



UNIVERSIDAD DE COLIMA

1G.1.2/10000/1016/2023

Asunto: Sesiones del H. Consejo Universitario

Acuerdo No. 42 de 2023, por el que se eleva a rango de Facultad a la Escuela de Mercadotecnia.

A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA P R E S E N T E.-

El Rector de la Universidad de Colima en ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 27, fracciones X, XII y XIV, de la Ley Orgánica de la propia institución, en relación con lo dispuesto por el taxativo 3 del Reglamento de Escuelas y Facultades y,

CONSIDERANDO

PRIMERO.- Que en términos del artículo 101 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Colima, la Universidad de Colima “es un organismo público descentralizado, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, el que, con pleno derecho a su autonomía, tiene por fines impartir enseñanza en sus niveles medio superior, superior y postgrado; fomentar la investigación científica y social, principalmente en relación con los problemas del Estado y la Nación, y extender con la mayor amplitud los beneficios de la cultura, con irrestricto respeto a la libertad de cátedra e investigación, así como al libre examen y discusión de ideas.”

SEGUNDO.- Que la Universidad de Colima, conforme a los numerales 5 y 10, de su Ley Orgánica, tiene las atribuciones de organizarse de la manera que estime conveniente, dentro de los lineamientos generales señalados por la Ley, sus Reglamentos y demás disposiciones que acuerde el Consejo Universitario y autoridades competentes, mismos que deberán estar orientadas a la mejor organización y funcionamiento de la Universidad; además de determinar sus planes y programas de estudio y demás políticas académicas.

TERCERO.- Que la Universidad de Colima, cumple su función educativa atendiendo los fines del artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a través de los planes y programas de estudios que se imparten en los planteles de nivel medio superior, superior e institutos, sancionados por el Consejo Universitario.



UNIVERSIDAD DE COLIMA

CUARTO.- Que en el Plan Institucional de Desarrollo (PIDE) 2022-2025, el programa sectorial correspondiente al eje 1, "Educación pertinente y de calidad" evidencia el compromiso de la Universidad de Colima con el desarrollo social, que ofrece educación integral, pertinente y de calidad que responde a los requerimientos del entorno cambiante y la competencia, con la atención permanente en la ampliación y diversificación de planes de estudios en el nivel superior, considerando las necesidades de la población colimense, la factibilidad y flexibilidad académicas.

QUINTO.- Que por Acuerdo No. 40 de 2023 se creó el Plan de Estudios de la Maestría en Gestión de Marcas en Entornos Físicos y Digitales; en cumplimiento a los propósitos de la política educativa de la Universidad de Colima y el requerimiento de formar personas posgraduadas con las competencias necesarias para navegar las complejidades de los entornos físicos y digitales cambiantes para la gestión de marcas.

SEXTO.- Que el taxativo 3 del Reglamento de Escuelas y Facultades, establece que se consideran Facultades "los planteles que imparten cursos superiores a la Licenciatura y se otorgan grados académicos de Especialización, Maestría y Doctorado."

En razón de lo expuesto, procede expedir el siguiente:

ACUERDO

ÚNICO.- Se eleva a rango de Facultad a la Escuela de Mercadotecnia, por lo que en lo sucesivo se llamará Facultad de Mercadotecnia.

TRANSITORIO

ÚNICO.- El presente acuerdo entrará en vigor a partir del día siguiente de su publicación en la Gaceta Rectoría, Órgano del Gobierno de la Universidad de Colima.

Dado en la Ciudad de Colima, capital del Estado del mismo nombre, a los seis del mes de diciembre del año dos mil veintitrés.



ATENTAMENTE

ESTUDIA - LUCHA - TRABAJA

UNIVERSIDAD
DE COLIMA
CONSEJO
UNIVERSITARIO

CRISTIAN JORGE TORRES ORTIZ ZERMENO
PRESIDENTE DEL H. CONSEJO UNIVERSITARIO