **Formación** las siguientes asignaturas: Comportamiento del Consumidor, Gerencia de Precio, Gerencia de Producto, Empaques y Embalajes, Mercadeo Electrónico, Investigación de Mercados, Green Marketing, Mercadeo Promocional y de Merchandising, Gerencia de Distribución y Logística, Mercadeo Internacional, Plan Estratégico de Mercadeo, Logística Comercial Internacional, Gerencia de Ventas y Gerencia de Marca;

Que el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo reconoce la importancia estricta de conocer y diagnosticar en la región como se efectúan también los procesos y procedimientos de comercio internacional y los estudios y estrategias en la investigación de los mercados, pues en la mayoría de los casos el desempeño de sus profesionales, en un alto porcentaje, se circunscribe al interior del Departamento de Nariño;

Que en atención a lo expuesto en el anterior considerando, es necesario, en igual importancia, la realización en cada uno de los Programas de dos (2) Practicas Académicas de **Información** al interior del Departamento de Nariño, la primera en VI semestre y la segunda en VIII semestre, las cuales obligan en el Programa de Comercio Internacional manejar también temáticas como: Investigación de Mercados, Arancel, Importaciones, Marketing Internacional, Exportaciones, Técnicas de Negociación, Logística Comercial Internacional I y Derecho Aduanero;

Que para las Practicas de **Información** en el Programa de Mercadeo se identifican las siguientes asignaturas: Comportamiento del Consumidor, Gerencia de Producto, Gerencia de Precio, Empaques y Embalajes, Investigación de Mercados, Green Marketing, Mercadeo Promocional y de Merchandising, Gerencia de Distribución y Logística, Mercadeo Internacional y Plan Estratégico de Mercadeo;

Que en consecuencia de los considerádoos expuestos, el Comité Curricular y de Investigaciones del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo, determinó proponer ante las Instancias competentes de la Universidad, aprobar la extensión de la reglamentación de las Prácticas Académicas de Formación e Información para los

Programas del Departamento, con el fin de garantizar el proceso formativo de los estudiantes;

Que el Consejo Académico, en sesión de fecha 25 de Junio de 2013, consideró la reglamentación propuesta y, analizó concertadamente con la Dirección del Departamento, los ajustes pertinentes a los permisos autorizados para estudiantes, que por excusas justificadas, no puedan asistir a las Prácticas Académicas programadas, lo cual es ratificado por la misma Instancia Institucional mediante oficio C. Académico- 108 de junio 26 del año en curso;

Que el Comité Curricular y de Investigaciones en sesión extraordinaria del 30 de Junio de 2013, una vez conocidas las recomendaciones realizadas por el Consejo Académico, hace los ajustes pertinentes a los permisos autorizados para estudiantes, que por excusas justificadas, no pueden asistir a las Prácticas de Formación e Información y los somete a revisión de Vicerrectoría Académica mediante oficio CIM-FOA-120 de fecha 28 de Junio de 2013, quien finalmente, con oficio ADA-235-13 del 29 de Julio de 2013, los avala, permitiendo así viabilizar ante el Consejo Académico la aprobación de la extensión del reglamento de las Prácticas de Formación e Información para los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo;

Que mediante oficio CIM-FOA-144 del 14 de Agosto del presente año, el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo remite el documento, con los ajustes propuestos.

Que mediante oficio ADA-279-13 del 14 de Agosto del presente año, la Vicerrectoría Académica y el Asesor de Desarrollo Académico, remiten el documento final sobre la Práctica Investigativa para los programas en mención, para que sea sometido mediante el mecanismo de consulta, por la urgencia de su aprobación.

Que el Consejo Académico, mediante consulta realizada entre los días 16 al 29 de Agosto del presente año, avaló la propuesta, y en consecuencia,

#### **ACUERDA:**

**Artículo 1º.** Aprobar la extensión del Reglamento de las Prácticas Académicas de Formación e Información del Programa Transitorio de Comercio Internacional y Mercadeo a los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo y, en consecuencia, aprobar los correspondientes ajustes al Acuerdo No. 023 de Enero 31 de 2007 expedido por el Consejo Académico, por las razones motivadas del presente Acuerdo.

**Artículo 2º.** Aprobar la siguiente reglamentación de las Prácticas Académicas de Formación e Información para los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo, por las razones motivadas del presente acto administrativo:

### **TITULO PRIMERO DE LAS PRÁCTICAS ACADÉMICAS CAPITULO I**

#### **DE LA PRÁCTICA FORMATIVA**

**Artículo 3º.** DE LA PRÁCTICA ACADÉMICA FORMATIVA.- De acuerdo a los Planes de Estudios de los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo, se institucionaliza la realización de dos (2) Prácticas Académicas de Formación para cada Programa, de carácter obligatorio, la primera en Séptimo (VII) semestre y la segunda en Noveno (IXI) semestre, las cuales tendrán como lugar para su desarrollo el interior del país o el exterior.”

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Considerando el carácter obligatorio de las Prácticas Formativas en los dos (2) Programas, los estudiantes que no puedan asistir a las mismas, deberán presentar la correspondiente justificación debidamente sustentada

y certificada dentro de los cinco (5) días hábiles contados a partir de la fecha de su realización, ante el Docente Coordinador quien la evaluará y decidirá sobre la misma en primera instancia. La segunda instancia corresponde al Director del Departamento.

En caso de ser aceptada la solicitud de inasistencia, el estudiante deberá cumplir una actividad académica que le será asignada por los docentes que tengan a su cargo la realización de dichas Prácticas en el 7º semestre y en el 9º semestre sobre temáticas afines a las contempladas en el proyecto de Práctica.

**Artículo 4º. DEL OBJETO DE LA PRACTICA FORMATIVA.-** Las Prácticas Formativas a demás de los fines para las cuales han sido creadas, deben generar espacios reales que dinamicen la gestión comercial y de mercadeo, que facilite la promoción de la oferta exportable departamental, que permita identificar alternativas de comercialización de bienes y servicios priorizados a nivel regional, que promuevan ideas de negocio competitivos, que fortalezcan la investigación de mercados y que permitan identificar nuevas estrategias mercantiles en escenarios nacionales e internacionales para el sector productivo y empresarial de nuestra región; esto con el fin de responder integralmente a los objetos de transformación de los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo.

**Artículo 5º. DE LA INTEGRALIDAD.-** Las Prácticas Académicas de Formación se llevarán a cabo bajo los criterios de integralidad que deben primar en los procesos y procedimientos que exigen las diferentes actividades del comercio internacional y del mercadeo.

Las actividades se desarrollarán, en consecuencia, agrupando contenidos temáticos de las asignaturas, así: 1) Para el Programa de Comercio Internacional: Investigación de Mercados, Arancel, Comercio Electrónico, Importaciones, Exportaciones, Marketing Internacional, Técnicas de Negociación, Logística Comercial Internacional I, Logística Comercial Internacional II y Derecho Aduanero. 2) Para el Programa de Mercadeo: Comportamiento del Consumidor, Gerencia de Precio, Gerencia de Producto, Empaques y Embalajes, Mercadeo Electrónico, Investigación de Mercados, Green Marketing, Mercadeo Promocional y de Merchandising, Gerencia de Distribución y Logística, Mercadeo Internacional, Plan Estratégico de Mercadeo, Logística Comercial Internacional, Gerencia de Ventas y Gerencia de Marca.

**PARÁGRAFO ÚNICO.-** La identificación de la integralidad de las asignaturas garantiza una alta responsabilidad tanto para los docentes que en ellas rotativamente deben participar, como para cada uno de los estudiantes, por cuanto la evaluación académica de la Práctica de Formación está directamente relacionada al Plan Evaluativo presentado oportunamente para cada una de éstas.

**DE LA COORDINACIÓN DE LA PRACTICA FORMATIVA.-** Dada la integralidad que se manejará en la realización de las Prácticas Informativas, la coordinación corre a cargo de un Docente por Programa que tenga a su cargo una de las asignaturas identificadas para Práctica en los semestres VII y IX quienes, además, elaborarán y desarrollarán todo el Plan operativo, logístico y académico de la Práctica.

**PARÁGRAFO 1º.-** La coordinación se rotará semestralmente entre los docentes de los semestres Séptimo (VII) y Noveno (IX) en las asignaturas identificadas para Práctica en cada uno de los Programas. La designación de los coordinadores se dará a conocer en las reuniones para distribución de carga académica del correspondiente semestre.

**PARÁGRAFO 2º.-** La coordinación comprende desde el proceso de identificar el lugar y el espacio geográfico, las entidades y empresas a visitar, presentación de informes, hasta la coordinación de la socialización de los resultados de la Práctica en

los semestres inferiores. En la coordinación de la Práctica Formativa se deberá dar cumplimiento estricto al artículo 4º de este Acuerdo.

**PARÁGRAFO 3º.**- En consideración a los requerimientos exigidos por las empresas y/o entidades objeto de vista, los coordinadores de práctica y/o docentes establecerán logísticamente el número adecuado de estudiantes que participen en estas actividades académicas, estos grupos siempre deben estar acompañados de los docentes respectivos.

**El artículo 7º.**- (Se deroga éste artículo, por cuanto el desarrollo de los Programas Académicos en las Extensiones, de acuerdo a la normativa Ministerial, no generaría la semestralización causada por desplazamiento de los grupos a la Sede principal).

**Artículo 8º.**- ACTIVIDADES DE LOS DOCENTES QUE NO PARTICIPEN EN LA REALIZACIÓN DE LA PRACTICA FORMATIVA.- Los docentes que no participen en la realización de la Práctica Académica de Formación en el semestre en que ésta se realice, deberán hacer intensificación de su horario que les permita la recuperación de dichas horas, o en su defecto, disponer en concertación con los estudiantes la recuperación de las mismas los días sábados.

**Artículo 9º.**- ACTIVIDADES DE LOS DOCENTES QUE PARTICIPEN EN LA REALIZACIÓN DE LA PRACTICA FORMATIVA.- Los docentes que participen en la realización de la Práctica Académica de Formación deberán establecer una actividad académica para los estudiantes de aquellos semestres en los cuales tenga asignación de carga y que por su desplazamiento no pueden dar cumplimiento al desarrollo de su horario en la semana o los días en que se desarrolle la Práctica Académica, actividad que será evaluada a su reintegro.

## **CAPITULO II DE LAS PRÁCTICAS INFORMATIVAS**

**Artículo 10º.** DE LAS PRACTICAS ACADÉMICAS INFORMATIVAS.- En igual consideración, de acuerdo al Plan de estudios, se institucionaliza la realización de dos (2) Practicas Académicas de Información de carácter obligatorio, en cada uno de los Programas, al interior del Departamento de Nariño, la primera en VI semestre y la segunda en VIII semestre.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Considerando, igualmente, el carácter obligatorio de las prácticas Informativas, los estudiantes que no puedan asistir a la misma, deberán presentar la correspondiente justificación debidamente sustentada y certificada dentro de los cinco (5) días hábiles contados a partir de la fecha de su realización, ante el Docente Coordinador quien la evaluará y decidirá sobre la misma en primera instancia. La segunda instancia corresponde al Director del Departamento.

En caso, de ser aceptada la solicitud de inasistencia, el estudiante deberá cumplir una actividad académica que le será asignada por los docentes que tengan a su cargo la realización de dichas Prácticas en el VI semestre y en el VIII semestre sobre temáticas afines a las contempladas en el proyecto de Práctica.

**Artículo 11º.** DEL OBJETO DE LAS PRACTICAS DE INFORMACIÓN.- Las Practicas Informativas en los dos (2) Programas, a demás de los fines para las cuales han sido creadas, deberán desarrollar ejes temáticos acorde a las líneas de investigación priorizadas en cada uno de ellos puesto que permiten el cumplimiento de los Objetos de Transformación propuestos y, de ésta manera, contribuyen al desarrollo de región.

**Artículo 12º.- DE LA INTEGRALIDAD.-** Las prácticas académicas de Información se llevarán a cabo bajo los criterios de integralidad que deben primar en los procesos y procedimientos que exigen las diferentes actividades del comercio internacional y del mercadeo así:

La Actividad se desarrollará, en consecuencia, agrupando igualmente contenidos temáticos de las asignaturas, así: En el Programa de Comercio Internacional, en las siguientes asignaturas: Investigación de Mercados, Arancel, Importaciones, Marketing Internacional, Exportaciones, Técnicas de Negociación, Logística Comercial Internacional I y Derecho Aduanero. En el Programa de Mercadeo: Comportamiento del Consumidor, Gerencia de Producto, Gerencia de Precio, Empaques y Embalajes, Investigación de Mercados, Green Marketing, Mercadeo Promocional y de Merchandising, Gerencia de Distribución y Logística, Mercadeo Internacional y Plan Estratégico de Mercadeo;

**PARÁGRAFO ÚNICO.-** La identificación de la integralidad de las asignaturas garantiza una alta responsabilidad tanto para los docentes que en ellas rotativamente deben participar, como para cada uno de los estudiantes, por cuanto la evaluación académica de la Práctica de Información está directamente relacionada al Plan Evaluativo presentado oportunamente para cada una de éstas.

**Artículo 13º.- DE LA COORDINACIÓN DE LAS PRACTICAS INFORMATIVAS.-** Dada la integralidad que se manejará en la realización de la Práctica Informativa, la coordinación corre a cargo de un Docente del respectivo Programa que tenga a su cargo una de las asignaturas identificadas para Práctica en los semestres VI y VIII quienes, además, elaborarán y desarrollarán todo el Plan operativo, logístico y académico de la Práctica.

**PARÁGRAFO 1º.-** La coordinación comprende desde el proceso de identificar el lugar geográfico y el espacio geográfico, las entidades y empresas a visitar, presentación de informes, hasta la coordinación de la socialización de los resultados de la Práctica. En la coordinación de la Práctica Informativa se deberá dar cumplimiento estricto al artículo 11º de este Acuerdo.

**PARÁGRAFO 2º.-** En consideración a los requerimientos exigidos por las empresas y/o entidades objeto de visita, los coordinadores de práctica y/o docentes establecerán logísticamente el número adecuado de estudiantes que participen en estas actividades académicas, estos grupos siempre deben estar acompañados de los docentes respectivos.

El artículo 14º.- (Se deroga, dada la connotación normativa que exige el Ministerio de Educación Nacional para Programas en Extensiones, con base en la cual no se presentaría semestralización en la Sede Principal. De otra parte por la anualidad de los Programas, igualmente no se presentaría semestralización).

**Artículo 15.- ACTIVIDADES DE LOS DOCENTES QUE NO PARTICIPEN EN LA REALIZACIÓN DE LAS PRACTICAS INFORMATIVAS.-** Los docentes que no participen en la realización de las Prácticas Académicas de Información en el semestre en que ésta se realice, deberán hacer intensificación de su horario que les permita la recuperación de dichas horas, o en su defecto, disponer en concertación con los estudiantes la recuperación de las mismas los días sábados.

**Artículo 16º. ACTIVIDADES DE LOS DOCENTES QUE PARTICIPEN EN LA REALIZACIÓN DE LAS PRACTICAS INFORMATIVAS.-** Los docentes que participen en la realización de las Prácticas Académicas de Información deberán establecer una actividad académica para los estudiantes de aquellos semestres en los cuales tenga asignación de carga y que por su desplazamiento no pueden dar

cumplimiento al desarrollo de su horario en la semana o los días en que se desarrolle la Práctica Académica, actividad que será evaluada a su reintegro.

## TITULO SEGUNDO

### DEL MANUAL DE PRÁCTICAS

**Artículo 17º.** DEL MANUAL DE PRACTICAS ACADÉMICAS.- El Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo de la Universidad de Nariño, para efectos del presente Acuerdo, acogerá las disposiciones que para el efecto disponga el Manual de Practicas, elaborado con el criterio de unificar la organización, el procedimiento y desarrollo de estas actividades académicas y que será obligatorio para el o los docente(s) coordinador(s) responsable(s) de éstas actividades y en general para todos los docentes y estudiantes del programa, con base en los siguientes lineamientos.

**Artículo 18º.-** DEL PROCEDIMIENTO PARA LA APROBACIÓN DE PRACTICAS ACADÉMICAS.- Para efectos de aprobación de Prácticas Académicas de Formación e Información el o los docente(s) Coordinador (es) deben acogerse a la reglamentación establecida en los Acuerdos No. 170 de Noviembre 25 de 1993 y 041 de Mayo 16 de 2000, emitidos por el Consejo Superior y Académico de la Universidad de Nariño.

Para efecto de lo anterior se deberá tener en cuenta el siguiente procedimiento:

1. Los docentes y/o coordinadores asignados para la realización de las Prácticas de Formación e Información deberán presentar la solicitud ante el Comité Curricular en la primera semana del correspondiente semestre académico. La solicitud de Prácticas Académicas deberá acompañarse de las autorizaciones de ingreso a las entidades o empresas donde conste la fecha y hora en que se cumplirán las respectivas visitas.  
Para el efecto, la Dirección del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo de la Universidad de Nariño, adelantará las gestiones necesarias que permitan suscribir los respectivos convenios que faciliten la realización de estas actividades académicas tanto en el sector publico como en el privado, en el orden regional, nacional e internacional. Lo que garantizará periódicamente fechas definidas para su organización y desarrollo.
- 2- El proyecto de prácticas deberá contener nombre de los docentes coordinadores de las respectivas Practicas de Formación e Información, justificación, objetivos general y específicos, lineamientos generales de las empresas objeto de visita, tanto del área de comercio internacional y mercadeo, criterios de evaluación, cronograma de actividades y presupuesto.
- 3- El Comité Curricular analizará y aprobará la programación presentada por el o los docente(s) coordinador(es) en la segunda semana del período académico correspondiente. Las observaciones, sugerencias o modificaciones que formule el Comité Curricular, serán de estricto cumplimiento para el o los docente(s) coordinador(es).
- 4- El Comité Curricular, en la tercera semana del semestre respectivo, propondrá ante el Consejo de Facultad la aprobación de las Prácticas de los Programas y, la Decanatura tramitará la asignación de los recursos económicos y logísticos respectivos.

- 5- El o los docente(s) coordinador(es) se encargara(n) de realizar los trámites administrativos correspondientes.

**PARÁGRAFO TRANSITORIO.-** Con el fin de facilitar la realización de éstas prácticas académicas, y hasta tanto se logre la protocolización de los convenios, los docentes coordinadores, para el desarrollo de éstas actividades, podrán presentar con quince (15) días de anticipación a la fecha de su realización ante el Comité Curricular las autorizaciones de ingreso a las entidades o empresas que serán objeto de visita, en donde conste la fecha y hora de la misma y adjuntando además el respectivo Proyecto. El Comité Curricular en el término correspondiente dará el trámite respectivo de aprobación ante el Consejo de la Facultad, el que igualmente, en el término adecuado, considerará su aprobación y agilizará los trámites de logística y consecución de los recursos de acuerdo al presupuesto contemplado en el Proyecto.

**Artículo 19.- DE LA SOLICITUD Y LOGÍSTICA DE TRANSPORTE.** La solicitud de transporte deberá gestionarse por el o los docente(s) Coordinador(es) generalmente la primera semana del semestre Académico correspondiente o respetando las fechas límites que para el efecto establezca la Oficina de Servicios Generales de la Universidad de Nariño.

**PARÁGRAFO ÚNICO.-** Los docentes y/o Coordinadores para la consecución del transporte deberán adelantar las gestiones necesarias que para el efecto dispone Oficina de Servicios Generales, anexar detalladamente el cronograma operativo de la Práctica y el número detallado de estudiantes que harán parte de dicha Práctica.

Para efectos legales del Parágrafo Único y respetando los términos académicos del desarrollo de las Prácticas Académicas, debe entenderse como personal detallado para la consecución del medio de Transporte, únicamente el o los Docente(s) Coordinador(es) y, como personal de practica al (los) docente(s) coordinador(es) y los estudiantes de cada uno de los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo estrictamente habilitados para el desarrollo de dichas prácticas.

**Artículo 20º.- TIEMPO ASIGNADO PARA EL DESARROLLO DE LA PRACTICA FORMATIVA.-** La práctica formativa dispondrá para su desarrollo de seis días (6) días calendario sin tener en cuenta los días de transporte que dependerán del lugar donde se programe.

**PARÁGRAFO ÚNICO.-** En caso de requerirse un tiempo superior al previsto anteriormente, el o los docente(s) coordinador(es) deberá(n) justificar en su proyecto de práctica, tal eventualidad, con el fin de obtener por las instancias competentes las aprobaciones respectivas.

**Artículo 21º.- TIEMPO ASIGNADO PARA EL DESARROLLO DE LAS PRÁCTICAS INFORMATIVAS.-** Las prácticas informativas dispondrán para su desarrollo de un día y hasta de dos (2) días sin tener en cuenta los días de transporte que dependerán del lugar donde se programe.

**PARÁGRAFO ÚNICO.-** En caso de requerirse un tiempo superior al previsto anteriormente, el o los docente(s) coordinador(es) deberá(n) justificar en su proyecto de práctica, tal eventualidad, con el fin de obtener por las instancias competentes las aprobaciones respectivas.

**Artículo 22º.- DEL SISTEMA EVALUATIVO.-** Las Prácticas Formativa e Informativas deben contemplar obligatoriamente una evaluación Cualitativa y una Cuantitativa y para cada caso establecer los ítems que garanticen compromiso y desempeño académico.

**PARÁGRAFO ÚNICO.-** La evaluación que sobre el desarrollo académico de las Prácticas debe realizar el Comité Curricular, se hará de acuerdo a lo contemplado en



las literales a), b), c), d) y e) del artículo 10 del Acuerdo No. 041 de 2000 emitido por el Consejo Académico de la Universidad de Nariño.

**Artículo 23º.- DEL SISTEMA EVALUATIVO CUALITATIVO Y CUANTITATIVO PARA LAS PRÁCTICAS FORMATIVA E INFORMATIVAS** - Para el efecto de la Evaluación Cualitativa de las Prácticas Formativa e Informativas se tendrán en cuenta aspectos como: asistencia, compromiso, puntualidad, participación, cuyo porcentaje de evaluación cuantitativo será del 50%. Los componentes: Participación Académica del estudiante en el desarrollo de la visita a la entidad o empresa; presentación del Informe de Practica y Sustentación del Informe Final, tendrá un porcentaje de evaluación cuantitativa del 50%. Para un total del 100%.

**Artículo 24º. DE LA PRESENTACIÓN DEL INFORME DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS DE FORMACIÓN E INFORMACIÓN POR PARTE DEL LOS DOCENTES Y/O COORDINADORES CON PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES.-** El informe que deben presentar los docentes y/o Coordinadores y estudiantes de las respectivas Prácticas de Formación e Informativas ante el Comité Curricular del Departamento, se hará bajo los lineamientos normativos contemplados en el artículo 11 del Acuerdo No. 041 de 2000, emitido por el Consejo Académico de la Universidad de Nariño.

El documento de informe que contenga las actividades de estructuración, procedimiento y desarrollo de las Prácticas Académicas de formación e Información contemplará dos componentes básicos:

**EL DESEMPEÑO ACADÉMICO.** Para el efecto, los respectivos docentes y/o Coordinadores deben acogerse a la reglamentación establecida en los Acuerdos No. 170 de noviembre 25 de 1993 y 041 de mayo 16 de 2000 emitidos por el Consejo Superior y Académico de la Universidad de Nariño.

**EL MANEJO FINANCIERO.** En cumplimiento a las normas previstas por los Órganos de Control Competentes el informe deberá contemplar los respectivos soportes documentarios de la ejecución del presupuesto asignado.

Además las Prácticas Académicas de Formación e Información contemplarán un registro documental escrito y en lo posible un registro fotográfico y fílmico obtenido de las diferentes actividades académicas desarrolladas en las visitas empresariales, y de las actividades operativas que desarrollan las distintas entidades en razón a la temática de la Práctica, esto permitirá enriquecer de manera escrita y visual el Archivo Histórico de los Programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo.

**Artículo 25º.- DE LA SOCIALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS ACADÉMICAS FORMATIVAS E INFORMATIVAS.-**

**DE LA PRÁCTICA FORMATIVA:** El o los Docente(s) Coordinador(es) de la Práctica Formativa, por sus alcances académicos, deberá(n) coordinar igualmente la socialización ante los estudiantes y docentes del respectivo Programa, prioritariamente, no obstante, estará a su criterio ampliar la socialización ante docentes y estudiantes de Programas afines de la Universidad de Nariño. La socialización debe ser mixta, es decir, por el o los Docente(s) Coordinador(es) y Estudiantes participantes de los cuales se hará una selección por rendimiento y desempeño académico en el desarrollo de la Práctica.

La socialización de la Práctica Formativa debe realizarse a los quince (15) días siguientes de su desarrollado.

DE LAS PRÁCTICAS INFORMATIVAS: Las Prácticas de Información serán socializadas por Estudiantes seleccionados bajo los criterios anteriormente expuestos, ante los Estudiantes del respectivo Programa, especialmente de Semestres primarios y su socialización deberá ser coordinada por el o los docentes y/o Coordinadores de la Práctica.

Las Prácticas de Información deberán socializarse a los ocho (8) días siguientes de su desarrollo.

## TITULO TERCERO

### DEL PLAN ACADÉMICO DE ACTIVIDADES DE LAS PRÁCTICAS DE FORMACIÓN E INFORMACIÓN

#### CAPITULO I

#### DEL PLAN ACADÉMICO DE LAS PRÁCTICAS DE FORMACIÓN

**Artículo 26º.**- La Práctica Académica Formativa contemplará la siguiente estructura o Plan de Actividades Académicas para garantizar la efectividad exitosa de sus resultados:

#### 1.- ASPECTOS TEMÁTICOS BÁSICOS DE LAS ASIGNATURAS:

##### PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL.

##### Investigación de Mercados

- Identificación de necesidades de la población
- Investigar la aceptación de un producto nuevo
- Investigación sobre los niveles de recordación de mensajes publicitarios
- Investigación sobre campañas promocionales
- Estudios de orientación cualitativa

##### Arancel:

- Manejo del Sistema Armonizado
- Manejo de la Nomenclatura arancelaria del sistema NANDINA
- Aplicación de Preferencias Arancelarias
- Acceso a Mercados
- Manejo documentario de la clasificación
- Descripciones mínimas
- Utilización de la nomenclatura arancelaria en las operaciones de comercio exterior

##### Comercio Electrónico

- Experiencias comerciales en las empresas a través del comercio electrónico
- Conocer modalidades de comercio electrónico aplicadas por las empresas
- Conocer el marco legal que aplica para el comercio electrónico
- Identificar estrategias para el seguimiento y desarrollo de una transacción comercial electrónica en las empresas

#### Importaciones:

- Experiencias comerciales en procesos de importación en empresas locales, nacionales e internacionales.
- Experiencias empresariales en manejo de plan vallejo en el ámbito nacional.
- Manejo operativo de procesos de importación en Agencias de Aduana ubicadas en territorio aduanero con cobertura de transporte terrestre, aéreo, marítimo y multimodal.
- Manejo operativo de procesos de importación en zonas de régimen aduanero especial.
- Arribo de las mercancías (Puertos, Aeropuertos y Terminales Terrestres) en procesos de importación.
- Identificación de oportunidades de importación y comercialización a nivel local, nacional e internacional.
- Identificación de procesos operativos de importación.

#### Exportaciones:

- Experiencias comerciales en procesos de exportación en empresas locales, nacionales e internacionales.
- Experiencias empresariales en manejo de programas especiales de exportación.
- Manejo operativo de procesos de exportación en Agencias de Aduana ubicadas en territorio aduanero con cobertura de transporte terrestre, aéreo, marítimo y multimodal.
- Manejo operativo de procesos de exportación en zonas de régimen aduanero especial.
- Salida de las mercancías (Puertos, Aeropuertos y Terminales Terrestres) en procesos de exportación.
- Identificación de oportunidades de exportación y comercialización internacional mediante la visita a puerto libre Panamá,
- Procesos operativos de exportación de mercancías en depósitos públicos, privados, empresas transportadoras a nivel internacional, aeropuertos.
- Identificación de procesos operativos de exportación.

#### Marketing Internacional.

- Fases que compone la investigación de mercados
- Lineamientos y/o criterios del estudio exploratorio de los mercados internacionales (factores)
- Accesibilidad a los mercados internacionales
- Aspectos legales utilizados en la inteligencia de mercados internacionales
- Aspectos relacionados con la medición de los mercados
- Estructuración de los mercados

#### Técnicas de Negociación

- Conocer los procesos de negociación internacional
- Identificar las etapas en una negociación internacional.
- Conocer las modalidades y estrategias para la realización de una negociación internacional.
- Identificar las características que diferencian las negociaciones internacionales.
- Identificar estudios de casos de negocios internacionales

### Logística Comercial Internacional I

- Almacenamiento por ingreso y salida de mercancías.
- Manipulación Carga General o Unitarizada.
- Cargue y descargue de mercancías
- Contenedorización y Palatización
- Manejo operativo de Tránsitos aduaneros Nacionales e Internacionales

### Logística Comercial Internacional II

- Eslabones de la DFI
- Modalidades y medios de transporte
- Canales de distribución y comercialización
- Procesos y costos de la DFI

### Derecho Aduanero

- Manejo operativo documental
- Manejo operativo de control de carga
- Inspección física
- Inspección documental
- Sistema MUISCA, COSMOS.
- Levante de Mercancías
- Autorización de Embarque
- Certificados de Origen

### PROGRAMA DE MERCADEO

#### Comportamiento del Consumidor

- Variables que se tienen en cuenta en la toma de decisiones del consumidor
- Segmentación de mercados de acuerdo al comportamiento del consumidor
- Investigación del consumidor.

#### Gerencia de Producto

- Administración del producto
- Desarrollo de producto nuevo
- Lanzamiento de producto nuevo
- Diseño de estrategias para producto nuevo y existente

#### Gerencia de Precios

- Políticas de fijación de precios
- Estrategias de fijación de precios
- Chequeo de precios
- Investigación de precio

#### Empaques y Embalajes

- Procesos de producción de envases y materiales
- Procesos de ensamble y etiquetaje de embalajes
- Estibamientos y Almacenamientos
- Fabricación de empaques y materiales en productos para el mercado nacional e internacional.
- Aplicación de nuevas tecnologías para envases, empaques y embalajes
- Diligenciamiento de documentos para envases, empaques y embalajes en el proceso de comercio internacional.

#### Mercadeo Electrónico

- Mercados virtuales
- El Marketing Mix aplicado al mercadeo electrónico
- Aplicación del mercadeo electrónico en el comercio
- Empresas virtuales

#### Investigación de Mercados

- Identificación de necesidades de la población
- Investigar la aceptación de un producto nuevo
- Investigación sobre los niveles de recordación de mensajes publicitarios
- Investigación sobre campañas promocionales
- Estudios de orientación cualitativa

#### Green Marketing

- Aplicación de Tecnologías Limpias en empresas del orden local nacional e internacional
- Publicidad y Marketing Medio Ambiental
- Aplicación de normas ambientales para empaque y embalaje
- Aplicación de normas de etiquetado ambiental
- Ecoproductos

#### Mercadeo Promocional y de Merchandising

- Planografías de almacenes de grandes superficies.
- Aplicación de técnicas de merchandising

#### Gerencia de Distribución y Logística

- Sistemas de embalaje
- Sistemas de distribución
- Análisis de grandes superficies
- Cadena de suministros

#### Mercadeo Internacional

- Fases que compone la investigación de mercados
- Lineamientos y/o criterios del estudio exploratorio de los mercados internacionales (factores)
- Accesibilidad a los mercados internacionales
- Aspectos legales utilizados en la inteligencia de mercados internacionales
- Aspectos relacionados con la medición de los mercados

- Estructuración de los mercados

#### Plan Estratégico de Mercadeo

- Marketing Internacional
- Planeación estratégica de Mercadeo
- Investigación de mercados
- Política de fijación de precios
- Canales de distribución
- Manejo de los medios de publicidad y promoción
- Funciones del Departamento para investigación de mercados
- Gestión de operaciones, cadena de abastecimiento, justo tiempo
- Manejo de garantías
- Políticas de servicio al cliente
- Gerencia de las relaciones con el cliente

#### Logística Comercial Internacional

- Tipos de empaques en el comercio exterior
- Tipos de embalajes en el comercio exterior
- Sistemas de distribución internacional
- Modalidades de transporte y medios de transporte internacional
- Costos de la cadena de distribución internacional

#### Gerencia de Ventas

- Programas de ventas
- Dirección y capacitación de grupos de personal de ventas
- Técnicas de ventas
- Pronósticos de venta

#### Gerencia de Marca

- Creación y desarrollo de marca
- Administración de marca
- Registro de marca
- Desarrollo de estrategias de marca

## 2. ÁREAS GEOGRÁFICAS Y ORGANIZACIONES EMPRESARIALES EN LAS QUE SE DESARROLLA LA PRÁCTICA ACADÉMICA DE FORMACIÓN.

Los Coordinadores de la Práctica de Formación desarrollaran las actividades académicas anteriormente identificadas, en las siguientes zonas geográficas, instituciones públicas y organizaciones empresariales:

PAÍSES: Panamá y/o Venezuela y/o Ecuador y/o Perú, entre otros

DEPARTAMENTOS: Valle y/o Cundinamarca y/o Antioquia y/o Atlántico y/o Bolívar, entre otros.

ÁREAS GEOGRÁFICAS: Puertos Internacionales, Aeropuertos Internacionales, Terminales Terrestres Internacionales, Zonas Francas, Puertos Libres, Parques

industriales, comerciales y de servicios; Zonas Francas industriales, comerciales, turística y de servicios; Recintos Feriales, Centros Comerciales, Almacenes de Cadena, entre otras.

INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS: DIAN, MINCOMEX, PROEXPORT, BANCOLDEX, CORPORACIÓN COLOMBIANA INTERNACIONAL, PROEXPORT, Ministerio del Medio Ambiente, Gremios de la Producción, Asociaciones, Fundaciones, Cooperativas, Gobernaciones, Alcaldías, Institutos Descentralizados del orden Nacional, Departamental y Local, ONGs, Sector Financiero, Centros de Servicios Educativos, Hospitalarios y Recreativos, entre otros.

ORGANIZACIONES EMPRESARIALES: CORPEI, Multinacionales, Embajadas, Consulados, Puerto libre de Panamá, Zonas Francas, Empresas Importadoras, Empresas Exportadoras, Usuarios Aduaneros Permanentes, Usuarios Altamente Exportadores, Navieras, Operadores Portuarios, Empresas de Logística y Distribución Física Internacional, Agentes de Carga, Empresas Especializada en el Transporte de Envíos Urgentes, Paquetes Postales, Mensajería Especializada. Operadores de Carga Internacional, Operadores de Transporte Multimodal, OTM, Operadores logísticos, Almacenadoras, Depósitos, Agencias de Aduana, Comercializadoras Internacionales, CCI Colombia, Brokers, Empresas Multinacionales y Transnacionales, Almacenes de Cadena, Tiendas Especializadas Internacionales, Ingenios, Empresas Productoras de empaques, envases y embalajes, Empresas Productoras de mercancía general, a granel, unitarizada, Empresas proveedoras de empaques y embalajes, Centros de Distribución, Empresas Marroquineras, Curtiembres, Hipermercados, Zonas de Aforo, Ferias Internacionales, Bodegas, Centros Comerciales, Almacenes de cadena, Agremiaciones, ONGs, Supermercados, Hipermercados, Tiendas de barrio, Cadenas comerciales, Clusters, Agencias de viaje, Restaurantes, Hoteles, entre otras.

## CAPITULO II

### DEL PLAN ACADÉMICO DE LAS PRÁCTICAS DE INFORMACIÓN EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

**Artículo 27º.-** Las Prácticas Académicas Informativas en el Departamento de Nariño, contemplaran la siguiente estructura o Plan de Actividades Académicas para garantizar la efectividad exitosa de sus resultados:

#### 1.- ASPECTOS TEMÁTICOS BÁSICOS DE LAS ASIGNATURAS:

##### PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL.

###### Investigación de Mercados

- Identificación de necesidades de la población
- Investigar la aceptación de un producto nuevo
- Investigación sobre los niveles de recordación de mensajes publicitarios
- Investigación sobre campañas promocionales
- Estudios de orientación cualitativa

###### Arancel

- Manejo del Sistema Armonizado
- Manejo de la Nomenclatura arancelaria del sistema NANDINA

- Aplicación de Preferencias Arancelarias
- Acceso a Mercados
- Manejo documentario de la clasificación
- Descripciones mínimas
- Utilización de la nomenclatura arancelaria en las operaciones de comercio exterior

#### Importaciones:

- Inteligencia de mercados internacionales para importación
- Análisis de canales de distribución, mercadeo y comercialización
- Manejo de Publicidad e Imagen Corporativa
- Arribo de las mercancías (Puerto, Aeropuertos y Terminales Terrestres).
- Descargue de Mercancías o Transbordos de Mercancías (Desestiba)
- Almacenaje.
- Inspección Aduanera.
- Manejo de la Agencia de Aduanas (Control Almacenaje).
- Inspección Física o Documental.
- Levante de la Mercancía.
- Entrega de la Mercancía al Importador.

#### Marketing Internacional

- Fases que compone la investigación de mercados
- Lineamientos y/o criterios del estudio exploratorio de los mercados internacionales (factores)
- Accesibilidad a los mercados internacionales
- Aspectos legales utilizados en la inteligencia de mercados internacionales
- Aspectos relacionados con la medición de los mercados
- Estructuración de los mercados

#### Exportaciones:

- Experiencias comerciales en procesos de exportación en empresas locales, nacionales e internacionales.
- Experiencias empresariales en manejo de programas especiales de exportación.
- Manejo operativo de procesos de exportación en Agencias de Aduana ubicadas en territorio aduanero con cobertura de transporte terrestre, aéreo, marítimo y multimodal.
- Manejo operativo de procesos de exportación en zonas de régimen aduanero especial.
- Salida de las mercancías (Puertos, Aeropuertos y Terminales Terrestres) en procesos de exportación.
- Identificación de oportunidades de exportación y comercialización internacional mediante la visita a puerto libre Panamá,
- Procesos operativos de exportación de mercancías en depósitos públicos, privados, empresas transportadoras a nivel internacional, aeropuertos.
- Identificación de procesos operativos de exportación.

#### Técnicas de negociación

- Conocer los procesos de negociación internacional
- Identificar las etapas en una negociación internacional.
- Conocer las modalidades y estrategias para la realización de una negociación internacional.



- Identificar las características que diferencian las negociaciones internacionales.
- Identificar estudios de casos de negocios internacionales

#### Logística Comercial Internacional I

- Almacenamiento por ingreso y salida de mercancías.
- Manipulación Carga General o Unitarizada.
- Cargue y descargue de mercancías
- Contenedorización y Palatización
- Manejo operativo de Tránsitos aduaneros Nacionales e Internacionales

#### Derecho Aduanero

- Manejo operativo documental
- Manejo operativo de control de carga
- Inspección física
- Inspección documental
- Sistema MUISCA, COSMOS.
- Levante de Mercancías
- Autorización de Embarque
- Certificados de Origen

#### PROGRAMA DE MERCADEO.

##### Comportamiento del Consumidor

- Variables que se tienen en cuenta en la toma de decisiones del consumidor
- Segmentación de mercados de acuerdo al comportamiento del consumidor
- Investigación del consumidor.

##### Gerencia de Producto

- Administración del producto
- Desarrollo de producto nuevo
- Lanzamiento de producto nuevo
- Diseño de estrategias para producto nuevo y existente

##### Gerencia de Precio

- Políticas de fijación de precios
- Estrategias de fijación de precios
- Chequeo de precios
- Investigación de precio

##### Empaques y Embalajes:

- Marcado y Etiquetado
- Manejo de Publicidad e Imagen Corporativa
- Estiba y Factor de Estiba
- Nuevas tecnologías de diseño de empaques y embalajes

- ISO y materiales de fabricación
- Manejo de Pictogramas
- Diseño gráfico e industrial de empaques y embalajes

#### Investigación de Mercados

- Identificación de necesidades de la población
- Investigar la aceptación de un producto nuevo
- Investigación sobre los niveles de recordación de mensajes publicitarios
- Investigación sobre campañas promocionales
- Estudios de orientación cualitativa

#### Green Marketing

- Aplicación de Tecnologías Limpias en empresas del orden local nacional e internacional
- Publicidad y Marketing Medio Ambiental
- Aplicación de normas ambientales para empaque y embalaje
- Aplicación de normas de etiquetado ambiental
- Ecoproductos

#### Mercadeo Promocional y de Merchandising

- Planografías de almacenes de grandes superficies.
- Aplicación de técnicas de merchandising

#### Gerencia de Distribución y Logística

- Sistemas de embalaje
- Sistemas de distribución
- Análisis de grandes superficies
- Cadena de suministros

#### Mercadeo Internacional

- Fases que compone la investigación de mercados
- Lineamientos y/o criterios del estudio exploratorio de los mercados internacionales (factores)
- Accesibilidad a los mercados internacionales
- Aspectos legales utilizados en la inteligencia de mercados internacionales
- Aspectos relacionados con la medición de los mercados
- Estructuración de los mercados

#### Plan Estratégico de Mercadeo

- Marketing Internacional
- Planeación estratégica de Mercadeo
- Investigación de mercados
- Política de fijación de precios
- Canales de distribución
- Manejo de los medios de publicidad y promoción
- Funciones del Departamento para investigación de mercados
- Gestión de operaciones, cadena de abastecimiento, justo tiempo
- Manejo de garantías
- Políticas de servicio al cliente

- Gerencia de las relaciones con el cliente

## 2. ÁREAS GEOGRÁFICAS Y ORGANIZACIONES EMPRESARIALES EN LAS QUE SE DESARROLLA LA PRÁCTICA ACADÉMICA DE INFORMACIÓN.

DEPARTAMENTO DE NARIÑO: En ciudades como Pasto, Ipiales, Tumaco, Sandoná, la Unión, Belén, entre otras.

ÁREAS GEOGRÁFICAS: Puerto de Tumaco, Aeropuertos, Terminal Terrestre, Zona de Frontera, Zonas de Régimen Especial Aduanero, Centros Comerciales, Almacenes de Cadena, Plazas de Mercado, entre otras.

INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS: DIAN, Aduanas, CENAF, CEBAF, Gremios de la Producción, Asociaciones, Fundaciones Cooperativas, Gobernación, Alcaldías, Institutos Descentralizados del orden Nacional, Departamental y Local, ONGs, Sector Financiero, Centros de Servicios Educativos, Hospitalarios y Recreativos, Centros Comerciales, Empresas Importadoras, Empresas Exportadoras, Supermercados, Tiendas de Barrio, Cadenas Comerciales, Clusters, Agencias de Viaje, Restaurantes, Hoteles, entre otras.

### TITULO CUARTO

#### DEL PRESUPUESTO

**Artículo 28º.- DEL PRESUPUESTO.-** Consecuentes con la racionalidad en la administración de los recursos que para efecto dispone la Universidad de Nariño, se hace necesario propender por su buen manejo por lo tanto en la elaboración del Proyecto de Practicas de Formación e Información se deberá dar a conocer precios reales de los costos que se causan en su realización.

**PARÁGRAFO 1º.** Los recursos asignados periódicamente por presupuesto, serán base para el reajuste real por el resultado de la actualización de los proyectos de práctica que se generen en el año y para que a partir de la fecha, la asignación que se haga no sea acumulando el incremento del IPC sino teniendo en cuenta los costos presentes.

**PARÁGRAFO 2º.** (Derogado).

**PARÁGRAFO 3º.** Igualmente serán apoyadas aquellas actividades que los estudiantes programen para captar otros recursos que garanticen un mejor desempeño y bienestar de las Prácticas, especialmente la realización de Prácticas de Formación a nivel internacional.

**El Artículo 29º.- DE LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN:** Se consideran como fuentes de financiación las siguientes: La Asignación Presupuestal por la Universidad de Nariño para este tipo de actividades y los obtenidos por Actividades que para este fin desarrollen los Estudiantes del Programa, con los previos avales del Comité Curricular y del Consejo de Facultad.

**Artículo 30º.- DE LOS RUBROS DEL PRESUPUESTO PARA LA PRÁCTICA ACADÉMICA DE FORMACIÓN:** La asignación de recursos del presupuesto para la Practica Académica de Formación se destinará para cubrir los siguientes rubros: Transporte, Viáticos Docentes y Conductores, Auxilio de Estudiantes, Combustible, Peajes, Parqueaderos.

**El Artículo 31º.- DE LOS RUBROS DEL PRESUPUESTO PARA LAS PRACTICAS ACADÉMICAS DE INFORMACIÓN:** La asignación de recursos del presupuesto para las Prácticas Académicas de Información que se realicen en las ciudades de Ipiales, Tumaco, Sandoná, Belén, La Unión, entre otras, se destinara para cubrir los siguientes rubros: Transporte, Viáticos Docentes y Conductores, Auxilio de Estudiantes, Combustible, Peajes, Parqueaderos.

Para las Prácticas Académicas Informativas que se realicen en la ciudad de Pasto, se suministrará el transporte únicamente.

## TITULO QUINTO

### DISPOSICIONES VARIAS

**Artículo 32º.- DE LA EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS ACADÉMICAS POR EL COMITÉ CURRICULAR.-** El desarrollo de las Prácticas Académicas tanto Formativa como Informativas, será evaluado por el Comité Curricular del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, teniendo en cuenta los lineamientos previstos por el artículo 10 del Acuerdo 041 de mayo 16 de 2000 y demás normas que lo adicionen o complementen.

**Artículo 33º.- DEL INFORME GENERAL.-** El Comité Curricular presentará un informe de las Prácticas desarrolladas en el semestre, al Consejo de Facultad.

**Artículo 34º.-** Este acuerdo deroga las disposiciones contenidas en el Acuerdo 093 del 3 de Octubre de 2005 del Comité Curricular del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo de la Universidad de Nariño.

COMUNIQUESE Y CUMPLASE.

Dado en San Juan de Pasto, a los 30 días del mes de Agosto de 2013.

  
**J. EDMUNDO CALVACHE LOPEZ**  
 Presidente

  
**FERNANDO GUERRERO FARINANGO**  
 Secretario General