



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

EJECUCIÓN No. IV/11/2008/1840/I

**Mtro. Javier Orozco Alvarado**  
Rector del Centro Universitario de la Costa  
Universidad de Guadalajara  
Presente

En cumplimiento a lo establecido por el artículo 35, último párrafo; y 42, fracción I, de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, adjunto al presente nos permitimos remitir a sus finas atenciones, para su ejecución, el dictamen emitido por las Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y de Hacienda del H. Consejo General Universitario, aprobado el 25 de Noviembre de 2008, mismo que será puesto a consideración del H. Consejo General Universitario en su próxima sesión:

Dictamen Núm. I/2008/259: **PRIMERO**. Se aprueba la apertura del Plan de Estudios de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia de la Red Universitaria, con sede en el Centro Universitario de la Costa a partir del ciclo escolar 2008 B.

Lo anterior, para los efectos legales a que haya lugar.

Atentamente  
"PIENSA Y TRABAJA"  
Guadalajara, Jal.; 27 de Noviembre de 2008

**Dr. Marco Antonio Cortés Guardado**  
Rector General Sustituto

**Lic. José Alfredo Peña Ramos**  
Secretario General

c.c.p. Dr. Miguel Ángel Navaro Navarro, Vicerector Ejecutivo  
c.c.p. Mtro. Gustavo A. Cárdenas Cullí, Coordinador de Finanzas  
c.c.p. Dr. Héctor Raúl Solís Gadea, Coordinador General Académico  
c.c.p. Mtra. Sonia Breaño Montes de Oca, Coordinadora General de Recursos Humanos  
c.c.p. Lic. Roberto Rivas Montiel, Coordinador de Control Escolar  
c.c.p. Minutario  
JAPR/JA/H/Rosy



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. V/2008/259

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO  
P R E S E N T E

A estas Comisiones Conjuntas de Educación y Hacienda, ha sido turnado por el Rector General, el dictamen CC/CEDyHAD/DICT/6/0708/08, del 22 de Agosto de 2008, en el que el Consejo del Centro Universitario de la Costa propone ser sede del plan de estudios de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia, a partir del ciclo escolar 2008-B, con base en los siguientes:

### Resultados:

1. Que el artículo 2º del Estatuto Orgánico del Centro Universitario de la Costa, establece que éste órgano desconcentrado de la Universidad de Guadalajara, es el encargado de cumplir, en su ámbito de competencia, los fines que en el orden de la cultura y la educación superior corresponden a esta Casa de Estudios, de conformidad con lo establecido en el Artículo 50 de su Ley Orgánica.
2. Que la finalidad principal del Centro Universitario de la Costa, es la formación de los profesionistas, los investigadores y los docentes que requiere la sociedad Jalisciense para promover su desarrollo integral, en particular en aquellas áreas prioritarias para el desarrollo sustentable de la región y del país.
3. Que en los últimos años, los fenómenos relacionados con la globalización y la integración económica, financiera y política de los países, mediante uniones o tratados, se ha convertido en apertura al comercio, el cual ha incrementado los niveles de la competencia. Éstos a su vez, han acrecentado las exigencias de competitividad para las empresas, que se manifiesta específicamente en el campo del marketing.
4. Que en este marco de intensa competitividad, las funciones del marketing se han configurado como una actividad de suma importancia a nivel internacional, pero muy especialmente para de las organizaciones empresariales de nuestro país, y del estado de Jalisco en particular, donde la política del gobierno estatal es apoyar y fortalecer las estructuras organizacionales para el desarrollo económico.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. V/2008/259

5. Que con el objetivo de aprovechar las oportunidades que brindan los mercados nacional e internacional, los dirigentes empresariales deben estar conscientes de la necesidad de contar con profesionistas altamente especializados en mercadotecnia, cuya función primordial es contribuir al desarrollo de proyectos viables en su campo que mejoren las condiciones económicas y laborales de las organizaciones para que logren un sano crecimiento y mejores niveles de proyección.
6. Que la globalización de la economía mexicana y la firma de los tratados de libre comercio con diversos países hace algunos años, ha incrementado la necesidad de que las empresas de México incursionen en el comercio exterior. Asimismo, la penetración creciente de competidores en el mercado mexicano obliga a las organizaciones a ser eficientes y a especializarse en sus principales funciones, y existe el consenso dentro y fuera del país de que el Mercadotecnia es uno de los campos más demandados y mejor retribuidos, por lo que la tendencia internacional es a brindar esta capacitación a los licenciados en varias ramas del conocimiento, quienes la reciben como parte de su formación integral o de manera independiente en maestrías profesionalizantes que ofrecen las principales universidades de México.
7. Que en la actualidad, las empresas que cuentan con un departamento de mercadotecnia o con especialistas en esta área, son exitosas y tienen un crecimiento sostenido, lo que les permite el desarrollo e instrumentación de nuevas estrategias de penetración en otros mercados para expandir su ámbito de influencia comercial. Esta tendencia aumenta cada día más, por lo que las organizaciones necesitarán de personal con el grado de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia, sobre todo pequeñas y medianas empresas, cuya estructura organizacional no incluye un departamento de mercadotecnia, pero que si necesitan aprovechar los servicios que ofrecen los profesionales de este campo de manera independiente o, si les es posible crear un área de la empresa, para el aprovechamiento de este tipo de profesionistas.
8. Que la División de Estudios Sociales y Económicos propuso al Consejo de Centro la apertura de la Maestría, misma que fue aprobada por el pleno mediante dictamen número CC/CEDYHAD/DICT/6/0708/08, de fecha 22 de Agosto de 2008.
9. Que la planta académica con que contará el programa de la Maestría es la siguiente:  
8 (ocho) profesores de tiempo completo, 2 (dos) de los cuales tienen grado de doctor y los 6 (seis) restantes grado de maestría.



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
**H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO**

Exp. 021  
Dictamen Núm. I/2008/259

10. Que el objetivo general del programa académico de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia, es formar maestros altamente capacitados en Dirección de Mercadotecnia, capaces de adelantarse o responder a las necesidades y perspectivas de las organizaciones, que ofrezcan sus servicios a las empresas e instituciones sociales de la región.

Objetivos particulares:

- a) Proporcionar a los participantes los conocimientos y las habilidades que constituyan una base sólida para el diseño y la ejecución de estrategias de Mercadotecnia;
- b) Desarrollar las capacidades de los alumnos en investigación de mercados, conducta del consumidor, requerimientos, productos o servicios y, en general, en el área del Mercadotecnia;
- c) Desarrollar habilidades en los procesos del desarrollo del marketing como base para actuar como emprendedores o empresarios jóvenes en este campo;
- d) Contribuir, desde la perspectiva de los requerimientos del mercado y de los intereses de su colectivo laboral, a la competitividad de la empresa, y
- e) Desarrollar las capacidades de dirección de los procesos y funciones de las diversas áreas del trabajo de marketing en las empresas.

11. El egresado de la Maestría en Mercadotecnia será un profesional de alto nivel, líder en el ámbito de las funciones y los procesos de la mercadotecnia y sus conocimientos le permitirán desempeñarse con responsabilidad social, creatividad y destreza en puestos directivos, especialmente en empresas competitivas y organizaciones que aspiran al reconocimiento y la valoración positiva de la sociedad. Será capaz de buscar nuevas oportunidades en los mercados, ya sea como empleado o como emprendedor. Poseerá un amplio dominio del diseño y la instrumentación de estrategias comerciales y de actividades que garanticen su desarrollo, aplicado con visión integral y eficiencia los medios y recursos.

12. Que la Maestría en Dirección de Mercadotecnia es un programa profesionalizante de modalidad escolarizada.

En virtud de los resultados antes expuestos, estas Comisiones Conjuntas de Educación y Hacienda, encuentran elementos justificativos que acreditan la existencia de las necesidades referidas y



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. I/2008/259

### Considerandos

- I. Que la Universidad de Guadalajara, es una institución de educación superior reconocida oficialmente por el Gobierno de la República, habiendo sido creada en virtud del Decreto número 2721 de H. Congreso del Estado de Jalisco, de fecha 07 de Septiembre de 1925, lo que posibilitó la promulgación de la primera Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, el día 25 del mismo mes y año.
- II. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo descentralizado del Gobierno del Estado, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el ejecutivo local el día 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto No. 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- III. Que como lo señalan las fracciones I, II y IV, del artículo 5º de la Ley Orgánica de la Universidad, en vigor, son fines de esta Casa de Estudios, la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socioeconómico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; y coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- IV. Que es atribución de la Universidad, realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como la de establecer las aportaciones de cooperación y recuperación por los servicios que presta, tal y como se estipula en las fracciones III y XII del artículo 6º de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.
- V. Que conforme lo dispone la fracción VII, del artículo 21º de la Ley Orgánica citada, son obligaciones de los alumnos cooperar mediante sus aportaciones económicas, al mejoramiento de la Universidad, para que ésta pueda cumplir con mayor amplitud su misión.





# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

Exp. 021  
Dictamen Núm. I/2008/259

- VI. Que de acuerdo con el artículo 22 de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- VII. Que es atribución del Consejo General Universitario, conforme lo establece el artículo 31, fracción VI, de la Ley Orgánica y el artículo 39, fracción I, del Estatuto General, crear, suprimir o modificar carreras y programas de posgrado y promover iniciativas y estrategias para poner en marcha nuevas carreras y posgrados.
- VIII. Que como lo establece el artículo 35, fracción X, de la Ley Orgánica y el artículo 95, fracción IV, del Estatuto General, es atribución del Rector General promover todo lo que contribuya al mejoramiento académico, administrativo y patrimonial de la Universidad así como proponer ante el Consejo General Universitario proyectos para la creación, modificación o supresión de planes y programas académicos.
- IX. Que conforme lo previsto en el artículo 27 de la Ley Orgánica el H. Consejo General Universitario, funcionará en pleno o por comisiones.
- X. Que es atribución de la Comisión de Educación, conocer y dictaminar acerca de las propuestas de los Consejeros, el Rector General, o de los Titulares de los Centros, Divisiones y Escuelas, así como proponer las medidas necesarias para el mejoramiento de los sistemas educativos, los criterios de innovaciones pedagógicas, la administración académica y las reformas de las que estén en vigor, conforme lo establece el artículo 85, fracciones I y III, del Estatuto General.
- XI. Que de conformidad al artículo 86, en su fracción IV, del Estatuto General, es atribución de la Comisión de Hacienda, proponer al Consejo General Universitario el proyecto de aranceles y contribuciones de la Universidad de Guadalajara.
- XII. Que de conformidad con el artículo 10 del Estatuto Orgánico del Centro universitario de la Costa son atribuciones y funciones de la Comisión de Educación, dictaminar sobre la pertinencia y viabilidad de las propuestas para la creación, modificación o supresión de carreras y programas de posgrado, a fin de remitirlas en su caso, al Consejo General Universitario.
- XIII. Que de acuerdo a lo estipulado en el Reglamento General de Posgrado en sus artículos 1º, 3º, 7, 8, 10, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27 y 28 le compete a dicho reglamento normar la presentación, aprobación y modificación de los planes de estudio así como sus disposiciones generales.



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
**H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO**

Exp. 021  
Dictamen Núm. I/2008/259

Por lo anteriormente expuesto, y con fundamento en los artículos 1º., 5o., fracciones, I y II; 6o. fracción, III y XII; 21o. fracción VII y último párrafo; 27º; 31o, fracción VI y 35o., fracciones I y X de la Ley Orgánica; 39, fracciones II y IV; 84, fracciones I y II; 85, fracciones I, IV y V, y 86, fracción IV del Estatuto General de la Universidad de Guadalajara, nos permitimos proponer los siguientes:

**RESOLUTIVOS**

PRIMERO. Se aprueba la apertura del Plan de Estudios de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia de la Red Universitaria, con sede en el Centro Universitario de la Costa a partir del ciclo escolar 2008 B.

SEGUNDO. El Centro Universitario de la Costa se ajustará al plan de estudios de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia aprobado para el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, así como a los requisitos de ingreso y selección de aspirantes establecidos mediante dictamen número I/2006/269, del cual se anexa copia, aprobado el 27 de Junio de 2006 por el H. Consejo General Universitario.

TERCERO. Se autoriza la emisión de dictamen de admisión retroactivo para el ciclo escolar 2008-B.

CUARTO. La Maestría en Dirección de Mercadotecnia es un programa profesionalizante de modalidad escolarizada.

QUINTO. El número mínimo de estudiantes para el programa académico de Maestría en Dirección de Mercadotecnia será de 12 alumnos y el cupo máximo de 25. La Junta Académica, con fundamento en los criterios académicos y de calidad, propondrá al Rector del Centro la periodicidad de las promociones.

SEXTO. Los requisitos de ingreso a la Maestría en Dirección de Mercadotecnia, además de los establecidos en la normatividad universitaria vigente son:



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
**H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO**

Exp. 021  
Dictamen Núm. I/2008/259

- a. El título o acta de titulación de Licenciatura;
- b. Acreditar un promedio mínimo de ochenta con certificado original o documento que sea equiparable de los estudios precedentes, según sea el caso;
- c. Presentar y aprobar un examen de lecto-comprensión de al menos un idioma extranjero;
- d. Carta de exposición de motivos para cursar el programa.

SÉPTIMO. Los criterios de selección de alumnos, además de los establecidos en la normatividad universitaria vigente para este programa académico, son:

1. Para valorar la aptitud de los aspirantes se tomarán en equivalencia evaluaciones como GRE, GMAT y EXANI III, y la junta académica decidirá el peso específico de esta evaluación en el ingreso al programa académico.
2. Para valorar la capacidad de lectura comprensión del inglés de los aspirantes se tomarán en equivalencia evaluaciones como: TOEFL, TOEIC e IELTS, y la junta académica decidirá la proporción de esta evaluación en el ingreso al programa académico.

OCTAVO. Los requisitos de permanencia en el programa, son los establecidos en la normatividad universitaria vigente.

NOVENO. La duración del programa de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia es de 4 (cuatro) ciclos escolares los cuales serán contados a partir del momento de su inscripción.

DÉCIMO. Las modalidades para obtener el grado de maestro son:

- a. Memoria de evidencia profesional;
- b. Propuesta de solución a un problema específico en el campo de la profesión, o
- c. Tesis.





**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
**H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO**

Exp. 021  
Dictamen Núm. I/2008/259

DÉCIMO PRIMERO. Los requisitos para obtener el grado de Maestría en Dirección de Mercadotecnia son:

- a) Haber concluido el programa de Maestría correspondiente;
- b) Haber cumplido los requisitos señalados en el respectivo plan de estudios;
- c) Presentar, defender y aprobar la tesis de grado o el trabajo recepcional;
- d) Presentar constancia de no adeudo expedida por la Coordinación de Control Escolar del centro universitario, y
- e) Cubrir los aranceles correspondientes.

DÉCIMO SEGUNDO. Los certificados se expedirán como Maestría en Dirección de Mercadotecnia. El Grado y la Cédula Profesional se expedirán como Maestro (a) en Dirección de Mercadotecnia.

DÉCIMO TERCERO. Para favorecer la movilidad estudiantil y la internacionalización de los planes de estudio, la Junta Académica de acuerdo a la normatividad vigente (RPG artículo 12 fracción XIII), propondrá el número de alumnos para intercambio y los criterios que deben establecerse en el convenio para su envío y recepción.

DÉCIMO CUARTO. El costo del programa académico de Maestría en Dirección de Mercadotecnia por crédito por alumno será de 0.40 salarios mínimos mensuales vigentes en la zona metropolitana de Guadalajara.

DÉCIMO QUINTO. El costo de operación e implementación de este programa educativo, será con cargo al techo presupuestal que tiene autorizado el Centro Universitario de la Costa. Los recursos generados por concepto de las cuotas de inscripción y recuperación, más los que se gestionen con instancias financiadoras externas para éste propósito, serán canalizados a este programa de maestría.



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
**H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO**

Exp. 021  
Dictamen Núm. I/2008/259


DÉCIMO SEXTO. Facúltese al Rector General para que se ejecute el presente dictamen en los términos del último párrafo, artículo 35 de la Ley Orgánica Universitaria.

Atentamente

"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jal. 25 de Noviembre de 2008

Comisiones Permanentes Conjuntas de Educación y de Hacienda

  
Dr. Marco Antonio Cortés Guardado  
Presidente

  
Dr. Roberto Castellán Rueda

  
Dr. Pablo Arredondo Ramírez

  
Mtro. Carlos Ramiro Ruiz Moreno

  
Mtro. Juan Pádlila Muñoz

  
Dr. Raúl Medina Centeno

  
L.C.P. Patricia Elena Retamoza Vega

  
Víctor Torres Castellanos

  
Cesar Barba Delgadillo

  
Lic. José Alfredo Peña Ramos  
Secretario