

CONSEJO SUPERIOR

ACUERDO No. 16 (Junio 16 de 2026)

Por el cual se aprueba la reforma curricular del programa de Maestría en Psicología del Consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz

El Consejo Superior de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA KONRAD LORENZ, en uso de las facultades legales y estatutarias y

CONSIDERANDO

Que, de conformidad con los Estatutos de la Fundación y en particular lo dispuesto en el artículo 28, numeral 13, textualmente se establece como función del Consejo Superior *“Aprobar la creación, modificación, suspensión o supresión de programas académicos”*.

Que mediante Resolución No. 3144 del 01 de marzo de 2021 el Ministerio de Educación Nacional otorgó la Acreditación en Alta Calidad al programa de Maestría en Psicología del Consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz ofrecido bajo la modalidad presencial por un término de seis (6) años, y renovó de oficio el Registro Calificado del programa por el término de siete (7) años.

Que, como resultado de los procesos de autoevaluación, aseguramiento de la calidad y análisis de tendencias del entorno académico y profesional, se identificó la necesidad de actualizar el programa con el propósito de fortalecer su pertinencia y alineación con las transformaciones contemporáneas en el campo del comportamiento del consumidor, así como ampliar su cobertura y dotarlo de mayor flexibilidad curricular, manteniendo el rigor académico y el carácter de profundización propio del nivel de Maestría.

Que, el Consejo Superior de la Fundación, en su sesión del dieciséis (16) de junio de 2026 y por decisión unánime según consta en el Acta No. 04 de 2026, aprobó el proyecto de reforma

curricular del programa de Maestría en Psicología del Consumidor presentado por la Vicerrectoría Académica y de Investigación, y el Consejo Académico.

ACUERDA

ARTÍCULO PRIMERO.- Aprobar la reforma curricular del Programa de Maestría en Psicología del Consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, de conformidad con los términos del estudio presentados a consideración del Consejo Superior, haciendo un cambio en la denominación del programa por Maestría en Psicología del Consumidor e Inteligencia Estratégica, modificando la duración de 4 semestres a 3 semestres, disminuyendo el número de créditos de 52 a 38 y de asignaturas de 18 a 14, ajustando su modalidad a Híbrida presencial-virtual, y solicitando la ampliación de cupos de 53 a 60; por cuanto se ajusta a los criterios de rigor y pertinencia académica pretendidos por la Institución y a los requerimientos del entorno social.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Aprobar el plan de transición y la tabla de homologaciones presentados por la Vicerrectoría Académica y de Investigación y por el Consejo Académico (Anexo).

ARTÍCULO TERCERO.- Aprobar el trámite de modificación curricular del programa de Maestría en Psicología del Consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz ante el Ministerio de Educación Nacional.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá, D.C., a los 16 días del mes de junio de 2026.



LUIS FERNANDO FAJARDO FORERO
Vicepresidente Consejo Superior



LUISA MARÍA CASTELLANOS PINZÓN
Secretaria General