

**ESTUDIO PRELIMINAR PARA EL DISEÑO DE REGISTRO CALIFICADO DE LA
ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS DIRIGIDA A TECNÓLOGOS
DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA**

CHRISTIAN MIGUEL ESTUPIÑAN GALÁN

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA**

2012

**ESTUDIO PRELIMINAR PARA EL DISEÑO DE REGISTRO CALIFICADO DE LA
ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS DIRIGIDA A TECNÓLOGOS
DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA**

CHRISTIAN MIGUEL ESTUPIÑAN GALÁN

Trabajo de Grado para optar el título de Ingeniero Industrial

Director:

OLGA LUCIA GÓMEZ MANOSALVA
Administradora De Empresas

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA

2012

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Marzo 2012

DEDICATORIA

A mis **Padres** que con esfuerzo han podido brindarme la posibilidad de un estudio íntegro y de calidad y a **Dios** que me ha llenado de sabiduría para superar las adversidades que se presentaron en el transcurso de este proceso educativo.

Christian Miguel Estupiñan Galán

AGRADECIMIENTOS

A mis **Padres** que con el amor más sincero me aconsejaron y guiaron durante este proceso estudiantil y por incluirme dentro de sus sueños de formar hijos competentes ante la sociedad.

A mis **hermanos** que con sus grandes consejos me ayudaron a superar y comprender las situaciones que en su momento representaban gran complejidad.

A la **Profesora** Olga Lucia Gómez Manosalva que con sus conocimientos aportados, su disponibilidad de tiempo, su mejor actitud y sus ganas de colaborar, generó un apoyo importante a la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	18
1.1. DATOS DE LA EMPRESA.....	18
2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
3. ANTECEDENTES.....	24
4. JUSTIFICACIÓN.....	30
4.1. NECESIDADES DEL PAÍS Y LA REGIÓN EN EL MARCO DE UN CONTEXTO GLOBALIZADO	30
4.2. DEMANDA.....	31
4.3. JUSTIFICACIÓN SOCIO-ECONÓMICA	31
5. OBJETIVOS.....	33
5.1. OBJETIVO GENERAL	33
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	33
6. MARCO REFERENCIAL.....	35
6.1. MARCO CONCEPTUAL	35
6.2. MARCO LEGAL	40
6.3. MARCO TEÓRICO	42
6.3.1. La Educación Técnica y Tecnológica.....	45
6.3.2. Áreas de Desempeño del Tecnólogo.....	46
7. DISEÑO METODOLÓGICO.....	47

7.1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	47
7.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	48
7.3. ENTREVISTA A EXPERTOS.....	48
8. PERTINENCIA DEL PROGRAMA EN EL CONTEXTO DE LA REGION, EL PAIS E INSTITUCIONAL	49
8.1. PERTINENCIA NACIONAL.....	49
8.2. PERTINENCIA A NIVEL DEPARTAMENTAL.....	50
8.3. PERTINENCIA A NIVEL MUNICIPAL.....	51
8.4. COHERENCIA CON LA MISIÓN Y EL PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL.....	52
8.5. EL PROYECTO EDUCATIVO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA	56
8.6. JUSTIFICACIÓN SOCIO-ECONÓMICA	58
9. OFERTA ACADÉMICA REGIONAL Y NACIONAL EN PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS.....	60
9.1. CICLO PROFESIONAL.....	61
9.2. ESPECIALIZACIONES	62
9.3. EDUCACIÓN CONTINÚA.....	66
10. DEMANDA	68
10.1. SITUACIÓN ACTUAL DE GRADUADOS EN TECNOLOGÍAS.....	68
10.1.1. Nacional.....	68
10.1.2. Regional.....	69
10.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	72
10.2.1. Definición Del Problema Y Los Objetivos De La Investigación	72
10.2.2. Análisis De Resultados	79
10.2.3. Conclusiones	91

11. ASPECTOS CURRICULARES	95
11.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROGRAMA	95
11.2. DEFINICIÓN DE CURRÍCULO	97
11.3. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN DEL PROGRAMA.....	98
11.4. PERFILES.....	99
11.4.1. Perfil del Aspirante	99
11.4.2. Perfil del Egresado.....	99
11.4.3. Perfil Ocupacional.....	99
11.4.4. Competencias	100
11.5. CARACTERÍSTICAS DEL CURRÍCULO	102
11.5.1. Enfoque Humanista	102
11.5.2. Enfoque Investigativo.....	102
11.5.3. Integralidad	103
11.5.4. Interdisciplinariedad	103
11.5.5. Flexibilidad.....	104
11.6. LINEAMIENTOS PEDAGÓGICOS Y DIDÁCTICOS	105
11.6.1. Modelo Pedagógico Integrado	105
11.6.2. Estrategias Pedagógicas.....	109
11.7. PLAN DE ESTUDIOS	112
11.8. CRÉDITOS ACADÉMICOS	115
11.9. CONTENIDO GENERAL DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS	115
12. ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS	135
12.1. ACCIONES EDUCATIVAS PROPIAS DE LA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEREO Y VENTAS.	135
12.1.1. Clase Teórica.....	135
12.1.2. Laboratorios	135
12.1.3. Talleres	136
12.1.4. Clubes de Revistas	136
12.1.5. Seminario de Investigación	136

13. MEDIOS EDUCATIVOS.....	138
13.1. BIBLIOTECA.....	138
13.2. BASES DE DATOS BIBLIOGRÁFICAS.....	138
13.3. CONVENIOS DE COOPERACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	143
13.4. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN.....	145
13.5. EQUIPOS AUDIOVISUALES.....	148
13.6. LABORATORIOS DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL....	149
14. INFRAESTRUCTURA FÍSICA ACTUAL.....	150
15. INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	154
15.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA UPB Bucaramanga.....	154
15.2. DIVISIONES.....	156
15.3. ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN MERCADERO Y VENTAS.....	160
15.4. SISTEMAS DE INFORMACIÓN ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS	162
16. DENOMINACIÓN ACADÉMICA DEL PROGRAMA.....	165
17. CONCLUSIONES.....	167
18. RECOMENDACIONES.....	169
BIBLIOGRAFÍA.....	170
ANEXO.....	174

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Nivel de formación Vs. IBC	22
Tabla 2. Investigaciones “programas de especialización para tecnólogos en Bucaramanga y su área metropolitana”	25
Tabla 3. Leyes que rigen la educación superior en Colombia.	41
Tabla 4. Instituciones que ofrecen Ciclo Propedéutico en Mercadeo y Ventas a Nivel nacional.....	61
Tabla 5. Instituciones que ofrecen Ciclo Propedéutico en Mercadeo y Ventas en la Región.....	62
Tabla 6. Instituciones que ofrecen Especialización a Nivel Nacional y Regional activas.....	63
Tabla 7. Instituciones Regionales que ofrecen Educación Continua.	66
Tabla 8. Graduados de formación tecnológica en Santander por institución 2001-2010.....	70
Tabla 9. Personal Tecnólogo de compañías preseleccionadas de acuerdo al volumen de sus ventas en cada sector.	75
Tabla 10. Ficha Técnica Investigación de Mercados	78
Tabla 11. Plan de Estudios de la Especialización en Mercadeo y Ventas.	113
Tabla 12. Plan de Estudios Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas. Comportamiento Organizacional.....	116
Tabla 13. Relación Equipos de Cómputo Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga, 2011.	145
Tabla 14. Equipos audiovisuales disponibles en la Universidad Pontificia Bolivariana.	148
Tabla 15. Software de la Facultad de Ingeniería Industrial	149
Tabla 16. Distribución de áreas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.....	152

Tabla 17. Distribución de Laboratorios, Facultad de Ingeniería Industrial153

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Número de graduados de instituciones de educación superior en Bucaramanga durante el año 2009 por nivel de formación.....	23
Figura 2. Alternativas para continuar con formación académica de los Tecnólogos en Colombia.	60
Figura 3. Graduados de educación superior en Colombia por nivel de formación, periodo 2001-2010.....	68
Figura 4. Graduados de educación superior en Santander por nivel de formación, periodo 2001-2010.....	69
Figura 5. Conocimiento por parte de los tecnólogos de poder realizar especializaciones sin necesidad de terminar el ciclo profesional.....	79
Figura 6. Interés en realizar una especialización dirigida a tecnólogos.	79
Figura 7. Motivos que impiden realizar la especialización dirigida a tecnólogos. ...	80
Figura 8. Interés en realizar una especialización si una institución de buen nombre la ofrece.	80
Figura 9. Preferencia de estudio.....	81
Figura 10. Forma de pago de la especialización.....	81
Figura 11. Porcentaje de salario a invertir en la especialización.....	82
Figura 12. Preferencia de modalidad de estudio.....	83
Figura 13. Horarios de preferencia al momento de estudiar la especialización	83
Figura 14. Aspectos que ayudaría a ascender en la organización	84
Figura 15. Beneficios obtenidos al momento de terminar la especialización	84
Figura 16. Temática a profundizar	85
Figura 17. Consideraciones a tener en cuenta al momento de escoger la institución donde se va a realizar la especialización.....	85
Figura 18. Interés en realizar una especialización en la UPB.....	86
Figura 19. Recomendaciones a la UPB	86

Figura 20. Preferencia de estudio Vs Horarios de preferencia al momento de estudiar la especialización.	87
Figura 21. Preferencia de estudio Vs Beneficios obtenidos al momento de terminar la especialización.....	88
Figura 22. Preferencia de estudio Vs Temática a profundizar	88
Figura 23. Preferencia de estudio Vs Consideraciones a tener en cuenta al momento de escoger la institución donde se va a realizar la especialización	89
Figura 24. Preferencia de estudio Vs Interés en realizar una especialización en la UPB.....	90
Figura 25. Preferencia de estudio Vs Recomendaciones a la UPB	90

RESUMEN

En esta investigación se presentan los resultados de una aproximación al diseño del registro calificado de la especialización en Mercadeo y Ventas dirigida a tecnólogos, utilizando como diseño metodológico la revisión bibliográfica en la cual se investigó y analizó fuentes relacionadas con el estudio, entre las cuales está el ministerio de Educación Nacional a través del decreto 1295 del 20 abril de 2010, el cual reglamenta el registro calificado y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior, de igual manera se realizó una investigación de mercados cuyo alcance geográfico es Bucaramanga y su área metropolitana, con el fin de establecer la aceptación y demanda de la especialización, igualmente se utilizó la entrevista a expertos con la intención de guiar al autor del estudio, en el desarrollo de los aspectos curriculares; lo anterior facilitando el cumplimiento de los objetivos propuestos en el mismo.

En el estudio se pudo determinar las condiciones de calidad tales como: Denominación del programa, Justificación, aspectos curriculares, los medios educativos, infraestructura física y administrativa a utilizar en el programa posgrado. Igualmente se concluyó la factibilidad de mercado del programa.

PALABRAS CLAVES: Tecnólogos, Especialización, Currículo, Registro Calificado, Educación Superior.

ABSTRACT

In this research presents the results of a registry approach to design characterized as specialization in MARKETING AND SALES aimed at technologists, using literature review study design in which we investigated and analyzed the study related sources, including is the Ministry of Education through Decree 1295 of 20 April 2010, which governs the registration and supply qualified and curriculum development in higher education, just as there was a market research Bucaramanga whose geographical scope and metropolitan area, in order to establish the acceptance and demand for specialization, also was used to interview experts with the intention of guiding the author of the study, development of curricular aspects, the above facilitating compliance with the objectives proposed therein.

The study could determine the quality conditions such as: name of program justification, curricular, educational media, physical and administrative infrastructure to be used in the graduate program. It was also concluded the market feasibility of the program.

KEYWORDS: Technologist, Specialist, Curriculum, Qualified Registry, Higher Education.

INTRODUCCIÓN

“Mercadeo se puede resumir en una palabra: *Diferenciación*” Philip Kotler. Es evidente que en el mundo ya no existen fronteras, los tratados entre países se han encargado de llevar el dominio de sus compañías a lugares anteriormente impensados, trasladando productos novedosos y generando nuevas necesidades en la mente de los consumidores; a raíz de esto se hace necesario la implementación de nuevas estrategias que aseguren la permanencia en el mercado de las empresas locales. Por esta razón el mercadeo comienza a tomar un papel protagónico dentro de las empresas, que amenazadas por la llegada de capitales extranjeros, ven amenazado el mercado en el cual operan y buscan diferenciar sus productos para lograr las ventas esperadas que garanticen su supervivencia.

Santander es un departamento donde el 47% de las empresas inscritas en la Cámara de Comercio¹ tienen como actividad económica la comercialización de productos, esto genera una necesidad de personal especializado en atraer nuevos clientes a las compañías y abrir nuevos mercados de comercialización. Debido al crecimiento constante de la demanda de tecnólogos en el departamento, el peso de suplir los vacíos generados por el crecimiento cae sobre ellos. Por esta razón, la oferta de programas de formación tecnológica de las instituciones de educación superior tiene que realizarse acorde a los requerimientos específicos del sector.

Por medio de este proyecto se buscó diseñar un acercamiento al registro calificado de la especialización dirigida a tecnólogos en Mercadeo y Ventas de Bucaramanga y su área metropolitana, de igual manera se realizó una

¹ Cámara de Comercio de Bucaramanga - Número de Empresas. Los datos no incluyen información de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja. Empresas matriculadas y renovadas desde 01/01/2010 hasta 30/11/2011.

investigación de mercados que permita definir la demanda y aspectos a tener en cuenta al momento de definir los atributos de la misma, como lo es horarios, temáticas, aceptación por parte de los tecnólogos, etc.

Desde los capítulos 2 hasta el 6 se establece el porqué del proyecto, los antecedentes, la justificación, el número de programas relacionado con Mercadeo y Ventas, tanto a nivel nacional como local, los términos, las leyes que soportan los programas de Especialización dirigido a Tecnólogos y la metodología utilizada al momento de realizar el estudio de mercados.

Del capítulo 7 en adelante, se establecen los contenidos evaluados al momento de realizar el estudio bibliográfico, los cuales permiten al autor del proyecto generar mayores conocimientos sobre el tema y así culminar de manera satisfactoria los contenidos del mismo, de igual manera se encontrará todo lo relacionado con el diseño del registro calificado tales como denominación académica del programa, justificación del programa, aspectos curriculares y medios educativos.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1. DATOS DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa: UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA (Seccional Bucaramanga) Facultad de Ingeniería Industrial.

Actividad económica: Formación en educación superior.

Teléfono: 6796220 ext. 598

Dirección: Autopista a Piedecuesta Km. 7

Reseña Histórica:

A mediados de 1988 un grupo de profesionales con experiencia en docencia y administración universitaria, liderados por Monseñor Héctor Rueda Hernández en la fecha Arzobispo de Bucaramanga, resuelven revivir una vieja aspiración Arquidiocesana de crear una Universidad Católica, una universidad que diera primacía a la formación humanística y al compromiso de servir a la comunidad con fidelidad a las exigencias de la Iglesia y de la Patria, como respuesta a la crisis de valores que desde entonces, al igual que hoy, padece nuestro país.

Se formuló como objetivo general del proyecto:

“Fundación de una Universidad de la Iglesia, con filosofía cristiana, que esté al servicio del hombre y de la sociedad, mediante una formación integral que, a

través de la docencia, la investigación y el servicio a la comunidad, genere los profesionales que realicen el cambio hacia una nueva sociedad”.

Posteriormente se consideró conveniente buscar una alianza que fortaleciera el proyecto y a la vez beneficiara su viabilidad; surgió allí la idea de crear una Seccional de la Universidad Pontificia Bolivariana, en reconocimiento a su prestigio y comprobada solidez académica, pero en especial a su orientación doctrinal en armonía con el ideal de Universidad deseada para la región.

El proyecto recibió generosa y pronta acogida por el Excmo. Sr. Cardenal Alfonso López Trujillo, Arzobispo de Medellín y Gran Canciller de la Universidad y de Monseñor Darío Múnera Vélez, Rector de la U.P.B. Es así como a los once (11) días del mes de octubre de 1988 se firma en la 3 ciudad de Bucaramanga el Acta de Intención de creación de la Seccional. El Consejo Directivo de la U.P.B. en Acto Resolutorio CD-01 de Enero 27 de 1989 aprueba la apertura de la Seccional de la Universidad en Bucaramanga.

Por Acuerdo No. 083 de Julio de 1990, el ICFES autorizó el funcionamiento de la Seccional. El 1 de Abril de 1991 se iniciaron las labores académicas; bajo la Rectoría de Monseñor Jesús Quirós Crispín.

A partir de la concreción de este sueño y desde entonces la Seccional ha acogido como propios la Misión y los Principios Fundamentales que rigen a toda la Universidad, este ha sido y seguirá siendo su norte.

2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Evaluando el nivel de exigencia manejado en el mercado laboral en el que nos encontramos, surge la necesidad de que los egresados de carreras tecnológicas sigan capacitándose, aumentando su nivel competitivo aportando así trabajos diferenciadores en las empresas próximas a laborar.

Gracias a estas necesidades de los egresados, surge el interés de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga de brindarles estudios superiores que les permitan profundizar en un aspecto específico después de obtener el diploma como tecnólogos.

En Colombia predominaba el concepto de la Educación Técnica profesional y Tecnológica como programas cerrados y concluyentes; es por eso que estos niveles de formación, los cuales hacen parte de la Educación Superior, no estaban articulados entre sí.

Pero con la entrada en vigencia de la Ley 749 de 2002 esta realidad empezó a cambiar. Dicha ley introduce en el sistema educativo la formación por ciclos con carácter propedéutico, específicamente en las áreas de ingenierías, la tecnología de la información y la administración.

Al implementar la educación por ciclos propedéuticos se abren nuevos caminos a los estudiantes que desean continuar sus estudios de educación superior. Un ciclo propedéutico se define como “una fase de la educación que le permite al

estudiante desarrollarse en su formación profesional siguiendo sus intereses y capacidades".²

El estudiante puede iniciar sus estudios de pregrado con un programa técnico profesional (2 ó 3 años) y transitar hacia la formación tecnológica (3 años), para luego alcanzar el nivel de profesional universitario (5 años).

De acuerdo con la Ley 749 de 2002, el primer ciclo abarca la formación técnica profesional que comprende tareas relacionadas con actividades técnicas que pueden realizarse autónomamente.

El segundo ciclo tiene que ver con la formación tecnológica, la cual desarrolla "responsabilidades de concepción, dirección y gestión". Por último, el tercer ciclo es el profesional, el cual "permite el ejercicio autónomo de actividades profesionales de alto nivel, e implica el dominio de conocimientos científicos y técnicos".³

En relación con el Ingreso Base de Cotización (IBC), se aprecia que los ingresos de las personas recién graduadas de educación superior mantienen una relación positiva con el nivel de formación.

Estudios realizados por el Observatorio Laboral para la Educación, reflejan que en Bucaramanga los salarios respecto al nivel de formación se encuentran promediados de la siguiente manera.⁴ (Ver tabla 1)

² MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Formación por ciclos propedéuticos. [en línea]. <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196476.html> [citado el 15 de febrero de 2012]

³ MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Formación por ciclos propedéuticos. [en línea]. <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196476.html> [citado el 15 de febrero de 2012]

⁴ SITUACION LABORAL ESTUDIANTES Y GRADUADOS – IBC POR NIVEL DE FORMACIÓN [en línea] http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/browser/showView.jsp?viewDesktop=true&source=Situacion+Laboral%2FEstudiantes+y+Graduados+--+IBC+por+Nivel+de+Formaci%F3n%23_public [citado el 15 de febrero de 2012]

Tabla 1. Nivel de formación Vs. IBC

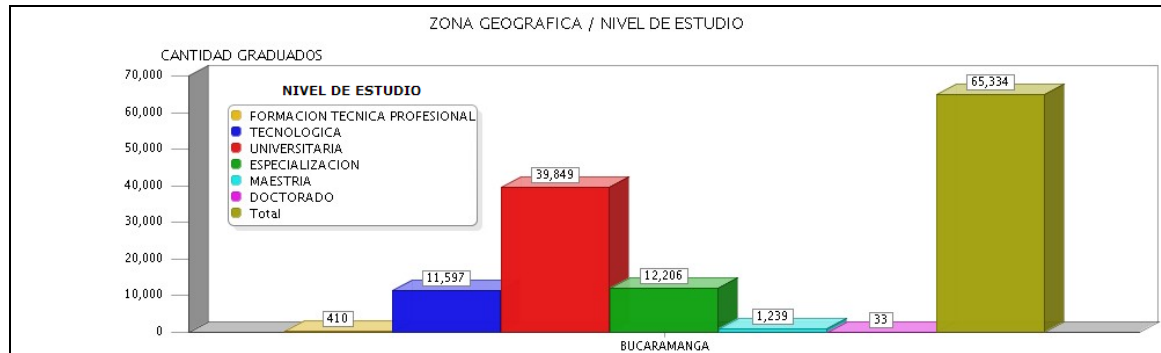
		IBC	
NIVEL DE ESTUDIO	NIVEL DE ESTUDIO	NIVEL DE ESTUDIO	
	PREGRADO	Pregrado	
		Formación Técnica Profesional	\$ 950.095,00
		Tecnológica	\$ 1.090.671,00
		Universitaria	\$ 1.511.939,00
		Posgrado	
	POSGRADO	Especialización	\$ 2.635.651,00
		Maestría	\$ 3.241.099,00
		Doctorado	\$ 4.852.849,00

Fuente: http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/browser/showView.jsp?viewDesktop=true&source=Situacion+Laboral%2FEstudiantes+y+Graduados+IBC+por+Nivel+de+Formaci%F3n%23_public

Asimismo se puede observar que la mayor concentración de población estudiantil se encuentra cursando programas de educación universitaria, abarcando el 60.9%. Siguiendo el orden en la escala de mayor a menor aparece el renglón de especializaciones con un 19.7%; después asoma la formación tecnológica con un 17.8%, las maestrías con un 1.9%, la formación técnico-profesional con un 0.6%,

y finalmente los doctorados con una participación del 0.1% sobre el número total de estudiantes de educación superior. (Ver figura 1)

Figura 1. Número de graduados de instituciones de educación superior en Bucaramanga durante el año 2009 por nivel de formación.



Fuente:

http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/viewdesktop.jsp?cmd=open&source=Perfil+Graduados%2FGraduados+por+Nivel+de+Formaci%F3n%23_public

Conforme a lo presentado anteriormente, y teniendo en cuenta la creciente demanda de graduados de educación superior en formación técnico-profesional y tecnológica en Bucaramanga (ver figura 1), se quiere realizar un estudio preliminar para el diseño del registro calificado de la especialización en Mercadeo y Ventas dirigida a tecnólogos de Bucaramanga y su área Metropolitana.

3. ANTECEDENTES

Santander acaba de lograr otro primer puesto a nivel nacional en materia de educación; luego de que el año pasado la región obtuvo el mejor puntaje tanto en los exámenes del ICFES como ECAES y el premio Compartir al mejor maestro, ahora el Departamento alcanzó la mejor tasa de cobertura en educación superior del país.

Esto quiere decir que Santander goza de tener la mayor cantidad de estudiantes matriculados cursando estudios superiores en proporción a su población, "Es un aumento muy importante ya que está por encima del promedio nacional y de departamentos como Antioquia o Valle", aseguró Tatiana Olarte Barrera, vice ministra (e) de Educación Superior del Ministerio de Educación. En efecto, la media de cobertura que se registró en Colombia para 2006 fue de 29,1% Tecnologías, las protagonistas; buena parte del aumento de la cobertura está relacionado con la amplia oferta de programas técnicos y tecnológicos. "La educación universitaria registra un crecimiento normal, pero es muy significativo lo que vemos en las tecnologías porque esa es la dirección que debe seguir la educación superior en el país", sostuvo Olarte Barrera.⁵

Actualmente los estudiantes y profesionales tecnólogos tienen poco conocimiento sobre los posgrados dirigidos a ellos, por tal motivo los estudiante acompañados de los directivos de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, han realizado tres investigaciones sobre el tema, una a modo de trabajo de investigación realizada por estudiantes se séptimo semestre y las otras dos restantes como proyectos de grado. (**Ver tabla 02**)

⁵MINISTERIO DE EDUCACIÓN[en línea] <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/printer-115907.html> [citado el 15 de febrero de 2012]

Tabla 2. Investigaciones “programas de especialización para tecnólogos en Bucaramanga y su área metropolitana”

	TITULO	TIEMPO DE REALIZACIÓN	TUTORES O GUÍAS	RESPONSABLES
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	Descripción de la demanda de programas de posgrados dirigidos a tecnólogos de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana	Hace 2 años (primer semestre 2010)	Olga Lucia Gómez	Estudiantes Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga
PROYECTO DE GRADO	Estudio de oferta y demanda para programa de formación avanzado dirigida a tecnólogos en Bucaramanga y su área metropolitana	Hace 1 año y 6 meses (2010)	Olga Lucia Gómez	
PROYECTO DE GRADO	Estudio de oferta y demanda para de formación técnica profesional y tecnológica en Bucaramanga y su área de influencia.	Hace 4 año) (2008)	Elsa Beatriz Gutiérrez	

Fuente: El Autor

A continuación se mencionaran cada uno de los estudios realizados y en qué consistió.

Descripción de la demanda de programas de posgrados dirigidos a tecnólogos de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana⁶.

Siendo la educación impartida desde la infancia, es un proceso continuo que día a día se debe ir desarrollando para mejorar los conocimientos y virtudes que cada quien tiene y que serán necesarios al momento de tomar decisiones en el diario vivir y en el campo laboral, ya que la educación está presente en todas nuestras acciones. En la actualidad las personas quieren tener una mejor calidad de vida, es por eso que se preocupan más por estudiar, aumentar sus conocimientos que les sirvan para ser más competitivos y estar preparados para responder mejor en el campo laboral tan exigente en el que se vive actualmente.

Teniendo en cuenta que las empresas están en una constante búsqueda de un crecimiento económico y competitivo en el mercado, actualmente las empresas están contratando a personas altamente calificadas que respondan a sus necesidades. Es por esto que los avances en el sistema educativo son de gran importancia para lograr un éxito económico social.

Debido a la percepción que tienen las personas de la educación técnica y tecnológica, la mayoría de la población estudiantil en el país estudia carreras profesionales. Las empresas tienen más oferta de empleos aptos para profesionales que para técnicos y tecnológicos, reduciéndoles así las oportunidades de desempeñarse y mejorar su calidad de vida, pese a esto cada año la cantidad de estudiantes que decide iniciar cursos técnicos o tecnológicos es cada vez más alto, por tal motivo, se deben buscar soluciones para que dichos estudiantes al graduarse puedan tener oportunidades de empleo, demostrándole a las empresas que tienen el perfil exigido para desempeñarse en las labores asignadas.

⁶ BAQUERO, Rafael. LIZARAZO, Andrey, MANCILLA, Mayer, MARTINEZ, Daniela. ORTIZ, Javier, RODRIGUEZ, Andrea. Descripción de la demanda de programas de posgrados dirigidos a tecnólogos de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, [citado el 28 de marzo de 2011]

A raíz de todos esos factores que evitan que los técnicos y tecnológicos puedan desarrollarse como grandes trabajadores y desempeñarse adecuadamente en un mercado laboral, se hace una investigación de mercados para mirar la posibilidad de abrir estudios de posgrados dirigidos a tecnólogos de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, arrojando resultados viables para abrir dichos estudios en la universidad pontificia bolivariana, de la muestra escogida para el estudio, el 96% de los encuestados está interesado en realizar estudios de posgrados al finalizar su preparación técnica o tecnológica, con el fin de generar una mejor preparación y así ampliar su campo laboral; pero cuenta con ciertas limitaciones, de tipo económico que los obligan a posponer e incluso a cancelar estas aspiraciones, por esto se debe estudiar la posibilidad de ofrecerles planes de estudios a los interesados que les faciliten el pago de las matriculas motivándolos a seguir con sus aspiraciones y puedan mejorar su calidad de vida.

Estudio de oferta y demanda para programas de formación avanzada dirigida a tecnólogos en Bucaramanga y su área metropolitana⁷

En esta investigación los estudiantes buscaron demostrarle a la Universidad Pontificia Bolivariana que si es viable abrir especializaciones para tecnólogos.

Evaluaron la oferta y la demanda actual de programas de formación avanzada a nivel tecnología en Bucaramanga y su área metropolitana, para determinar e identificar las necesidades que no han sido satisfechas por el mercado laboral y por consiguiente establecer propuestas dirigidas a lograr una mejor articulación entre el sector educativo y productivo.

Asumieron que el 85% de los estudiantes a nivel nacional escogen como primera opción programas profesionales y en segunda instancia programas tecnológicos,

⁷ SALOM MENDOZA, Franz michel, MANTILLA SANTAMARIA, elvert Aleixon. Estudio de oferta y demanda para programas de formación avanzada dirigida a tecnólogos en Bucaramanga y su área metropolitana. [citado 28 de marzo de 2011]

los programas tecnológicos de mayor concentración estudiantil están relacionados con las actividades productivas de las organizaciones (Economía, administración, contaduría, ingeniería, arquitectura, urbanismo y afines), por tal motivo la oferta futura de programas de formación tecnológica de las instituciones de educación superior, debe ir dirigida a desarrollar programas académicos que suplan los vacíos que generan la desarticulación existente entre el sector productivo y la educación tecnológica.

Después de terminada la investigación y concluir de abrir la posibilidad de especializar a los tecnólogos sin necesidad de un ciclo profesional les abre la oportunidad de avanzar en los niveles de estructura de las organizaciones, ya que al recibir estos cursos adquirirán nuevos conocimientos, actualizarán los que ya tienen y adquirirán nuevas competencias laborales para ser más competitivos en el mercado.

El 98% de los tecnólogos encuestados están dispuestos a seguir con sus estudios, el 65% quiere seguir al ciclo profesional y el 35% restante quieren una especialización a nivel tecnología, es por eso que es viable la posibilidad de que la Universidad Pontificia Bolivariana abra cursos de especialización para tecnólogos en áreas administrativas y de producción.

Estudio de la oferta y demanda de formación técnica profesional y tecnológica en Bucaramanga y su área de influencia⁸

Según el ministerio de educación el país requiere más técnicos y tecnólogos. Mientras en los países desarrollados presentan una base amplia conformada por técnicos profesionales y tecnólogos, en Colombia la formación universitaria presenta un 76%, por lo tanto es necesario evaluar esta diferencia de tendencias

⁸ GUTIERREZ, Yuly. MORENO, Mayra. Estudio de la oferta y demanda de formación técnica profesional y tecnológica en Bucaramanga y su área de influencia. [citado el 28 de marzo de 2011]

en cuanto a la educación, buscando soluciones para incentivar a las personas hacer carreras técnicas y tecnológicas, en busca de estas soluciones es necesario evaluar la oferta y la demanda en Bucaramanga y su área metropolitana, con lo cual se puede identificar necesidades que han sido satisfechas por el mercado laboral y por consiguiente establecer propuestas dirigidas a lograr una mejor articulación entre el sector educativo y productivo.

Las estadísticas del observatorio laboral colombiano SENA, muestra que existe sobreoferta de egresados especializados en los mismos programas a nivel técnico y tecnológico y pocos de estos tienen un perfil adecuado para ocupar cargos que realmente requieren las organizaciones, por esta razón muchas oportunidades de trabajo se pierden por la falta de interés de las personas por estudiar programas de formación que son demandados actualmente por las empresas del país. Es así como para el 2007 se reportaron gran cantidad de vacantes para las cuales muy pocos candidatos de formación técnico y tecnológica cumplen con el perfil solicitado, en comparación con los candidatos universitario que sobrepasan las vacantes ofrecidas.

En la actualidad se tiene una concepción de que la formación universitaria es de mejor calidad y ofrece mayor estatus en la sociedad que cualquier otro tipo de formación, es por eso que cada año entran menos personas a seguir con sus estudios a entidades técnicas y tecnológicas. Debido a esto, se hace este estudio para buscar estrategias de articulación entre el sector educativo y productivo, de tal forma que los oferentes de educación técnica profesional y tecnológica, tengan la oportunidad de seguir aumentando sus conocimientos realizando especializaciones que les ayuden a responder de manera pertinente a las demandas del sector empresarial

4. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, no se encuentra ninguna Institución de Educación superior (IES) que cuenten con programas activos de especialización para tecnólogos en Bucaramanga y su Área Metropolitana, por lo que de la mano de la coordinación de posgrados de la facultad de Ingeniería Industrial de la Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, se ha pensado en la implementación de programas de especialización para tecnólogos, con el fin de ofrecerles a los tecnólogos una mejor calidad de vida profesional complementado sus estudios y además ayudándoles a profundizar o especializarse en áreas que quizás por el corto tiempo de duración de la carrera no alcanzan a explorar.

Por otra parte, Santander, es uno de los departamentos con mayores niveles de cobertura en educación superior, con indicadores del 29 por ciento frente al 24 por ciento reportado a nivel nacional.⁹

4.1. NECESIDADES DEL PAÍS Y LA REGIÓN EN EL MARCO DE UN CONTEXTO GLOBALIZADO

Actualmente las empresas pensando en mantenerse en el mercado que cada vez es más competitivo y global, tienen más condiciones y exigencias en el perfil adecuado de la persona la cual aspira algún puesto dentro de las organizaciones, asegurándose de que estos tengan un gran desempeño y aporten al desarrollo y crecimiento de la empresa.

⁹MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Santander En Líder En Cobertura De Educación Superior. [en línea].<<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-117016.html>> [citado el 10 de marzo de 2011]

Las empresas nacionales y regionales necesitan personal altamente capacitado, debido a esto, cada vez las ofertas de empleo van más enfocadas a profesionales, ya que se tiene el pensamiento de que estos son los más preparados y tienen la mayor capacidad y mejores habilidades para cumplir con tareas asignadas, por esto la preocupación y el interés de motivar a los estudiantes técnicos y tecnológicos a que se especialicen en su área y puedan adquirir más conocimiento que les ayude a un gran desempeño laboral, cumpliendo con los perfiles exigidos por las empresas al momento de ofrecer empleos, mejorando su calidad de vida y eliminando ese mal concepto de inferioridad que tienen actualmente en nuestro país de las carreras técnicas y tecnológica.

4.2. DEMANDA

Tomando como referencia la información brindada por el Ministerio de Educación mostrada en la **Figura 01**, para el 2009 se graduaron en carreras técnicas 410 estudiantes y en carreras tecnológicas 11597 estudiantes, es importante evaluar la posibilidad de abrir en la Universidad Pontificia Bolivariana programas de especialización para dichos estudiantes, aprovechando el gran interés que tienen estos de seguir ampliando sus conocimientos para llegar con una preparación adecuada a las empresas, demostrando que son capaces de tener un gran desempeño laboral.

4.3. JUSTIFICACIÓN SOCIO-ECONÓMICA

Debido al concepto que se tiene actualmente en el país de las carreras técnicas y tecnológicas, que son inferiores y de poca calidad comparadas con las carreras profesional, los graduados como técnicos o tecnólogos son tratados como obreros y con sueldos muy bajos, teniendo en cuenta que muchos trabajan más que un

graduado como profesional, ganando estos casi el doble, por esto se está evaluando la posibilidad de abrir posgrados dirigidos a técnicos y tecnólogos para que sigan aumentando sus conocimientos, especializándose en sus áreas de estudio, adquiriendo habilidades que les permitan contribuir con el desarrollo de la empresa en la que laboran, aumentando sus ingresos y mejorando su calidad de vida.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Aproximación al diseño de registro calificado para una especialización en el área de ciencias económicas administrativas y contable dirigida a tecnólogos de Bucaramanga y su área metropolitana: Especialización en Mercadeo y Ventas.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar las condiciones de calidad: denominación y justificación desde los siguientes puntos de vista; pertinencia del programa en el contexto de la región y el país, demanda, oferta académica regional y nacional en programas de especialización en Mercadeo y Ventas, estado actual de la formación en Mercadeo y Ventas, coherencia con la misión y el proyecto educativo institucional, con el fin de sustentar los contenidos curriculares, los perfiles y los métodos del programa a ofrecer.

Diseñar los contenidos curriculares básicos del programa definiendo; la fundamentación teórica del programa, definición de currículo, propósito de formación del programa, perfil del aspirante, perfil del egresado, competencias, perfil ocupacional, características del currículo, lineamientos pedagógicos y didácticos, plan de estudios, créditos académicos y contenido general de las actividades académicas.

Determinar los medios educativos, infraestructura física y administrativas a utilizar en el programa de posgrados.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1. MARCO CONCEPTUAL

Estudiante

Persona natural que posee matrícula vigente para un programa académico y que siendo centro destinatario del proceso educativo, recibe la formación a través del acceso a la cultura, al conocimiento científico y técnico, a la apropiación de valores éticos, estéticos, ciudadanos y religiosos, que le facilitan la realización de una actividad útil para el desarrollo socioeconómico del país.¹⁰

Egresado

Persona natural que ha cursado y aprobado satisfactoriamente la totalidad del plan de estudios reglamentado para un programa o carrera, pero que aún no ha recibido el título académico.¹¹

Sistema Educativo Colombiano

En Colombia la educación se define como un proceso de formación permanente, personal cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.

Se trata de un derecho de la persona, de un servicio público que tiene una función social y que corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia respecto del servicio educativo con el fin de velar por su calidad, por el

¹⁰MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.9. http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

¹¹MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.9. http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos. También se establece que se debe garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo.

El sistema educativo colombiano lo conforman: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior.¹²

Programa Académico

Conjunto de asignaturas, materias u ofrecimientos educativos, organizado por disciplinas, de tal forma que da derecho a quien lo completa satisfactoriamente a recibir de la institución que lo ofrece un reconocimiento académico, producto del estudio formal y según el nivel de formación.¹³

Ciclos Propedéuticos

Organización de la formación superior en ciclos secuenciales y complementarios, cada uno de los cuales brindan una formación integral correspondiente a ese ciclo y conduce a un título que habilita tanto para el desempeño profesional correspondiente a la formación obtenida, como para continuar el ciclo siguiente.

El primer ciclo que corresponde a la formación técnica profesional, está orientado a generar competencias y desarrollo intelectual como el de aptitudes, habilidades y destrezas al impartir conocimientos técnicos necesarios para el desempeño laboral en una actividad, en áreas específicas de los sectores productivo y de servicios.

¹²MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Qué es la Educación Superior [en línea]. <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196477.html> [citado el 3 de Abril de 2011]

¹³OBSERVATORIO LABORAL PARA LA EDUCACIÓN. Glosario. [en línea] <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/propertyvalue-37650.html> [citado el 3 de Abril de 2011]

El segundo ciclo que corresponde a la formación tecnológica, ofrece una formación básica común que se fundamenta y apropia de los conocimientos científicos y la comprensión teórica para el desarrollo de un pensamiento innovador e inteligente, con capacidad de diseñar, construir, ejecutar, controlar, transformar y operar los medios y procesos que han de favorecer la acción del hombre en la solución de problemas que demandan los sectores productivo y de servicios del país.

El tercer ciclo que corresponde a la formación profesional, complementa el segundo ciclo en la respectiva área del conocimiento, de forma coherente, con la fundamentación teórica y la propuesta metodológica de la profesión, y hace explícitos los principios y propósitos que la orientan desde una perspectiva integral, considerando entre otros aspectos, las características y competencias que se espera posea el futuro profesional. Este ciclo implica el dominio de conocimientos científicos y técnicos.¹⁴

Educación superior

Proceso de formación permanente, personal, cultural y social que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media y tiene por objeto el pleno desarrollo de los estudiantes y su formación académica o profesional.

A la educación superior corresponde, primordialmente, el cultivo de la ciencia, la investigación y el desarrollo tecnológico, con un enfoque pedagógico y curricular que capacite al estudiante como persona y ciudadano, a la vez que ofrece a la

¹⁴MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.5. http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

sociedad y al país la formación del talento humano que requiere su progreso en todos los campos del conocimiento.¹⁵

Instituciones Tecnológicas

Se caracterizan por su vocación e identidad manifiestas en los campos de los conocimientos y profesiones de carácter tecnológico, con fundamentación científica e investigativa.

Estas instituciones podrán ofrecer y desarrollar programas de formación hasta el nivel profesional sólo por ciclos propedéuticos y en las áreas de las ingenierías, tecnología de la información y administración, siempre que se deriven de los programas de formación tecnológica que ofrezcan, y previo cumplimiento de los requisitos señalados en la ley. También podrán ofrecer y desarrollar programas de especialización en su respectivo campo de acción.¹⁶

Instituciones Universitarias

Instituciones de educación superior facultadas legalmente para ofrecer programas de formación en ocupaciones, programas de formación académica en profesiones o disciplinas y programas de especialización en sus respectivos campos de acción.¹⁷

Universidades

Instituciones de educación superior que desempeñan con criterio de universalidad las siguientes actividades: la investigación científica o tecnológica; la formación

¹⁵MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.8. http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

¹⁶MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.14. http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

¹⁷MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.14. http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

académica en profesiones o disciplinas; y la producción, desarrollo y transmisión del conocimiento y de la cultura universal y nacional.¹⁸

Programas de Pregrado

Programas académicos que preparan para el desempeño de ocupaciones, para el ejercicio de una profesión o disciplina determinada, de naturaleza tecnológica o científica o en el área de las humanidades, las artes y la filosofía. También son programas de pregrado aquellos de naturaleza multidisciplinaria como estudios de artes liberales.¹⁹

Programas de Posgrado

Programas académicos de último nivel de la educación formal superior que contribuyen a fortalecer las bases para la generación, transferencia, apropiación y aplicación del conocimiento, así como a mantener vigentes el conocimiento disciplinario y profesional impartido en los programas de pregrado. El nivel de posgrado comprende las especializaciones, las maestrías y los doctorados.²⁰

Especializaciones

Programas de postgrado que tienen como propósito la cualificación del ejercicio profesional y el desarrollo de las competencias que posibiliten el perfeccionamiento en la misma ocupación, profesión, disciplina, o en áreas afines o complementarias.²¹

¹⁸MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.28. http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

¹⁹MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.23. http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

²⁰MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.24. http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

²¹MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.9. http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

Maestrías

Programas de postgrado que buscan ampliar y desarrollar los conocimientos para la solución de problemas disciplinarios, interdisciplinarios o profesionales y dotar al estudiante de los instrumentos básicos que lo habiliten como investigador en un área específica de las ciencias o de las tecnologías o que le permitan profundizar teórica y conceptualmente en un campo de la filosofía, de las humanidades y de las artes. Las maestrías pueden ser de profundización o de investigación.²²

Doctorados

Programas de postgrado que otorgan el título de más alto grado educativo y que tienen como propósito la formación de investigadores con capacidad de realizar y orientar en forma autónoma procesos académicos e investigativos en el área específica de un campo del conocimiento.²³

6.2. MARCO LEGAL

En Colombia las leyes que actualmente rigen la educación superior son las siguientes.

²²MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.17. http://www.mineduccion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]

²³MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] p.8. http://www.mineduccion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]

Tabla 3. Leyes que rigen la educación superior en Colombia.

LEY		ARTÍCULOS	
Ley 115 de Febrero 8 de 1994. ²⁴	Por la cual se expide la ley general de educación.	Artículo 213.	
Ley 30 de diciembre de 1992. ²⁵	Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior	Artículo 10. Artículo 14. Artículo 16. Artículo 17. Artículo 18. Artículo 19. Artículo 53. Artículo 70.	Artículo 71. Artículo 107. Artículo 108. Artículo 109. Artículo 110. Artículo 117. Artículo 119.
Ley 749 de Julio 19 de 2002. ²⁶	Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades de formación técnica, profesional y tecnológica, y se dictan otras disposiciones.	Artículo 1°. Artículo 2°. Artículo 3°. Artículo 4°. Artículo 5°.	Artículo 6 Artículo 7°. Artículo 8°.

²⁴MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Ley 115 de Febrero 8 de 1994 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]

²⁵MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Ley 30 de 1992 [en línea] <http://menweb.mineducacion.gov.co/normas/concordadas/decreto30.htm> [citado el 3 de de Abril de 2011]

²⁶MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Ley 749 de Julio 19 de 2002 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85847_archivo_pdf.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]

LEY		ARTÍCULOS	
			Artículo 9°. Artículo 10. Artículo 11
Decreto 2216 de Agosto 6 de 2003. ²⁷	Por el cual se establecen los requisitos para la redefinición y el cambio de carácter académico de las instituciones técnicas profesionales y tecnológicas, públicas y privadas y se dictan otras disposiciones.	Artículo 1°. Artículo 2°. Artículo 3°.. Artículo 10. Parágrafo 1°. Artículo 11.	
Decreto 1295 de 20 de Abril de 2010 ²⁸	Por el cual se reglamenta el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior		

Fuente: El Autor

6.3. MARCO TEÓRICO

El sistema educativo colombiano lo conforman: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro

²⁷MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 2216 de Agosto 6 de 2003 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-86429_Archivo_pdf.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]

²⁸MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 1295 de 20 de Abril de 2010 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-229430_archivo_pdf_decreto1295.pdf [citado el 25 de de Agosto de 2011]

grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior.

A la educación superior corresponde, primordialmente, el cultivo de la ciencia, la investigación y el desarrollo tecnológico, con un enfoque pedagógico y curricular que capacite al estudiante como persona y ciudadano, a la vez que ofrece a la sociedad y al país la formación del talento humano que requiere su progreso en todos los campos del conocimiento”.²⁹

Asimismo la educación superior es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media y tiene por objeto el pleno desarrollo de los estudiantes y su formación académica o profesional.

Una vez de superados los estudios básicos, los estudiantes pueden optar por programas académicos que preparan para el desempeño de ocupaciones, para el ejercicio de una profesión o disciplina determinada, de naturaleza tecnológica o científica o el área de las humanidades, las artes o la filosofía, es decir acceder a nivel de pregrado, generalmente son de naturaleza específica, aunque también los hay multidisciplinarios como estudios de artes liberales

El nivel de pregrado tiene, a su vez, tres niveles de formación:

- Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).
- Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).
- Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).³⁰

²⁹MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Decreto 1655 de 1999 [en línea] p.1.

http://www.cna.gov.co/1741/articles-186370_D1655.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]

³⁰MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Qué es la Educación Superior [en línea].
<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196477.html> [citado el 3 de de Abril de 2011]

El nivel técnico profesional comprende créditos académicos entre 60 y 75 (entre 4 y 5 semestres), el técnico profesional adquiere conocimientos teóricos, específicos y prácticos altamente calificados sobre procesos de sectores de producción, está capacitado para trabajos que requieran conocimientos técnicos y competencias en áreas específicas de los sectores de producción, una vez termine este ciclo se puede desempeñar laboralmente con el título de técnico profesional, o puede continuar su formación como tecnólogo, o como profesional universitario.

Por su parte, el nivel de tecnólogo comprende créditos académicos entre 90 y 110 (entre 5 y 7 semestres), el tecnólogo adquiere competencias tales como: conocimientos teóricos generales y científicos, y conocimientos prácticos sobre procesos de sectores de la producción, su trabajo se orienta a crear y adaptar tecnologías. En Colombia se pueden obtener títulos de tecnólogo en diversas áreas, una vez adquiera su título se pueden desempeñar en el ambiente laboral como tecnólogo, o puede continuar su formación como profesional universitario o especializarse.

El nivel profesional universitario está conformado por créditos académicos entre 150 y 170 (entre 8 y 10 semestres), el profesional universitario adquiere conocimientos teóricos fundamentados, científicos y técnicos sobre un área específica del saber o una disciplina, cuenta con fundamentación teórica y metodológica de una profesión y amplia formación para la dirección, el diseño y la gestión, una vez adquiera su título se puede desempeñar laboralmente como profesional universitario, el egresado puede continuar su formación a nivel de posgrados.

Posteriormente, el nivel de posgrado está considerado como el último nivel de la educación formal superior que contribuye a fortalecer las bases para la generación, transferencia, apropiación y aplicación del conocimiento, así como a mantener vigentes el conocimiento disciplinario y profesional impartido en los programas de

pregrado. El nivel de posgrado comprende las especializaciones, las maestrías y los doctorados.

6.3.1. La Educación Técnica y Tecnológica

La Educación Técnica y Tecnológica en Colombia se remonta al periodo 1945-1997, pues en éste se establecieron los primeros avances en cuando a los dos tipos de formación.

En 1945 se determina una modalidad de educación superior con una duración menor a la tradicional o existente en aquel momento, la cual se define en la ley 48 de 1995.

Para 1950 comenzó a denominarse Educación Técnica y se dio el surgimiento de escuelas, institutos y centros privados; trece años después en 1963 y a comienzo de 1964, se crean el Instituto Tecnológico Santandereano y el Politécnico Jaime Isaza Cadavid, dedicados a ofrecer carreras de corta duración; en 1974 se define a los establecimientos de educación superior como instituciones de educación tecnológica, cuando sus programas tienen por objeto desarrollar destrezas y habilidades relacionadas con una tecnología específica. “La educación técnica y tecnológica es educación profesional de calidad, es educación progresiva, ofrece posibilidades de empleo, a los técnicos y tecnólogos cada vez les pagan mejor, son el tipo de formación que necesita actualmente el país para fortalecer sus sectores productivos, son una buena inversión y ofrecen la posibilidad de estudiar y trabajar”.³¹

³¹COLOMBIA APRENDE. [en línea]<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/home/1592/article-212798.html> [citado el 3 de de Abril de 2011]

6.3.2. Áreas de Desempeño del Tecnólogo

La educación de los tecnólogos está orientada a la ejecución de labores operativas especializadas de los principales procesos productivos de las empresas, desde la creación de las maquinarias hasta su operación y mantenimiento, lo cual permite que una empresa cuente con personal capacitado para su operación. El tecnólogo se ha convertido en el apoyo indispensable de los profesionales dado que la formación académica en la actualidad se entiende complementaria.

Los tecnólogos se pueden desempeñar básicamente en dos áreas, una que compete el área socio económico y empresarial y otra en ciencias naturales e ingenierías.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Cuando se habla de educación superior en Colombia son muchos los términos y leyes que se debe conocer, por tal motivo se realiza una revisión bibliográfica la cual tiene como objetivo facilitar tanto al lector como al autor un enfoque más amplio sobre los temas a tratar. Por otro lado en este espacio del estudio preliminar para el diseño del registro calificado en la especialización de Mercadeo y Ventas, se investiga y analiza fuentes relacionadas con la formación tecnológica a nivel internacional, nacional y regional, esto se realiza por intermedio de fuentes tales como el Ministerio de Educación Superior (SNIES - Sistema Nacional de Información de la Educación Superior), Observatorio Laboral para la Educación, periódicos de circulación local y nacional, entre otros, las cuales son de total confianza, de igual manera se utiliza como fuente para la investigación la base de datos de las 500 empresas más grande de Santander, esta suministrada por vanguardia liberal³², así como el ranking de las mejores universidades a nivel mundial suministrada por la revista dinero³³, esta última se escogió con el fin de seleccionar las universidades más reconocidas a nivel internacional, nacional, departamental y regional, tomándolas como guía para conformar la estructura curricular de la especialización.

³² VANGUARDIA LIBERAL, 500 empresas mas grandes de Santander, [en línea], <http://www.vanguardia.com/empresasgeneradoras/> [citado el 20 de enero 2012]

³³ RECISTA DINERO, las mejores universidades del mundo, [en línea], <http://www.dinero.com/internacional/articulo/las-mejores-universidades-del-mundo/134743>, [citado el 20 de enero 2012]

7.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Una de las fuentes primaria dentro de la investigación son los tecnólogos trabajadores de Bucaramanga y su área metropolitana, a los cuales se les realiza una encuesta con el fin de establecer la aceptación y la demanda de los mismos a la especialización en Mercadeo y Ventas. (Ver capítulo 10.2).

7.3. ENTREVISTA A EXPERTOS

Como segunda fuente primaria dentro de la investigación se seleccionó a un experto en el tema de mercadeo Guillermo Rincón Velandia, esto con el fin de guiar al autor del estudio, en el desarrollo de los aspectos curriculares de la Especialización en Mercadeo y Ventas. Junto con la revisión bibliográfica de planes de estudio de Instituciones de Educación superior (IES).

8. PERTINENCIA DEL PROGRAMA EN EL CONTEXTO DE LA REGION, EL PAIS E INSTITUCIONAL

8.1. PERTINENCIA NACIONAL

El Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, plantea unos objetivos esenciales en material de educación ya que para el presidente Juan Manuel Santos, el conocimiento representa un factor importante, por tanto considera que es el conocimiento junto con la innovación, los pilares fundamentales para la transformación productiva, social y económica, como también la capacitación continua del personal, como una estrategia para incrementar la baja capacidad en estos temas, fundamentados en tres lineamientos básicos, el financiar, el formar y el organizar. La ruta hacia la formalización requiere, como primer paso, el desarrollo de competencias laborales para los trabajadores, en este frente, se encuentra en el país una baja cobertura en educación superior -actualmente cercana a 35%-, baja participación de la población en educación técnica y tecnológica, y poca pertinencia de la educación en aspectos como el conocimiento sobre el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, o el bilingüismo³⁴.

Por lo anterior uno de los principales objetivos del plan de desarrollo nacional es atender el bajo nivel de desarrollo de competencias de la población colombiana, para disminuir las brechas y buscar que los colombianos en general, puedan ser ciudadanos con las competencias necesarias que les demanda el mundo de hoy: innovadores, creativos, comprometidos con la sociedad, que valoren su identidad y desde ella ejerzan sus derechos fundamentales³⁵.

³⁴<http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=4-J9V-FE2pl%3D&tabid=1238>

³⁵<http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=kAOLJQpFDbk%3d&tabid=1238>

8.2. PERTINENCIA A NIVEL DEPARTAMENTAL

Richard Aguilar gobernador del departamento de Santander 2012 – 2015, dentro de su propuesta de gobierno establece dos objetivos generales con relación al tema de la educación³⁶:

1. Abrir la puerta para el ingreso de la modernidad a todos los niveles, para que los santandereanos logren las competencias, conocimientos y destrezas que hoy exige un mundo globalizado y que son indispensables para competir efectivamente y sin fronteras.
2. Centrar la estrategia de la educación como factor apalancador del desarrollo y como estrategia básica para la formación de un pueblo que debe moverse por parámetros de eficiencia, competitividad y generación de riqueza.

Específicamente en el área de Educación, establece cuatro acciones:

- Adecuación de la infraestructura de colegios para buscar su optimización integral de tal manera que definitivamente se convierta en centros de educación técnica, tecnológica y universitaria en sus jornadas adicionales. Aprovechamiento de instalaciones actuales en Santander para eliminar espacios físicos ociosos e incrementar la capacidad de estudiantes buscando tarifas accesibles para su formación³⁷. Esta propuesta tiene grandes resultados en el incremento de cupos de educación superior, puesto que se eliminaría una de las mas grandes barreras la cual es la falta de aulas que propicien una educación digna y de calidad. Al ajustar los precios se facilitará el ingreso de jóvenes que por dificultades

³⁶http://www.santander.gov.co/gobernacion_mm/estatica/images/destacados/files/programas_gobierno/ProgramaGobierno_Richard_Aguilar.pdf

³⁷http://www.santander.gov.co/gobernacion_mm/estatica/images/destacados/files/programas_gobierno/ProgramaGobierno_Richard_Aguilar.pdf

económicas no han podido ingresar a algún tipo de programa académico de educación superior.

- La implementación de la integralidad bachillerato-universidad y los correspondientes ciclos propedéuticos es indispensable para estrechar el vínculo academia-empresa.
- Promover líneas de crédito educativo en condiciones favorables para que los aspirantes de estratos 1, 2 y 3 hagan realidad su ingreso a la educación superior.
- Continuar y fortalecer los recursos humanos y financieros requeridos para el desarrollo de la UIS, UNIPAZ y las UTS.

Lo anterior evidencia el compromiso que tiene el gobierno de Santander con el sistema educativo, innovando y mejorando el nivel educativo del departamento, ayudando así a los santandereanos a ser personas mas preparadas, competitivas y capaces de responder a las necesidades del entorno que los rodea, aumentando las posibilidades de trabajo y reduciendo los índices de pobreza y analfabetismo de la región.

8.3. PERTINENCIA A NIVEL MUNICIPAL

Luís Francisco Bohórquez, alcalde de Bucaramanga 2012 – 2015, dentro de su programa de gobierno presenta dos ejes programáticos que buscan el desarrollo de la ciudad de Bucaramanga a través de la educación y la generación de empleo en la ciudad: el primero es EMPLEO Y GENERACION DE INGRESOS, el desempleo es un problema grave que se está viviendo en Bucaramanga actualmente, obligando a muchas personas diariamente a tomar trabajos

informales para poder vivir con lo necesario, el nuevo gobierno municipal busca la generación de empleo y el desarrollo empresarial, desarrollando iniciativas que contribuyan a la creación formal de empresas, generando oportunidades laborales para todos los sectores de la ciudad; es por eso que el segundo eje EDUCACION Y TECNOLOGIA EN TODOS LOS NIVELES, donde busca fortalecer el programa de la universidad del pueblo y crear nuevas estrategias para ayudar a los jóvenes en su formación, ya sea técnica, tecnológica o profesional, evitando las deserciones educativas y motivándolos para que culminen sus estudios, ya que en Bucaramanga se necesitan personas competitivas, con capacidad de liderazgo e innovadoras que les guste enfrentarse a los nuevos retos y tengan el visionamiento de crear empresa, de formalizar empresa y aportar al desarrollo de la ciudad y la región³⁸.

8.4. COHERENCIA CON LA MISIÓN Y EL PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL.

La Universidad Pontificia Bolivariana- Seccional Bucaramanga es una institución de educación superior, sin fines de lucro, de carácter privado, fundada y regentada por la Arquidiócesis de Medellín que propende por la formación integral de sus estudiantes, a través de la promoción de los principios de la ciencia y los valores cristianos por lo que el compromiso social es una cualidad inherente a su existencia.

En este sentido, la Universidad se preocupa por involucrarse con la problemática social y empresarial de su entorno. La Universidad es una Institución necesaria para la sociedad, pero diferente de ella; que no sólo estudia y discute los problemas que la tocan sino que planea y ejecuta la solución a los mismos.

³⁸http://www.luchocontodoelcorazon.com/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=2

Por esta razón y por las expuestas en todos los ítems anteriores, la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga ofrece el programa de Especialización en Mercadeo y Ventas porque considera que existe una responsabilidad social en la formación de los directivos de la región de manera cualificada de tal forma que estén en capacidad de diseñar y aplicar estrategias con bases metodológicas racionales y pragmáticas, con una sólida fundamentación científica y humana y además una concreta capacitación práctica, con el objeto de dinamizar el desarrollo regional a través de la formación de especialistas que participen con solvencia moral en el proceso de transformación socio – económico, afrontando con éxito los retos que plantea el entorno actual.

El diseño curricular del programa de Especialización en Mercadeo y Ventas está sustentado en la misión, la visión, los principios fundamentales de la UPB-Bucaramanga y el proyecto educativo de la seccional.

- **Misión de la Universidad Pontificia Bolivariana**

“La Universidad Pontificia Bolivariana tiene por misión la formación integral de las personas que la constituyen, mediante la evangelización de la cultura, en la búsqueda de la verdad con procesos de docencia, investigación y servicio, reafirmando los valores desde el humanismo cristiano, para bien de la sociedad”.

- **Visión de la Universidad Pontificia Bolivariana**

“La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como visión ser una institución católica de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país”.

- **Valores**

La Universidad Pontificia Bolivariana, como institución educativa de la Iglesia Católica, promueve y apoya, desde el espíritu del Evangelio, los siguientes valores:

El reconocimiento y respeto por cada una de las personas, sin discriminación alguna.

La búsqueda de la verdad y el conocimiento

La solidaridad

La justicia

La honradez

La creatividad e innovación

La lealtad

El compromiso con la paz y el desarrollo del país.

La UPB ha trazado directrices y formulado políticas en frentes diversos de su actividad universitaria. Ellas responden a su identidad y naturaleza institucionales y a la misión que se propuso llevar a cabo en ejercicio de su autonomía como entidad de educación superior. Son básicamente las referidas a:

La formación integral y la acción pastoral. La formación integral que imparte la Universidad tiene tres componentes: el cristiano, el humano y el social, ellos son el objeto de su acción pastoral.

El impacto en la cultura. Incluyendo aspectos como la Interculturalidad, la regionalización, la internacionalización, las competencias comunicativas y el desarrollo cultural universitario.

La investigación y la producción de conocimiento. Investigación científico-tecnológica e investigación formativa.

El aprendizaje y la docencia. Basado en directrices curriculares, créditos académicos, movilidad académica, prácticas profesionales, educación en ambientes virtuales, titulación y doble titulación, cualificación y desarrollo docente, apoyos a la docencia y a la investigación.

La relación con el entorno. Por medio de la proyección social, la opción por los más necesitados, la extensión académica y formación continua, la promoción y el mercadeo, el ambiente y el desarrollo sostenible, la vinculación de la Universidad con el sector empresarial, la comunicación y las relaciones públicas.

La cultura de la calidad. Autoevaluación permanente, normalización y certificación, y acreditación.

La propiedad intelectual y los derechos de autor.

El bienestar institucional.

La organización y la gestión.

El gobierno institucional.

8.5. EL PROYECTO EDUCATIVO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA

El Proyecto Educativo de la UPB Seccional Bucaramanga responde a la misión, a la visión y a los principios fundamentales establecidos para toda la Universidad y descritos en los numerales anteriores. La auténtica formación humanista implica, en su naturaleza más interna, lograr que las personas, de hecho, procedan de modo humano y digno y que sus actitudes y conductas respondan al proyecto SER-HOMBRE; en consecuencia, el proyecto educativo se constituye en un Proyecto de vida, soportado en tres grandes pilares:

Educar para Hacer

Educar para Ser

Educar para Trascender

La crisis de la educación evidenciada en los grandes conflictos que actualmente vive el país se origina en gran parte en el olvido de su misión como formadora del hombre en sus múltiples dimensiones.

Educar para hacer: significa desarrollar la capacidad de procesar y aplicar la información con criterio innovador. Desarrollar habilidades y destrezas para sintetizar, diseñar, adaptar, construir y transformar ideas en realidades. Dar al estudiante una amplia visión de los campos de acción de su profesión y una idónea formación para ejercerla.

Educar para ser: es buscar la plena realización del hombre en su naturaleza o esencia como un ser bio-psicosocial y espiritual. Es educar en la responsabilidad para consigo mismo, para con los demás y para con la naturaleza. Es educar para convivir, formar personas moral y cívicamente comprometidas, mediante el fomento de actitudes y valores que le permitan enmarcar sus acciones en un

código ético y moral que le den sentido a su vida y que favorezcan la convivencia, la solidaridad, el servicio a la comunidad y la propia autorrealización; sólo así se podrá pasar de la cultura de la violencia, cargada de miedo y angustia, a la cultura de la confianza, del respeto por el otro, de la justicia y la paz.

Es estimular el placer de descubrir, de aprender a aprender, de rescatar en toda la comunidad universitaria el amor por el saber cómo tal, como instrumento de realización humana.

Educar para trascender: significa reconocer la naturaleza espiritual del hombre. La formación humanística no puede reducirse a la simple ilustración, a comunicar conocimientos e inculcar ciertas actitudes y conductas, sino que requiere una toma de conciencia de todas las dimensiones del hombre.

Responsabilidad Social Como Valor Agregado Que Diferencia Esta Oferta Educativa

El humanismo cristiano es una filosofía que defiende una plena realización del hombre y de lo humano dentro de un marco de principios cristianos y con una invitación clara a ubicar el ser humano de manera diferente en el Universo, tomando en serio la responsabilidad que se tiene sobre la naturaleza.

La Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga quiere dentro de su programa de Especialización en Mercadeo y Ventas crear busca en los estudiantes conciencia de la responsabilidad que tienen las organizaciones con el entorno social, a partir de un compromiso ético que deben asumir los gerentes junto con todos los miembros de la organización (clientes, partes interesadas, talento humano, medio ambiente) y que va más allá de sólo la producción y el mercadeo de los bienes resultantes (bienes y/o servicios).

8.6. JUSTIFICACIÓN SOCIO-ECONÓMICA

El programa de **Especialización en Mercadeo y Ventas** Se sustenta desde el punto de vista del impacto socio-económico en los siguientes ítems:

- Promover el desarrollo integral de las organizaciones por medio de especialistas competentes capaces de implementar estrategias de mercadeo y ventas enfocadas a fortalecer el conocimiento y lograr mantenerse y desarrollarse en mercados competitivos.
- Propender por el desarrollo intelectual de los tecnólogos y en general de todos los directivos de la región, a través de acciones educativas que favorezcan el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad colombiana buscando una mejor posición a nivel global.
- Permitir ampliar y presentar una oportunidad de formación a nivel de especialización en la región, a los diferentes gerentes, empresarios y/o tecnólogos del tejido empresarial.
- Prestar un servicio cualificado, con una sólida fundamentación científica y una completa capacitación práctica, que dinamice el desarrollo regional a través de la especialización para tecnólogos que participen con solvencia moral en el proceso de transformación socio-económico y cultural de la región.
- Formar especialistas con una mentalidad empresarial y con una adecuada fundamentación tecnológica a través de un desarrollo curricular innovador que proporcione a los participantes no sólo las destrezas técnicas, sino además una formación conceptual acorde con las nuevas tendencias del desarrollo y con base en los valores del humanismo cristiano.

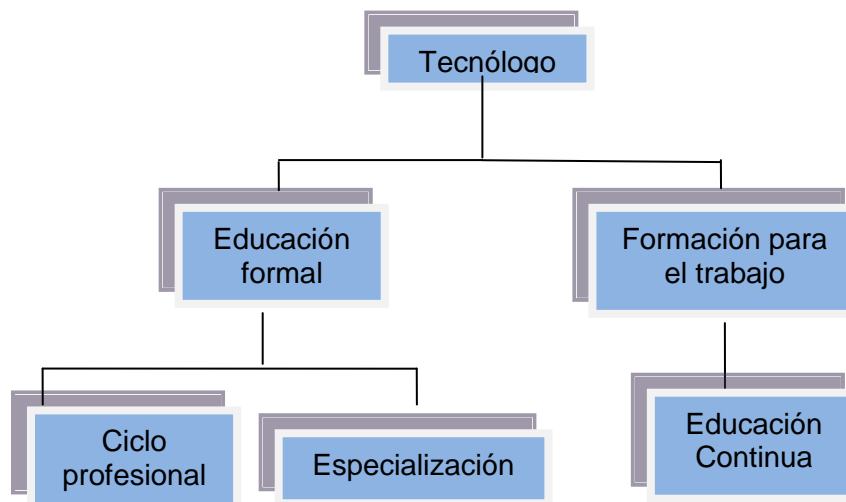
- Desarrollar investigaciones aplicadas en el área de acuerdo con las necesidades de la industria regional y del país.
- Comprometer la Universidad Pontificia Bolivariana con el Plan Colombia 2019.
- Ofrecer a los tecnólogos una buena alternativa para continuar su proceso de formación en una institución que promueve una enseñanza integral.

Lo cual hace que la **Especialización en Mercadeo y Ventas** sea pertinente en la región, teniendo en cuenta que las organizaciones Santandereanas tienen como reto alcanzar ventajas competitivas duraderas a través de la generación y transferencia de conocimiento desde las universidades y centros de investigación; por tanto, el programa **en Mercadeo y Ventas** de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, busca formar y actualizar al personal encargado de la gestión del mercadeo en las diferentes empresas y entidades de la región, para que sea capaz de tomar decisiones adecuadas con respecto a las características del entorno, a detectar las oportunidades en dichos contextos, a forjar relaciones empresariales y laborales con sentido de responsabilidad social, a desarrollar una amplia gama de habilidades directivas en los participantes en el campo de la planeación, la dirección, la organización y el control, para gestionar las empresas y mantenerlas en una dinámica innovadora, rentable y práctica, aportando de manera significativa a lograr hacer realidad los Planes de Desarrollo de Santander y Bucaramanga y a unir esfuerzos para el aporte al Plan Nacional de Desarrollo.

9. OFERTA ACADÉMICA REGIONAL Y NACIONAL EN PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS

Al momento de culminar sus estudios Tecnológicos, el egresado tiene tres alternativas para seguir con su formación académica, la primera opción es terminar el ciclo profesional, la segunda es por intermedio de la educación continua y por ultimo realizar una especialización dirigida a tecnólogos (**Ver figura 02**). Por tal motivo se evaluarán las instituciones que ofrezcan a sus estudiantes la oportunidad de continuar con el ciclo propedéutico, instituciones que ofrezcan educación continua y por ultimo aquellas instituciones que ofrecen especializaciones para tecnólogos en el área de Mercadeo y Ventas.

Figura 2. Alternativas para continuar con formación académica de los Tecnólogos en Colombia.



Fuente: El Autor

Tomado como referencia lo anterior, se elaboran las **Tablas 04, 05, 06 y 07** donde se menciona las instituciones que ofrecen ciclo propedéutico a nivel local y nacional³⁹. Y además las instituciones y programas que ofrecen especializaciones tecnológicas a nivel nacional y local.⁴⁰ Es importante mencionar que en el área de Mercadeo y Ventas no hay especializaciones activas dirigidas a tecnólogos en la región, tomando como referencia la base de datos del ministerio de educación a través del SNIES.

Igualmente las instituciones que ofrecen educación continua se mencionan las más sobresalientes a nivel local, tomando como referencia las páginas web de cada institución.

9.1. CICLO PROFESIONAL

Tabla 4. Instituciones que ofrecen Ciclo Propedéutico en Mercadeo y Ventas a Nivel nacional.

NACIONAL	CORPORACIÓN DE ESTUDIOS TECNOLÓGICOS DEL NORTE DEL VALLE	TECNOLOGÍA EN MERCADEO Y VENTAS	VALLE CAUCA	DEL	CARTAGO
	CORPORACIÓN EDUCATIVA INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR DE ARTES, IDEARTES	TECNOLOGÍA EN MERCADEO	ANTIOQUIA		MEDELLÍN
	CORPORACIÓN POLITÉCNICO DE LA COSTA ATLÁNTICA	TECNOLOGÍA EN MERCADEO Y PUBLICIDAD	ATLÁNTICO		BARRANQUILLA
	CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR-CUN-	TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO INTERNACIONAL	TOLIMA		IBAGUÉ
	CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA - UNAC	TECNOLOGÍA EN MERCADEO Y VENTAS	ANTIOQUIA		MEDELLÍN
	CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO -AUNAR-	TECNOLOGÍA EN MERCADEO Y PUBLICIDAD	NARIÑO		PASTO
	CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR	TECNOLOGÍA EN MERCADEO Y VENTAS	VALLE CAUCA	DEL	CALI

Fuente: *El Autor*

³⁹ <http://www.guiaacademica.com/personas/pages/instituciones.aspx>

⁴⁰ <http://snies.mineducacion.gov.co/ConsultaSnies/ConsultaSnies/consultarInfoProgramasAcademicos.jsp>

Tabla 5. Instituciones que ofrecen Ciclo Propedéutico en Mercadeo y Ventas en la Región.

INSTITUCIÓN (IES)		NOMBRE DE PROGRAMA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
REGIONAL	CORPORACIÓN EDUCATIVA -ITAE-	TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL	SANTANDER	BUCARAMANGA
	CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO -AUNAR-	TECNOLOGÍA EN COMERCIO EXTERIOR	SANTANDER	BUCARAMANGA
	TECNOLÓGICA FITEC	TECNOLOGÍA EN MERCADEO	SANTANDER	BUCARAMANGA
	UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER	TECNOLOGÍA EN MERCADEO	SANTANDER	BUCARAMANGA
	UNIVERSIDAD DE SANTANDER	TECNOLOGÍA EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD	SANTANDER	BUCARAMANGA

Fuentes: El Autor

9.2. ESPECIALIZACIONES

Existen 176 especializaciones tecnológicas, inscritas en el SNIES ⁴¹, de las cuales 20 se encuentran activas , de estas solamente una se encuentra activa en Bucaramanga denominada Especialización Tecnológica en sistemas de Información Geográfica , de las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS).

⁴¹ <http://snies.mineducacion.gov.co/ConsultaSnies/ConsultaSnies/consultarInfoProgramasAcademicos.jsp>. Tomado en marzo 1 de 2012.

Tabla 6. Instituciones que ofrecen Especialización a Nivel Nacional y Regional activas.

INSTITUCION	NOMBRE DEL PROGRAMA	METODOLOGÍA	CRÉDITOS	NUMERO PERIODOS	PERIODICIDAD
UNION AMERICANA DE EDUCACION SUPERIOR- UNION AMERICANA	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN MULTIMEDIA	Distancia (tradicional)	25	2	SEMESTRAL
ESCUELA DE SUBOFICIALES DE LA FUERZA AEREA COLOMBIANA ANDRES M. DIAZ	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN CONTROL DE CALIDAD AERONAUTICA	Distancia (tradicional)	21	1	ANUAL
FUNDACION TECNOLÓGICA ANTONIO DE AREVALO	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN E-LEARNING	Distancia (tradicional)	26	2	SEMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y LA INFORMACIÓN	Presencial	30	1	SEMESTRAL
CORPORACION POLITECNICO MARCO FIDEL SUAREZ	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN GESTIÓN HUMANA	Presencial	36	2	SEMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN LOGÍSTICA NAVAL	Presencial	19	1	SEMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD	Presencial	18	1	SIN DEFINIR
UNION AMERICANA DE EDUCACION SUPERIOR- UNION AMERICANA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD	Presencial	25	2	SEMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN GESTION AMBIENTAL	Presencial	23	2	SEMESTRAL

INSTITUCION	NOMBRE DEL PROGRAMA	METODOLOGÍA	CRÉDITOS	NUMERO PERIODOS	PERIODICIDAD
	MARINA Y COSTERA				
CORPORACION INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO EDUCATIVO -CIDE-	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN INDUSTRIALIZACION DE ALIMENTOS AGRICOLAS	Presencial	27	3	SEMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN SISTEMAS DE REDES.	Presencial	16	1	SIN DEFINIR
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN OBRAS NAVALES	Presencial	29	2	SEMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN CONTROL NAVAL DE TRÁFICO MARÍTIMO	Presencial	18	1	CUATRIMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE SISTEMAS ELECTROHIDRÁULICOS Y ELECTRONEUMÁTICOS	Presencial	20	1	SIN DEFINIR
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN MANEJO DE MATERIALES COMPUESTOS.	Presencial	14	1	SIN DEFINIR
UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN SISTEMAS DE INFORMACION GEOGRAFICA	Presencial	33	5	TRIMESTRAL
CORPORACION	ESPECIALIZACION	Presencial	27	3	SEMESTRAL




INSTITUCION	NOMBRE DEL PROGRAMA	METODOLOGÍA	CRÉDITOS	NUMERO PERIODOS	PERIODICIDAD
INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO EDUCATIVO -CIDE-	TECNOLOGICA EN ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA				
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN LOGISTICA	Presencial	24	2	SEMESTRAL
ESCUELA NAVAL DE SUBOFICIALES ARC BARRANQUILLA	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN EL MANEJO INTEGRADO DE LAS ZONAS COSTERAS.	Presencial	23	1	SIN DEFINIR
ESCUELA DE INTELIGENCIA Y CONTRAINTELIGENCIA BRIGADIER GENERAL RICARDO CHARRY SOLANO	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN INVESTIGACION Y SEGURIDAD PREVENTIVA	Presencial	28	2	SEMESTRAL
ESCUELA DE INTELIGENCIA Y CONTRAINTELIGENCIA BRIGADIER GENERAL RICARDO CHARRY SOLANO	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN MANEJO DE TECNICAS INVESTIGATIVAS AVANZADAS	Presencial	31	2	SEMESTRAL
INSTITUTO TECNOLÓGICO METROPOLITANO	ESPECIALIZACION EN GESTION ENERGETICA INDUSTRIAL	Presencial	27	3	SEMESTRAL
ESCUELA DE INGENIEROS MILITARES	ESPECIALIZACIÓN TECNOLÓGICA EN EXPLOSIVOS	Presencial	31	2	SEMESTRAL
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD	ESPECIALIZACION EN BIOTECNOLOGIA AGRARIA	Distancia (tradicional)	25	2	SEMESTRAL
UNIVERSIDAD CES	ESPECIALIZACION TECNOLÓGICA EN SISTEMAS DE	Presencial	28	2	SEMESTRAL




INSTITUCION	NOMBRE DEL PROGRAMA	METODOLOGÍA	CRÉDITOS	NUMERO PERIODOS	PERIODICIDAD
	PREPARATIVOS PARA EMERGENCIAS Y DESASTRES				
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL	ESPECIALIZACION EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION FISICA, RECREACION Y DEPORTE	Presencial	36	3	SEMESTRAL
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	ESPECIALIZACION EN TRANSFORMACION DE RESIDUOS	Presencial	24	2	SEMESTRAL
UNIVERSIDAD DE MANIZALES	ESPECIALIZACION TECNOLOGICA EN REDES	Presencial	21	1	ANUAL

Fuente: El Autor

9.3. EDUCACIÓN CONTINÚA

Tabla 7 .Instituciones Regionales que ofrecen Educación Continua.

LOCAL			
INSTITUCIÓN	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	
	Santander	Bucaraman ga	Universidad Autónoma De Bucaramanga- UNAB
	Santander	Bucaraman ga	Universidad Industrial De Santander
	Santander	Bucaraman ga	Corporación Universitaria De

LOCAL			
INSTITUCIÓN		DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
	Investigación Y Desarrollo – UDI		
	Universidad Santo Tomás	Santander	Bucaraman ga
	Universidad Pontificia Bolivariana	Santander	Bucaraman ga
	Universidad Manuela Beltrán – UMB	Santander	Bucaraman ga

Fuente: *El Autor*

Dentro de la oferta existente, se puede afirmar que existe una competencia directa con las instituciones de Educación superior a nivel local que realizan el ciclo propedéutico, pero cabe anotar que no todas las carreras a nivel tecnológico, ofrecen este ciclo para sus egresados, convirtiéndose en oportunidad el ofrecer programas de posgrado a nivel de especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas dirigida para tecnólogos de cualquier disciplina que estén interesados en este campo.

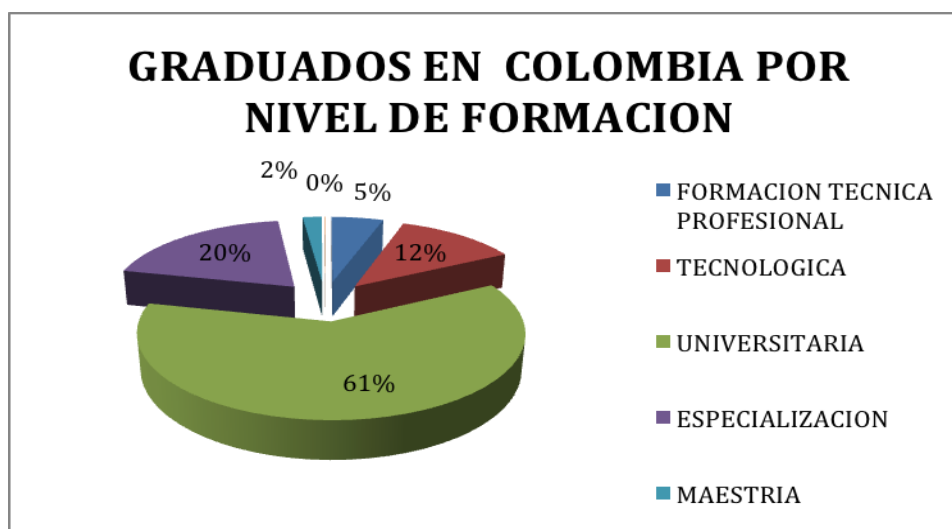
10. DEMANDA

10.1. SITUACIÓN ACTUAL DE GRADUADOS EN TECNOLOGÍAS

10.1.1. Nacional

El segmento para la demanda de este programa, se concentra en el número de graduados de carreras tecnológicas en educación superior en el periodo comprendido entre el 2001 y 2010 (ver gráfico 1: Graduados de educación superior por nivel de formación, periodo 2001 – 2010), en Colombia de 1.620.689 títulos de educación superior otorgados en este periodo, el 12% del total de esta población pertenece a tecnólogos (194.483).

Figura 3. Graduados de educación superior en Colombia por nivel de formación, periodo 2001-2010



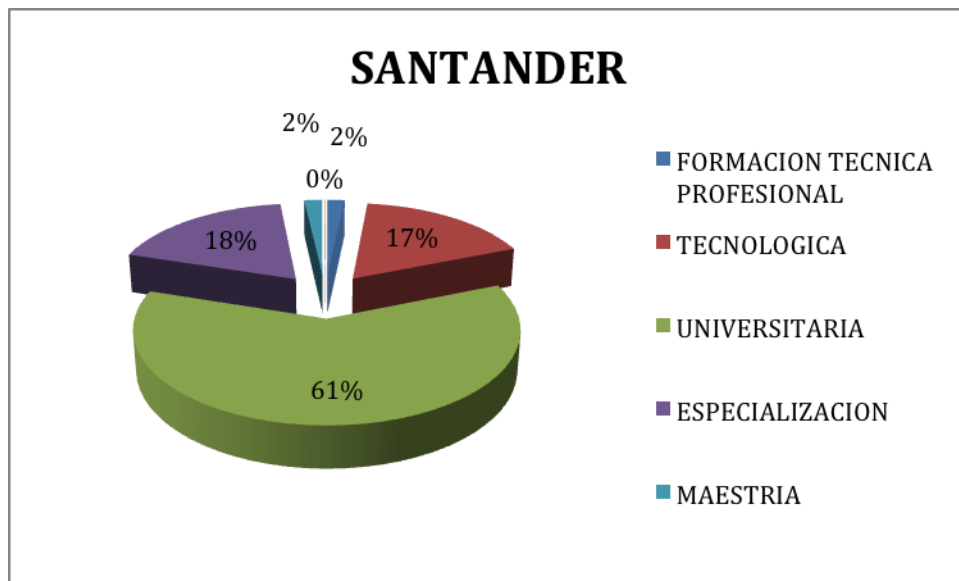
Fuente:http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/viewdesktop.jsp?cmd=open&source=Perfil+Graduados%2FGraduados+por+Nivel+de+Formaci%F3n%23_public

10.1.2. Regional

A nivel regional el número de graduados de carreras tecnológicas en educación superior en el periodo comprendido entre el 2001 y 2010 (ver gráfico 1: Graduados de educación superior por nivel de formación, periodo 2001 – 2010), es de 82.593 títulos, el 17% del total de esta población pertenece a tecnólogos (14.235), Santander se encuentra en el cuarto lugar con gran potencial por explotar en el futuro, según información reportada por el observatorio laboral del Ministerio de Educación Nacional.

Del total de estos más de 1.600.000 graduados de educación superior, al departamento de Santander le corresponde el 5% de la población

Figura 4. Graduados de educación superior en Santander por nivel de formación, periodo 2001-2010



Fuente:http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/viewdesktop.jsp?cmnd=open&source=Perfil+Graduados%2FGraduados+por+Nivel+de+Formaci%F3n%23_public

Como se observa en la **Tabla 08**. las Instituciones de Educación superior de Santander el número de graduados en formación tecnológica, va en aumento el número de institución que brindan este tipo de formación, año tras año, aun así este tipo de formación no tiene la acogida que poseen en las Universidades los programas profesionales, los cuales representan el 61% de la población de estudiantes de educación superior (**Ver figura 04**).

**Tabla 8. Graduados de formación tecnológica en Santander por institución
2001-2010**

INSTITUCION	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Tota l
CORPORACION EDUCATIVA - ITAE-	128	157	109	142	36	19	77	188	108	127	1091
CORPORACION INTERAMERICANA DE EDUCACION SUPERIOR- CORPOCIDES	0	0	0	0	0	0	3	6	13	7	29
CORPORACION UNIVERSITARIA DE INVESTIGACION Y DESARROLLO - UDI	215	177	231	287	155	126	86	33	62	55	1427
CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS -	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	17

INSTITUCION	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
UNIMINUTO-											
ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACION PUBLICA-ESAP-	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
FUNDACION UNIVERSITARIA DE SAN GIL - UNISANGIL -	12	23	0	11	2	4	9	9	1	40	111
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE LA PAZ	0	0	39	32	56	2	10	11	0	0	150
TECNOLOGICA FITEC	0	0	0	29	11	116	123	182	205	103	769
UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER	192	220	417	182	0	305	855	1341	946	924	5382
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA-UNAB-	1	1	6	1	0	0	0	0	0	24	33
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	0	0	0	0	18	2	1	2	0	0	23

INSTITUCION	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
UNIVERSIDAD DE SANTANDER	11	2	2	3	0	7	44	17	29	132	247
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER	750	559	607	476	343	106	732	229	390	404	4596
UNIVERSIDAD LIBRE	0	0	0	0	0	15	9	24	31	1	80
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD	0	0	0	0	0	0	19	29	33	19	100
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS	25	12	0	0	9	19	19	18	29	44	175
Total	1334	1151	1411	1163	630	721	1988	2089	1847	1901	14235

Fuente: <http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/jdesktop.jsp>
01/03/2012

10.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

10.2.1. Definición Del Problema Y Los Objetivos De La Investigación

- **Problema investigación:**

¿Están los tecnólogos trabajadores de Bucaramanga y su área metropolitana interesados en estudios de Especialización?

¿Están los tecnólogos trabajadores de Bucaramanga y su Área Metropolitana interesados en estudios de Especialización en Mercadeo Y Ventas?

¿Están los tecnólogos trabajadores de Bucaramanga y su área metropolitana interesados en la Especialización en Mercadeo y Ventas de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga ?

- **Objetivos de la investigación:**

General.

Establecer la aceptación y la demanda por parte de los Tecnólogos trabajadores de Bucaramanga y su área metropolitana para el diseño de un programa de Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas de la universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.

Específicos.

Conocer la aceptación de los tecnólogos que laboran sobre la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas

Determinar la demanda de la Especialización en Mercadeo y Ventas.

Establecer los contenidos curriculares generales en los cuales los tecnólogos desean profundizar al momento de realizar la especialización.

Determinaran los atributos determinantes para el aspirante. (tiempo, precio, horario, titulo, universidad, financiación)

Identificar el perfil del aspirante a la especialización en Mercadeo y Ventas.

- **Fuentes de información**

Primaria: Tecnólogos trabajadores y experto que ayudaran a determinar los contenidos curriculares generales de la especialización.

Secundaria. : Revisión bibliográfica (Proyectos de grado, Programas de especializaciones relacionadas con Mercadeo y Ventas, Información brindada por el Ministerio de Educación y libros relacionados con el tema).

- **Método de investigación**

Para recopilar la información primaria se hará por medio de cuestionarios a través de encuestas y entrevista. Por otra parte la información secundaria se tomara de la revisión bibliografía.

- **Instrumento de investigación**

- El instrumento utilizado para la recolección de información será la encuesta el cual está dirigido a tecnólogos trabajadores.
- Una entrevista e experto en el tema de Mercadeo y Ventas.

- **Plan de muestreo**

Unidad de la muestra: tecnólogos que laboran en empresas de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

Población: La población objeto de estudio son los tecnólogos trabajadores, que laboran en las compañías preseleccionadas según el ranking de empresas a nivel sectorial⁴², donde se tiene un listado de 500 organizaciones, seleccionando 5 cada subsector. en la **Tabla 9** se mencionan las 61 organizaciones preseleccionadas

⁴²<http://www.vanguardia.com/empresasgeneradoras/index.php/las-500-empresas>

para el estudio y el personal tecnólogo que laboran en ellas. En total 1969 tecnólogos. Este dato fue tomado del proyecto titulado “Estudio de oferta y demanda para programas de formación avanzada dirigida a tecnólogos en Bucaramanga y su área metropolitana” de 2010 dirigido por Olga Lucia Gómez cuyos autores fueron: SALOM, Franz y MANTILLA, Elvert.

Tabla 9. Personal Tecnólogo de compañías preseleccionadas de acuerdo al volumen de sus ventas en cada sector.

SECTOR	RANKING	RAZÓN SOCIAL	TECNÓLOGOS
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	24	Seguridad y Vigilancia Colombiana	40
	29	Organización servicios y asesorías Ltda.	60
	39	CompumaxComputer Ltda.	15
	65	Sistemas y computadores S.A.	29
	125	Petrolabin Ltda.	10
AGRICULTURA GANADERÍA CAZA Y SILVICULTURA	8	Campollo S.A.	
	10	Incubadora de Santander S.A.	82
	11	Distraves S.A.	20
	26	Avícola el Madroño S.A.	13
	34	Palmas oleaginosas Bucarelia S.A.	
COMERCIO	12	Comertex S.A.	
	21	Unión de droguistas S.A. Unidrogas S.A.	2
	23	Aldia S.A.	68
	28	Districomer Bucaramanga limitada	
	33	Distribuciones pastor julio delgado & CIA. Ltda.	
CONSTRUCCIÓN	5	Marval S.A.	
	27	Urbanas S.A.	21
	59	Fénix Construcciones S.A.	30
	73	A.M.V. S.A.	3
	86	Otacc S.A.	5
EXPLOTACIÓN DE	4	Ismocol de Colombia	120

SECTOR	RANKING	RAZÓN SOCIAL	TECNÓLOGOS
MINAS Y CANTERAS	160	Jcp asociados Ltda.	5
	284	Yesos Prada Ltda.	2
	338	Minera la minga limitada	
	500	Avendaño Sáenz Ltda.	
HOTELES RESTAURANTES BARES Y SIMILARES	100	Petrocasinos S.A.	5
	141	Prada de castellanos Carmen Yolanda	
	259	Inversora Hotelera Colombiana S.A.	30
	359	Marvilla S.A.	
	435	Benjamín Flórez Flórez e Hijas y CIA	
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	9	Freskaleche S.A.	22
	15	Transejes S.A.	140
	16	Manufacturas y procesos industriales Ltda.	40
	18	C.I. Minex S.A.	
	20	Codiesel S.A.	120
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	3	SolsaludEps S.A.	340
	6	Inversora Pichincha S.A.	5
	46	Terpel Bucaramanga	
	222	Promisión S.A.	
	287	Fondo Ganadero de Santander S.A.	
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS SOCIALES Y PERSONALES	31	Juegos y Apuestas La Perla S.A.	14
	56	Empas S.A.	7
	110	Emab S.A.	2
	142	Rediba S.A.	
	185	Club Campeste de Bucaramanga S.A.	
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	45	Diagnósticos Cardiológicos especializados S.A.	
	60	Servir S.A.	
	85	Clínica Chicamocha S.A.	
	103	Clínica Materno Infantil San Luis S.A.	30
	119	Clínica Bucaramanga S.A.	2
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD	1	Essa E.S.P.	421
	14	Gas Natural del Oriente S.A.	6

SECTOR	RANKING	RAZÓN SOCIAL	TECNÓLOGOS
GAS Y AGUA	25	Acueducto Metropolitano de Bucaramanga S.A.	
	32	Gas de Santander S.A. Gasan	2
	52	Cencol S.A.	
TRANSPORTE ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	2	Transportadora de Gas Internacional S.A.	30
	17	Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga S.A.	226
	43	Copetran	4
	135	Unitransa	
	212	Transportes Colombia S.A.	
TOTAL POBLACIÓN			1969

Fuente: SALOM, Franz Mitchel.

Tamaño de la muestra:

- N = 1969
- Nivel de confianza = 95%
- Z = Estadístico de distribución normal= 1.96
- p = 0,5
- q = 0,5
- e = 0,09
- n= 111.33 ~ 112 Encuestas.

Procedimiento de muestreo: Se realizara un muestro aleatorio simple.

Métodos de contacto: Las encuestas y las entrevistas se harán de forma personal

Tabla 10.Ficha Técnica Investigación de Mercados

Nombre de la Investigación:	
Análisis de demanda de la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas	
Objetivo General:	
Establecer la aceptación y la demanda por parte de los Tecnólogos trabajadores de Bucaramanga y su área metropolitana para el diseño de un programa de Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas.	
TIPO DE INVESTIGACIÓN	El tipo de investigación requerida es la concluyente descriptiva.
ALCANCE	La investigación a realizar tiene un alcance no experimental, puesto que no se manipulan las variables, solo se limita a observarlas en su estado natural.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Primaria: Tecnólogos trabajadores y experto que ayudaran a determinar los contenidos curriculares generales de cada una de las especializaciones. Secundaria: A través de la revisión bibliográfica.
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	Para recopilar la información primaria se hará por medio de la investigación a través de encuestas. Y la información secundaria a través de la revisión bibliográfica.
INSTRUMENTO	Cuestionario.
ENCUESTA	Encuesta. (Ver Anexo A)
ENTREVISTA	Entrevista al experto en Mercadeo y Ventas Guillermo Rincón Velandia.
TIPO DE MUESTREO	Muestreo Aleatorio Simple
UNIDAD DE MUESTRA	Tecnólogos trabajadores de Bucaramanga y su área metropolitana.
POBLACIÓN	N= 1969.
MUESTRA	n= 112.
MÉTODO DE CONTACTO	Personal
FECHA DE INICIO	Diciembre 5 del 2011
FECHA DE CULMINACIÓN	Febrero 27 del 2012

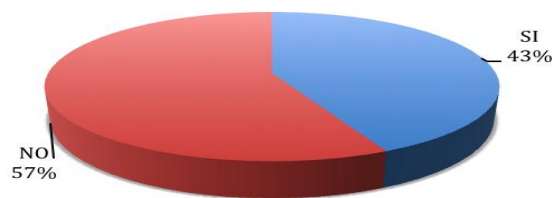
Fuente: Los Autores

Área de estudio: El estudio se realizó en Santander, específicamente en Bucaramanga y su Área Metropolitana.

10.2.2. Análisis De Resultados

Figura 5. Conocimiento por parte de los tecnólogos de poder realizar especializaciones sin necesidad de terminar el ciclo profesional.

1. ¿Sabía usted que los tecnólogos pueden realizar especializaciones sin necesidad del ciclo profesional?

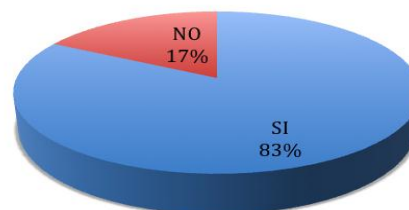


Fuente: El Autor

En la *Figura 05* se muestra que el 57% de los tecnólogos encuestados que actualmente están trabajando, no tienen conocimiento de que después de culminar su formación tecnológica pueden hacer un estudio de especialización.

Figura06. Interés en realizar una especialización dirigida a tecnólogos.

2. ¿Tiene interés de realizar alguna especialización en algún área de su preferencia?

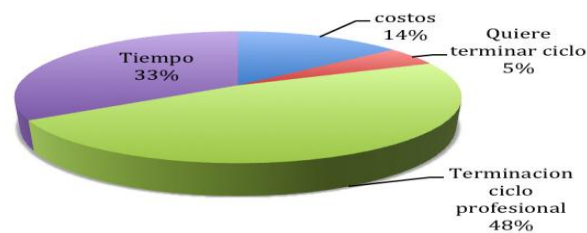


Fuente: El Autor

En la *Figura 06* se puede observar que el 83% de los tecnólogos encuestados que actualmente se encuentran trabajando tienen interés de seguir su formación con un estudio de especialización.

Figura 7. Motivos que impiden realizar la especialización dirigida a tecnólogos.

3. ¿Cuáles serían los principales motivos que le impiden realizar estudios de especialización?

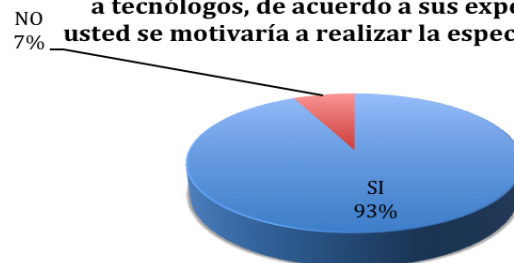


Fuente: El Autor

En la *Figura 7* se muestran los principales motivos por el cual el tecnólogo no realizaría un estudio de especialización, el 48% de los encuestados se encuentran terminando el ciclo profesional, seguido del 33% que por falta de tiempo no podrían realizar dicho estudio.

Figura 8. Interés en realizar una especialización si una institución de buen nombre la ofrece.

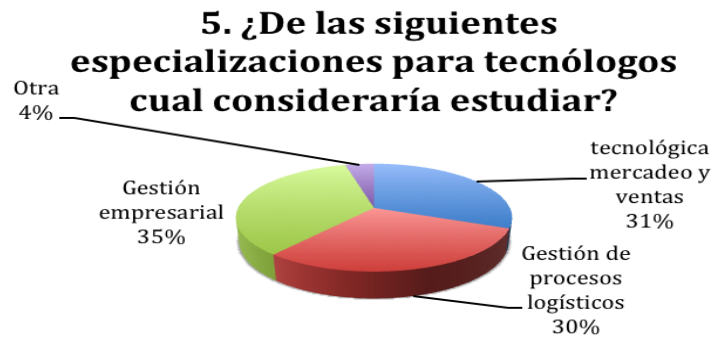
4. ¿Si existe una institución de educación superior de renombre que brinde la oportunidad de realizar especialización dirigida a tecnólogos, de acuerdo a sus expectativas usted se motivaría a realizar la especialización?



Fuente: El Autor

En la **Figura 8** muestra que el 93% de los encuestados tienen gran interés de realizar estudios de especialización en instituciones de renombre.

Figura 9. Preferencia de estudio



Fuente: El Autor

En el **Figura 9** muestra que de 3 especializaciones dadas a escoger a los tecnólogos encuestados de su mayor interés para realizar una especialización, el 35% tiene gran interés de realizar la especialización en gestión empresarial, el 31% en la especialización en gestión de mercadeo y ventas, y el 30% en la especialización en gestión de procesos logísticos.

Figura 10. Forma de pago de la especialización



Fuente: El Autor

En la **Figura 10** se observa que el 44% de la población encuestada pagarían sus estudios con ingresos propios, seguido muy de cerca por los préstamos bancarios con un porcentaje del 40%, el 10% esperan que la empresa les realice un préstamo bancario y el 6% que los patrocinen.

Figura 11. Porcentaje de salario a invertir en la especialización.

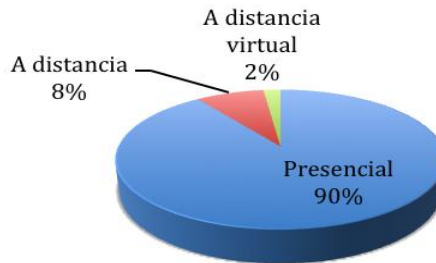


Fuente: El Autor

En la **Figura 11** se observa que El 50% de la muestra estaría dispuesto a invertir entre el 21 y el 40 % de su salario para la realización de una especialización, el 44% entre 5 y 20% y por último el 6% entre el 46 y 60%.

Figura 12. Preferencia de modalidad de estudio.

8. ¿Bajo qué modalidad realizaría la especialización?

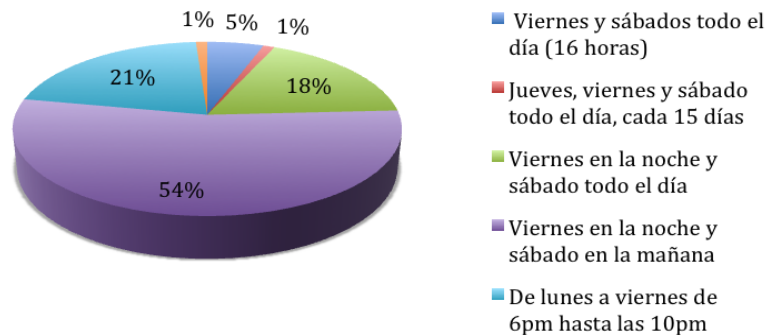


Fuente: El Autor

El **Figura 12** revela que El 90% de los tecnólogos encuestados le gustaría realizar la especialización en la modalidad presencial, el 8% estaría dispuesto a que sus clases sean impartidas a distancia y por último el 2% le gustaría a distancia virtual.

Figura 13. Horarios de preferencia al momento de estudiar la especialización

9. ¿Qué horarios considera los más aptos para estudiar la especialización?



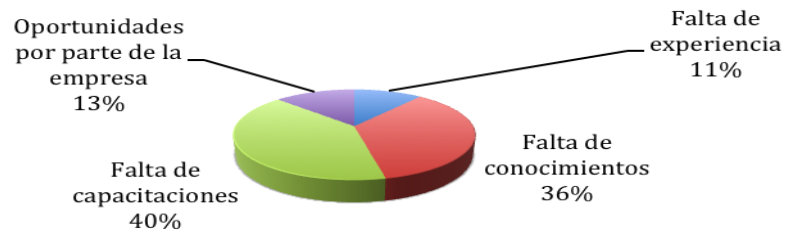
Fuente: El Autor

La **Figura 13** evidencia que el 54% de las personas encuestadas desean que la especialización sea impartida los días viernes en la noche y sábado en la mañana,

el 21% viernes y sábados todo el día, el 18% viernes en la noche y sábado todo el día y por último el 5% le gustaría viernes y sábados todo el día.

Figura 14. Aspectos que ayudaría a ascender en la organización

10. ¿Qué aspectos considera que le hace falta para poder ascender en la organización?

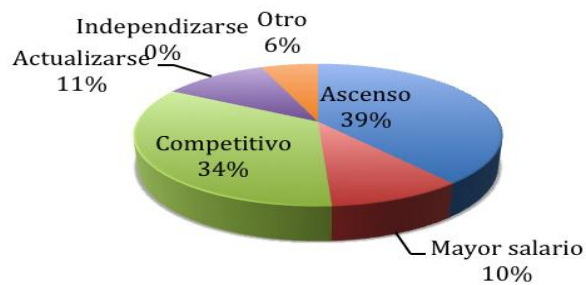


Fuente: El Autor

La **Figura 14** establece que el 40% de los encuestados consideran que lo que falta para ascender dentro de la organización es la falta de capacitación, el 36% falta de conocimientos, el 13% opina que les hace falta oportunidades de parte de la empresa y el 11% apela a la falta de experiencia.

Figura 15. Beneficios obtenidos al momento de terminar la especialización

11. ¿En que considera que una especialización dirigida a tecnólogos le ayudaría?

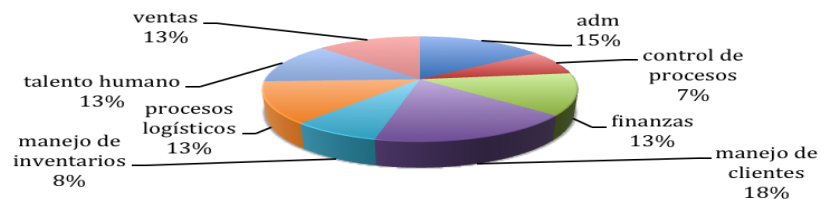


Fuente: El Autor

En la **Figura 15** se muestra el principal interés que tienen los tecnólogos al hacer una especialización, el 39% para ascender en la empresa en la que laboran, el 34% para ser más competitivos, seguida del 11% para actualizar sus conocimientos y un 10% para tener un aumento salarial.

Figura 16. Temática a profundizar

12. ¿Que tematicas especificas, le gustaria profundizar en la especializacion?

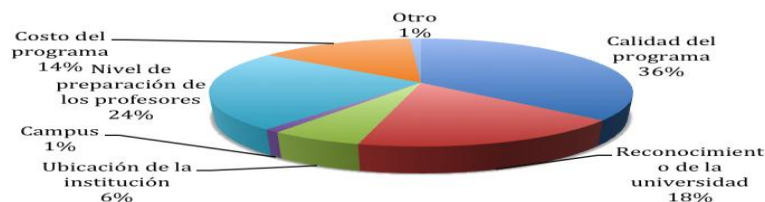


Fuente: El Autor

En la **Figura 16** se muestran las temáticas en las que a los tecnólogos les gustaría profundizar en la especialización, el 18% tiene interés de profundizar en el manejo de clientes, el 15% en administración, el 13% en finanzas, procesos logísticos, talento humano y ventas, y en porcentajes inferiores en manejo de inventarios y control de procesos.

Figura 17. Consideraciones a tener en cuenta al momento de escoger la institución donde se va a realizar la especialización

13. ¿Que tendria en cuenta para seleccionar la institución n donde va a realizar dicho estudio?

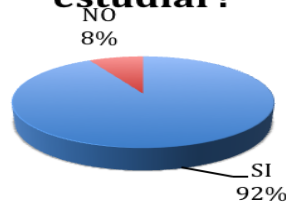


Fuente: El Autor

En **La Figura 17** se muestran las características que tendría en cuenta un tecnólogo para elegir la institución donde realizaría la especialización, el 36% la calidad del programa ofrecido, el 24% el nivel de preparación que tienen los profesores que dictaran el programa, el 18% el reconocimiento de la universidad, seguidas en porcentajes inferiores, el costo del programa, la ubicación de la institución y el campus.

Figura 18. Interés en realizar una especialización en la UPB

14. Si la Universidad Pontificia Bolivariana ofreciera un programa de especialización dirigida a tecnólogos, ¿Estaría dispuesto a estudiar?

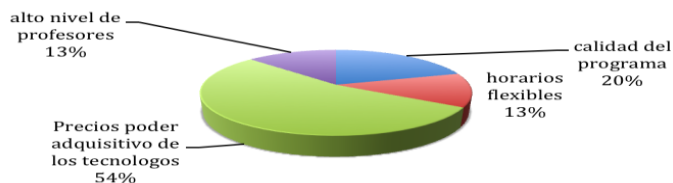


Fuente: El Autor

La **Figura 18** muestra que el 92% de los encuestados estaría dispuesto a realizar el programa de especialización en la Universidad Pontificia Bolivariana si esta lo ofreciera.

Figura 19. Recomendaciones a la UPB

15. ¿Qué recomendaciones le haría usted a la Universidad Pontificia Bolivariana a la hora de ofrecer una especialización dirigida para tecnólogos?



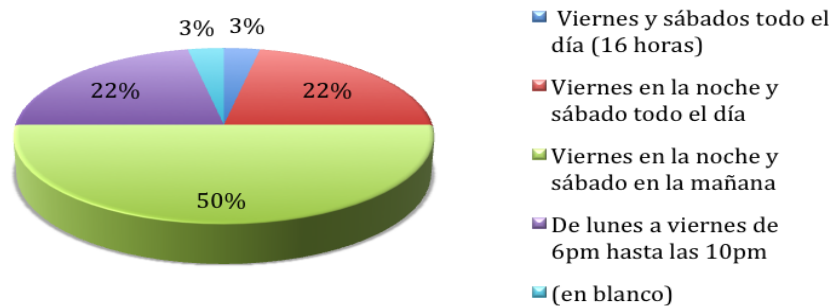
Fuente: El Autor

La **Figura 19** muestra las recomendaciones hechas por los encuestados a tener en cuenta por la universidad al abrir el programa de especialización, el 54% recomienda fijar los precios teniendo en cuenta el poder adquisitivo de los tecnólogos, el 20% ofrecer programas de alta calidad y el 13% horario flexible y alto nivel de preparación de los profesores.

A partir de la Figura 20, hasta la 25 se analizaran los resultados obtenidos obtenido por parte de los tecnólogos que escogieron en la pregunta 5 Figura 9 la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas, correspondiente al 31% de la población encuestada.

Figura 20. Preferencia de estudio Vs Horarios de preferencia al momento de estudiar la especialización.

Horario de Preferencia



Fuente: El Autor

En la **Figura 20** se identifica que el 52% de los tecnólogos interesados en la Especialización en Mercadeo y Ventas les gustaría que el horario de la misma sea los días viernes en la noche y sábados en la mañana, el 22% de lunes a viernes de 6 pm hasta 10 pm, al igual que viernes en la noche y sábado todo el día.

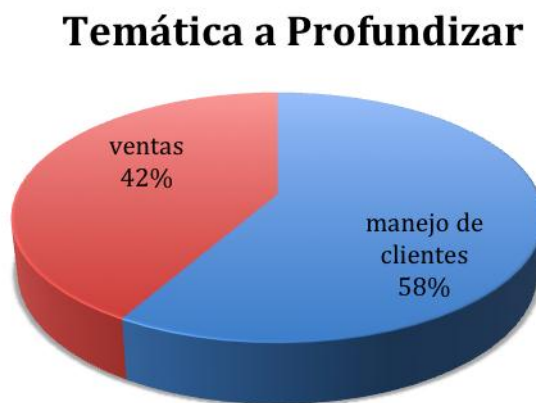
Figura 21. Preferencia de estudio Vs Beneficios obtenidos al momento de terminar la especialización



Fuente: El Autor

La **Figura 21** establece que el 50% de los tecnólogos que desean realizar la Especialización en Mercadeo y Ventas desean obtener como beneficio un ascenso, el 34% desea ser mas competitivo, el 13% espera un mejor salario y el 3% tiene como fin independizarse.

Figura 22. Preferencia de estudio Vs Temática a profundizar



Fuente: El Autor

En la **Figura 22** se muestra que de los tecnólogos interesados en una especialización en Mercadeo y Ventas el 58% desea profundizar en el Manejo de clientes y el otro 42% estarían interesados en aprender en ventas.

Figura 23. Preferencia de estudio Vs Consideraciones a tener en cuenta al momento de escoger la institución donde se va a realizar la especialización



Fuente: El Autor

En la **Figura 23** se establece que de los estudiantes tecnólogos encuestados interesados en una especialización en mercadeo y ventas, el 41% considera que al momento de escoger la institución donde va a realizar dichos estudios tienen en cuenta la calidad del programa, el 28% el costo del mismo, el 25% el reconocimiento de la universidad y el 6 % tienen en cuenta la ubicación de la institución.

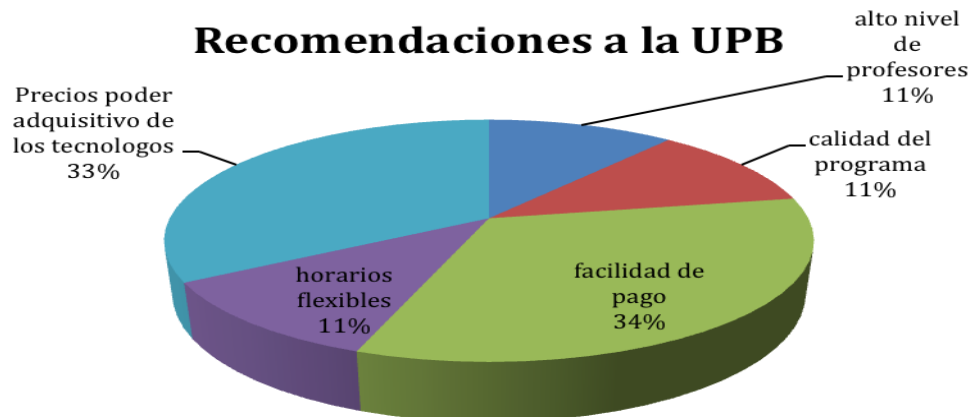
Figura 24. Preferencia de estudio Vs Interés en realizar una especialización en la UPB



Fuente: El Autor

La **Figura 24** evidencia que el 94% de los tecnólogos encuestados estarían dispuestos a realizar la especialización en Mercadeo y Ventas en la Universidad Pontificia Bolivariana.

Figura 25. Preferencia de estudio Vs Recomendaciones a la UPB



Fuente: El Autor

La **Figura 25** evidencia que el 34% de los tecnólogos interesados en realizar una especialización en Mercadeo y Ventas recomiendan a la Universidad Pontificia Bolivariana facilitar maneras de pago, el 33% piden precios acorde al poder adquisitivo, el 11% horarios flexibles y el ultimo 11% esperan un programa de calidad.

10.2.3. Conclusiones

1. De la investigación de mercados se puede concluir, que un 83% de los tecnólogos trabajadores objeto de este estudio, están interesados en continuar estudiando y realizar una especialización en el área de su preferencia, es importante anotar que el 57% de estos no conocían que podían realizar un estudio de posgrado a nivel de especialización, una vez terminaban su tecnología. Igual se corrobora que la principal competencia de una especialización para tecnólogos, es la terminación del ciclo profesional ya que del 17% que no está interesado en estudios de posgrado, la mitad manifestó que estaban terminando el ciclo.
2. Otra de las conclusiones importantes de este estudio es que de aquellos tecnólogos trabajadores que estarían de acuerdo en realizar una especialización (83%) más de un 90% estaría interesado si fuese impartida por una institución de educación superior de prestigio; y esta cualidad la ven reflejada en la calidad de los programas 36%, nivel de preparación de los profesores 24%, reconocimiento de la universidad 18%, estos son los principales atributos a la hora de escoger institución.
3. Respecto al programa propiamente dicho, se puede concluir:
 - a. La modalidad presencial es la preferida con un 90% de aceptación.

- b. El horario preferido es el de fin de semana 93%, y específicamente viernes en la noche y sábado en la mañana: 54%.
- c. Respecto al pago: el 44% lo realizaría con recursos propios y el 56% con préstamo, ya sea bancario, de la empresa o incluso patrocinio. Es importante resaltar que más del 50% estaría dispuesto a invertir más del 50% de su salario mensual en una especialización dirigida a tecnólogos.
4. Un aspecto fundamental para los tecnólogos trabajadores objeto de este estudio es el poder ascender en su organización y un 76% considera que a través de la capacitación y mejores conocimientos es el camino para lograrlo y considera que a través de un especialización pueden lograr, actualizarse, ascender, ser más competitivos y lograr un mejor salario.
5. Las temáticas en general sobre la cuales debe girar una especialización para tecnólogos , que ellos calificaron como principales son de tipo administrativo, y en su orden: manejo de clientes, gestión administrativa, ventas, finanzas, procesos logísticos, manejo del talento humano, (un 85%), y en menor escala , manejo de inventarios y control de procesos.
6. Si la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga ofreciera una especialización dirigida a tecnólogos, un 92% estaría dispuesto a realizarla, esto corrobora el nivel de aceptación dado en la conclusión número dos de este estudio. Y además concluye que para la población objeto de estudio es decir tecnólogos trabajadores la UPB seccional Bucaramanga es una institución de prestigio.
7. Dentro de la investigación de mercados se plantearon tres preferencias de estudio alrededor de las cuales debe girar un programa de especialización para tecnólogos; concluyéndose que en general las tres tienen un nivel de

aceptación muy parecido 35% Gestión Empresarial; 31% Mercadeo y Ventas y 30% Gestión de Procesos Logísticos.

8. Si tomamos la población que le interesa la Especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas, podemos concluir:
 - d. La modalidad debe ser presencial
 - e. El horario debe ser de viernes en la noche y sábado en la mañana es decir 10 horas semanales.
 - f. Debe la universidad facilitar mecanismos de financiación o facilidades de pago y además que el precio sea de acuerdo a lo que gana un tecnólogo.
9. Si nos detenemos en el asunto precio y lo cruzamos con que un 50% del salario de un tecnólogo, porcentaje que estaría dispuesto a invertir en la especialización en Mercadeo y Ventas, y según la última encuesta realizada por el DANE denominada “la Educación Superior si paga” (jul-sep. de 2010) referenciado en el informe del ministerio de Educación nacional de Agosto de 2011, donde plantea que en promedio en Colombia un Tecnólogo recién egresado gana alrededor de \$1.057.062 mensuales, podríamos acercarnos a proponer que un precio aceptable de toda la especialización estaría entre un 10 o máximo 11 salarios mínimos mensuales vigentes.
10. El currículo de su interés en una especialización en Mercadeo y Ventas, debe tener asignaturas encaminadas a hablar de manejo de clientes y Ventas.
11. Igualmente al final de la investigación recomiendan que la calidad del programa es muy importante (41%), seguido del costo del programa y reconocimiento de la Universidad .

12. Por todo lo anterior se puede concluir que es factible a nivel de demanda realizar una especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas ofrecida por la Universidad Pontificia Bolivariana.

11. ASPECTOS CURRICULARES

11.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROGRAMA

El área de Mercadeo y Ventas dentro de las organizaciones contemporáneas al año 2000, llegó a ser pieza fundamental en el sostenimiento y triunfo de las mismas. “El marketing se suele considerar como aquella labor de crear, promocionar y vender bienes y servicios a consumidores y empresas. De hecho, el personal de marketing ofrece al mercado al menos diez tipos de ofertas: bienes, servicios, experiencias, acontecimientos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas”⁴³. En esta frase se evidencia las grandes proporciones que ha tomado el tema del mercadeo dentro del mundo empresarial, ya que no solo se busca asegurar las ventas de un producto, si no que también se busca vender confianza, satisfacción y seguridad en la compañía.

Por tal motivo la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, tiene el interés de iniciar un programa de *especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas*, el cual está conformado por 4 ciclos: Nivelación, Fundamentación, Gestión, Gerencial; que tienen como finalidad formar a un especialista competitivo, capaz de responder a las exigencias del mercado, por esto, se organizó la malla curricular de tal manera que el participante adquiera todo el conocimiento y habilidades necesarias para responder a las exigencias del mundo laboral.

- El primer ciclo denominado **Nivelación**, tiene como propósito, que el estudiante de la *especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas* por ser de tipo interdisciplinario, es decir abierta a todo tipo de tecnólogos, sea un

⁴³Kottler, Philip. Dirección de Marketing. MacGraw-Hill, 1999 Pág 3

espacio curricular de experiencias académicas que propende por la calidad de la formación de los estudiantes, para mejorar su desempeño académico, dando las bases para introducirse en un programa de posgrado del área de ciencias Económicas , Administrativas y contables y así facilitar su inserción con éxito en el contexto universitario.

- El segundo ciclo denominado **Fundamentación**, tiene como propósito, que el estudiante de la especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas, aprenda las bases y los diferentes conceptos sobre la fundamentación de Marketing, creando una visión genérica de sus funciones y competencias, de igual manera es muy importante recalcar la necesidad que tienen las compañías de conocer las y preferencias de consumo de los clientes, por esta razón dentro de los lineamientos se contempla una materia que explica de forma general todos los factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor , el proceso de decisión de compra y el adecuado trato después de ella. habilidades como la negociación en su interacción con las personas y además el sello UPB de proyección social, en el curso sello de Responsabilidad Social y Empresarial.
- En el tercer ciclo denominado **Gestión**, tiene como propósito, que el estudiante de la *especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas*, aprenda los niveles, modelos y procedimientos para la segmentación de mercados, son pasos necesarios al momento de definir un público objetivo, valorando los segmentos del mismo; por otra parte se incorpora temática que incentiva la creación de nuevos productos o su mejoramiento en empaque. La correcta decisión al momento de fijación de precios es un pilar fundamental del programa, por tal razón se estructura una temática dirigida a él.
- En el último o cuarto ciclo denominado **Gerencial**, tiene como propósito, que el estudiante de la *especialización tecnológica en Mercadeo y Ventas*, está estructurado estratégicamente, para que el especialista conozca el papel de la

tecnología como facilitador de la estrategia mercantil contemporánea; y el de la innovación, como un proceso que debe administrarse dentro de un contexto social y competitivo; para lo cual debe desarrollar competencias que le permitan abordar aspectos corporativos, propios del proceso actual de globalización con eficiencia para alcanzar a captar mayor el número de consumidores, igualmente se actualice eligiendo temáticas de su interés afines a otras especializaciones y además se prepare con cursos sello de emprendimiento como el de iniciativa y desarrollo empresarial.

- En el último ciclo el estudiante tomara la asignatura de **Seminario de Investigación** que tiene como propósito el de Desarrollar competencias de investigación aplicada a través de la ejecución de un proyecto, donde se utilizarán los conocimientos y se fortalecerán las competencias desarrolladas durante la especialización, y cuyo resultado entregable será un Informe Final de Investigación.

11.2. DEFINICIÓN DE CURRÍCULO

Para el diseño curricular de la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas se define currículo como “un plan o programa de estudios, orientado al logro de unas metas educativas, basados en unos fundamentos que orientan la selección y organización de unos objetivos de aprendizaje, contenidos de estudio, actividades de enseñanza y aprendizaje y actividades de evaluación, ya sea en forma secuencial, integral, o de alcance”⁴⁴, es de tener en cuenta que no se puede ceñir esta palabra a una definición cerrada, puesto que dentro de un proceso educativo adquieren roles importantes los cambios constantes que hay dentro de la población donde se desenvuelva el estudiante, los cuales pueden ser los

⁴⁴<http://www.pucpr.edu/facultad/ejaviles/ED%20627%20PDF%20Files/02-162004/Definiciones%20de%20Curr%EDculo.pdf>

docentes, la comunidad, la ciencia, la tecnología, las políticas, las comunidades profesionales y los conocimientos.

11.3. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN DEL PROGRAMA

Dentro de los propósitos fundamentales de la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas se encuentran:

- Formar especialistas con amplio conocimiento del comportamiento consumista de las sociedades y técnicas actuales de ventas, de modo que esté en capacidad de diseñar y aplicar estrategias de Mercadeo y Ventas con conocimientos estadísticos.
- Generar competencias en ventas que le permitan conocer estrategias con el cual puedan captar la atención e interés de futuros clientes sin importar la complejidad de sus requerimientos.
- Desarrollar cualidades y destrezas como líder y conductor del personal a su cargo, orientador del mismo hacia misiones y objetivos que permitan una alta diferenciación y una gestión integral exitosa de la organización.
- Desarrollar la capacidad analítica y práctica de los participantes de la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas mediante ejercicios de análisis, diagnóstico, acciones de incursión de mercados, entre otros, buscando el desarrollo de las empresas y la satisfacción de los clientes. Formar especialistas éticos e integrales fundamentados en los valores del humanismo cristiano.

11.4. PERFILES

11.4.1. Perfil del Aspirante

La especialización va dirigida a tecnólogos formados en cualquier disciplina que se encuentren interesados en complementar su formación y/o desempeñarse en la dirección, coordinación y gerencia de una organización. Los aspirantes deberán ser personas con gran disposición al trabajo en equipo y una actitud abierta que permita un desempeño óptimo frente a procesos de aprendizaje con base en metodologías participativas

11.4.2. Perfil del Egresado

La Universidad Pontificia Bolivariana con este programa busca formar Especialistas en Mercadeo y Ventas con habilidades para diseñar estrategias, planear y tomar decisiones, y demás competencias adquiridas en el transcurso del posgrado, por otra parte la Universidad Pontificia Bolivariana con este programa busca formar Especialistas Tecnológicos en Mercadeo y Ventas con principios ético- cristianos, evidenciada en el respeto por la diferencia y el reconocimiento de la libertad, la autonomía de cada persona y la intervención de manera oportuna y eficaz en las distintas problemáticas del contexto.

11.4.3. Perfil Ocupacional

El egresado especialista en Mercadeo y Ventas tendrá las competencias para desempeñarse como:

Gerente del Área de Mercadeo y Ventas de todo tipo de organizaciones.

Asesor en el diseño de estrategias y políticas relacionadas con Mercadeo y Ventas.

Generador de proceso y productos innovadores.

Creadores de empresas o generadores de oportunidades de negocios innovadoras.

11.4.4. Competencias

Para la comisión europea, Competencia se refiere a una combinación de destrezas, conocimientos, aptitudes y actitudes, y a la inclusión de la disposición para aprender además del saber común.⁴⁵

Para la Universidad Pontificia Bolivariana la formulación de competencias, se caracterizan bajo los siguientes aspectos:⁴⁶

- La articulación de la teoría con la práctica
- El enfatizar en la ejecución de tareas y la resolución de problemas
- La construcción de un enfoque integral de formación que conecta el mundo del trabajo con el mundo de la educación.
- El trascender los conocimientos por un conjunto articulado de conocimientos, habilidades y actitudes.
- La base en la autonomía y la responsabilidad de la persona.
- La promoción del crecimiento personal y la consecución de metas organizacionales.

⁴⁵SECRETARIA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Definición de competencias. [pdf en línea] [fhttp://www.dgb.sep.gob.mx/informacion_academica/curso_taller/materiales_instructor/definicion_competencias.pdf](http://www.dgb.sep.gob.mx/informacion_academica/curso_taller/materiales_instructor/definicion_competencias.pdf) [citado el 20 de febrero]

⁴⁶ Dirección de Docencia Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Guía para la formulación de competencias.

- La búsqueda de la calidad en el desempeño laboral, con eficiencia y eficacia.
- Y el enfatizar en el desempeño, con lo cual se cierra la brecha entre los conocimientos, las habilidades y los valores y su puesta en escena de manera efectiva en las organizaciones.

La Universidad en su proceso actual de transformación curricular ha determinado algunas competencias genéricas, entre las cuales están: el trabajo en equipo, el liderazgo, el manejo de programas de software genérico, la gestión de información, el trabajo por proyectos, el manejo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la capacidad de aprender a aprender buscando la autonomía, crítica y crecimiento personal, así como el emprendimiento.

Dentro de las competencias específicas que busca desarrollar el programa de Especialización Tecnológica en Mercadeo Y Ventas en sus estudiantes y que responden al perfil del especialista que se desea alcanzar al terminar el proceso de formación, se encuentran fundamentadas en los valores y principios que orientan a la Universidad y en los requerimientos de orden laboral que el entorno empresarial solicita, y son:

- Crear estrategias innovadoras y emprendedoras, reconociendo sistemáticamente las amenazas y fortalezas y manteniendo una alta atención a nuevos enfoques y oportunidades de mercado.
- Capaz de aplicar como generadores de cambio en las áreas de marketing, ejercitando un liderazgo estratégico en la conducción, renovación y desarrollo de las compañías en las que se encuentre laborando.
- conocer el entorno de su organización, realiza análisis estratégico para formar un marco de referencia para la toma de decisiones en el área de marketing.

- Tener la capacidad, de impactar, persuadir, convencer a otros para lograr procesos gana-gana.
- Capacidad de dirigir acciones de la organización para lograr los resultados esperados.
- Implantar la igualdad, la justicia, respeto por el medio ambiente y la influencia para lograr beneficios en el campo social, son algunas características de esta competencia en el egresado.

11.5. CARACTERÍSTICAS DEL CURRÍCULO

11.5.1. Enfoque Humanista

Este criterio responde al principio fundamental y prioritario de la Universidad Pontificia Bolivariana, explícito tanto en la Misión como en su Proyecto Educativo. Busca fomentar por medio del Currículo el desarrollo individual y social de todos los miembros de la comunidad universitaria, propiciando cambios en la actitud y comportamiento de los mismos, mediante el rescate de los valores humanos enmarcados en los principios del humanismo cristiano.

11.5.2. Enfoque Investigativo

Mediante una gama de acciones educativas, el currículo busca inducir al estudiante de la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas en una actitud crítica y reflexiva, abierta a la creatividad y la innovación permitiendo su desarrollo intelectual y moral. Se busca a nivel de especialista favorecer y estimular la capacidad de imaginar nuevas alternativas y de superar esquemas rutinarios en el manejo de los problemas propios de la actividad empresarial. En

todos los cursos se plantean problemas propios a solucionar para situaciones reales de las empresas y se realiza el acompañamiento respectivo por los docentes de la especialización hasta concluir, utilizando diferentes metodologías, con respuestas concretas a cada situación reflejada. Por tanto, el currículo tendrá la investigación aplicada como elemento pedagógico transversal y de manera aplicada.

11.5.3. Integralidad

El currículo integrado se entiende como una propuesta de formación con la fuerza para construir vínculos entre el ser, el saber, el hacer y el trascender en contextos personales, disciplinarios y sociales. Para el caso de la especialización en Mercadeo y Ventas se busca la integración de conocimientos, técnicas y habilidades en todas las asignaturas, evitando la sectorización necesaria de tópicos o temas que por su naturaleza estén interrelacionados.

11.5.4. Interdisciplinariedad

La concepción del programa es por sí misma interdisciplinaria en su esencia y responde a las tendencias del mundo actual donde es difícil señalar fronteras de actuación profesional, por la interrelación cada vez más acentuada entre las distintas ramas del saber. El participante de la especialización requiere y le corresponde asumir una actitud de liderazgo hacia el trabajo y desarrollo de proyectos multidisciplinarios, pues es quien por su formación y en ejercicio le corresponde coordinar grupos de trabajo conformados por personas de diferentes especialidades y de distintos niveles de formación. Por esta razón, el plan de estudios estimula en el estudiante el abordaje de problemas, buscando gestionar la solución de manera estratégica, desde la función gerencial en las organizaciones, indiferente de la actividad, tipo y tamaño.

La Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas introduce componentes de interdisciplinariedad en las diferentes áreas a través de los trabajos de investigación aplicada que se dan a lo largo de las diferentes asignaturas; además estos son impartidos por docentes expertos en las diferentes disciplinas del saber propias de la gestión empresarial.

1.5.5. Flexibilidad

La flexibilidad se explica por el sentido de apertura de los límites y las relaciones entre áreas de conocimiento, ciclos y áreas académicas que dan forma al currículo.

El carácter flexible sugiere el planteamiento de formas alternas de organización del currículo, para el caso de la especialización en Mercadeo y Ventas, el primer proceso es la organización en **cuatro ciclos**, el primer ciclo denominado nivelación, el segundo ciclo fundamentación, el tercer ciclo Gestión y por último el cuarto ciclo Gerencial.

Con los anteriores requerimientos la Universidad Pontificia Bolivariana considera que su programa de Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas, cumple con los compromisos establecidos en su misión y con las necesidades de las organizaciones empresariales del medio al ofrecer un programa de formación integral y flexible que responda a las nuevas demandas de la sociedad, la economía y las empresas modernas.

11.6. LINEAMIENTOS PEDAGÓGICOS Y DIDÁCTICOS

11.6.1. Modelo Pedagógico Integrado

El modelo pedagógico adoptado pretende superar el modelo tradicional caracterizado por la simple transmisión del conocimiento y una relación estudiante alumno enmarcada en la autoridad y el control ejercidos por el docente (Ver anexo B en CD Modelo Pedagógico Integrado). El modelo pedagógico del currículo privilegia el aprendizaje activo del estudiante mediante el cual construye su propio conocimiento a partir de experiencias y pre saberes adquiridos con la ayuda del docente quien asume un rol de orientador y facilitador del proceso. En este nuevo modelo la relación estudiante alumno se encuentra soportada por el diálogo y el reconocimiento de la dignidad de cada uno como persona y hace énfasis en la indagación por parte del estudiante, el trabajo experimental, la práctica y las actividades independientes debidamente supervisadas

La consideración pedagógica del programa supone no sólo el planteamiento curricular sino toda una concepción filosófica, antropológica, didáctica y evaluativa. La Universidad Pontificia Bolivariana adopta un Modelo Pedagógico Integrado basado en los siguientes principios:

Principio de coherencia: como el modo de asegurar que los procedimientos institucionales conecten, articulen y relacionen el discurso con la práctica educativa; actitud lógica y consecuente con los principios que profesa la Universidad Pontificia Bolivariana.

Principio de cohesión: como el modo de asegurar que la formación se presente unificada a las personas participantes del proceso y cada una de ellas mantenga la capacidad de reconocer su función, sus responsabilidades y el lugar que ocupa dentro de la Institución.

Principio de identidad: como el modo de asegurar la trascendencia a partir de la promoción de todo aquello que caracteriza y distingue a la institución por la forma de ser, hacer y convivir de sus miembros.

De la misma manera se adoptan las siguientes concepciones para orientar sus procesos formativos:

Concepción filosófica. El Humanismo Cristiano, el cual aboga por la plena realización de la persona, de su ser y su vida, su sentido y su futuro en el marco de los principios cristianos. Se encamina a la búsqueda de un bien común trascendente para mejorar la vida humana. Se orienta al goce de la cultura y del espíritu. Respeta la libertad. Comprende la igualdad entre las personas. Y valora la justicia como fuerza de conservación de la comunidad política.

Concepción antropológica. La persona como realidad integral: se plantea como la interacción de las dimensiones humana y Cristiana, social y académica. Con el propósito de desarrollar las potencialidades humanas y favorecer procesos de reflexión, creatividad, interdisciplinariedad, investigación, servicio y excelencia académica.

Concepción pedagógica. La pedagogía como formación y el concepto de formación es estructurado desde tres referentes: comprensión de la condición antropológica de la persona, despliegue de la razón y desarrollo de la racionalidad para llevar a cabo los procesos de enseñanza, aprendizaje e investigación.

Por otro lado, el Modelo Pedagógico Integrado se define a partir de los siguientes componentes:

Las intencionalidades formativas. Resumidas en formación humana y cristiana, formación social, formación académica e investigación como proceso articulador.

La opción curricular: Diseño de un currículo integrado, esto es, una propuesta de formación con la fuerza para construir vínculos entre el ser, el saber, el hacer y el trascender en contextos personales, disciplinarios y sociales. Flexible, en el sentido de apertura de los límites y las relaciones entre áreas de conocimiento, ciclos y áreas académicas que dan forma al currículo. El carácter flexible sugiere el planteamiento de formas alternas de organización del currículo por núcleos, problemas o módulos, que explican la validez del trabajo interdisciplinario. Contextualizado (tiene en cuenta la interculturalidad y el diálogo interreligioso), además parte en contexto interno de la consideración de los elementos de la Visión y la Misión institucionales y en el contexto externo, hace una revisión de las tendencias en educación y la comparación con programas nacionales e internacionales para evaluar de manera permanente su pertinencia. Finalmente, es un currículo interdisciplinario, en tanto la fundación de nuevos campos de saber por medio de la exploración de fronteras del conocimiento, el paso de una visión totalizadora del conocimiento a una contextualizada y sistémica; la búsqueda de complementariedades y heterogeneidades más allá de las disciplinas, la apertura metodológica que integra el observador con lo observado y la acción recíproca de los objetivos, los fines, los conceptos y los niveles de aprendizaje.

Las concepciones de docente y estudiante: El docente UPB se concibe como un mediador, como un tutor, responsable de generar un proceso de formación y transformación de la persona, del saber y de la sociedad, que promueve el aprendizaje a través de la construcción y apropiación del conocimiento. Como docente su papel consiste en orientar creativamente el proceso de enseñanza y aprendizaje; permitir al estudiante construir su propio conocimiento y promover ambientes y experiencias adecuados que den la oportunidad para el aprendizaje significativo. Por su parte, el estudiante UPB se considera como un participante activo en la vida universitaria con un compromiso como persona íntegra, un ciudadano comprometido y un profesional competente al servicio de la transformación social y humana.

Las concepciones de enseñanza, aprendizaje y didáctica: El Modelo Pedagógico UPB se basa en el aprender a aprender cómo el proceso de estructuración y transformación que el estudiante hace del conocimiento desde la investigación, y no como la simple asimilación del mismo. Los contextos de aprendizaje se definen como espacios pedagógicos así: un espacio pedagógico personal, como descubrimiento de la lógica presente en la construcción de conocimiento; toma de conciencia de las habilidades y los procesos para abordar el aprendizaje y la toma de decisiones. Un espacio pedagógico de la interacción sujeto-contexto, que busca desarrollar potencialidades para comprender el entorno desde el contexto de las disciplinas y la interacción de los sujetos. El Modelo Pedagógico plantea el paso a un modelo generativo, que propicie el aprendizaje autónomo, la finalidad cognitiva como proceso de interacción con medios y mediaciones pedagógicas y tecnológicas que le posibiliten adquirir esta competencia.

La evaluación: Desde el Proyecto Institucional de la Universidad la autorregulación y la autoevaluación se hacen con base en la autonomía, la responsabilidad y los compromisos para cualificar los procesos por parte de quienes intervienen en ellos.

Se asume la evaluación como un compromiso ético y un proceso transparente, lo cual significa que tiene que ser un producto legítimo de su vida interna como comunidad científica, disciplinar e institucional.

A partir del Modelo Pedagógico Integrado, la evaluación de los aprendizajes se construye desde el aprendizaje significativo, teniendo en cuenta los siguientes elementos: continuidad y permanencia de la evaluación; carácter retro-alimentador del proceso evaluativo; roles de la evaluación en el proceso de aprendizaje; relaciones entre los procesos de evaluación y aprendizaje; la utilización de los nuevos procedimientos de evaluación.

La formación así como la evaluación estarán basadas en competencias de carácter axiológico, cognitivo y procedimental, que serán abordadas a partir de tres ejes fundamentales: los requerimientos de la sociedad, el proyecto ético de vida del estudiante y las exigencias laborales profesionales, procurando un adecuado equilibrio que garantice la formación integral como propósito fundamental y la directriz más importante de la Universidad Pontificia Bolivariana.

11.6.2. Estratégicas Pedagógicas

Estrategias pedagógicas en la presencialidad

Las metodologías y estrategias pedagógicas propuesta para la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas en el plano didáctico implican promover condiciones y situaciones de aprendizaje que permitan:

- Integrar el aprendizaje a las condiciones reales de trabajo.
- Identificar o construir condiciones de aplicación más reales (por ejemplo, diferentes ejercicios de simulación, talleres, trabajos de campo, prácticas de laboratorio, ensayos, tareas de micro enseñanza, etc.).
- Diseñar experiencias de aprendizaje que permitan arribar a diferentes soluciones o a varias alternativas de solución.
- Crear entornos que sean cooperativos, colaborativos y apoyadores.
- Alternar momentos de confrontación entre situaciones reales con momentos de sistematización del conocimiento o teoría.

- Priorizar estrategias didácticas en las que los estudiantes jueguen un papel activo, que les permita descubrir y construir conocimiento por sí mismos.
- Realizar evaluaciones longitudinales y múltiples para reunir evidencias de desempeño desde diferentes fuentes.
- Identificar posibles niveles de desempeño como criterios para la evaluación.
- Promover el aprendizaje a través de situaciones problemáticas.

Por tanto, en este nivel de formación se busca desde el rol docente acompañar al estudiante y facilitarle procesos de construcción del conocimiento que le permitan convertir las situaciones de aula y las de los diversos contextos en los que actuará y de esta manera re conceptualizar y ampliar el conocimiento pedagógico, la comprensión de la realidad y generar estrategias de intervención innovadora al tejido empresarial.

Desde la cátedra se desarrollaran metodologías y estrategias de enseñanza y aprendizaje partiendo de los contenidos seleccionados para el programa de estudio presentado. Entre las acciones educativas concretas a través de las cuales se desarrollan las intencionalidades anteriormente consignadas se aplicarán, entre otras:

- Las conferencias magistrales sobre contenidos teóricos por parte del docente.
- Los talleres dirigidos por los docentes del programa. Se entienden como una forma de enseñar y aprender, apoyándose en los principios de aprender haciendo, la participación activa, la pregunta, el trabajo interdisciplinario y en equipo y el carácter globalizante e integrador.

- El seminario es un método que se configura en el análisis de textos a partir de la reflexión individual y la confrontación en pequeños grupos.
- El estudio de casos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- El trabajo de campo donde se plantean problemas a analizar y solucionar para empresas reales, hasta concluir con respuestas concretas a la necesidad empresarial.
- Laboratorios virtuales. Este trabajo se apoyará en algunas prácticas en laboratorios especialmente para la consulta en Internet, bajo la supervisión del docente.
- El seminario de investigación. realizará el acompañamiento para la realización de la sistematización de toda la experiencia vivida, al igual que para la estructuración y entrega del informe final producto de estos resultados.
- El conocimiento de conceptos previos: para conocer esquemas relacionados con el marco teórico, se utilizaron estrategias como consultas bibliográficas, lecturas previas, preguntas relacionadas, discusión en grupos, etc.
- El aprendizaje centrado en el estudiante, donde el alumno participa activamente mediante la producción de trabajos escritos, las exposiciones y sustentaciones de trabajos aplicados y su contexto en las empresas, el estudio de casos, entre otros.
- La conexión entre los aprendizajes previos y los nuevos conceptos por aprender. Se trata de ir más allá de la asociación de información, se busca la aplicación de los conocimientos, para la elaboración de redes, esquemas y mapas conceptuales; estrategias de carácter interpretativo, entre otras alternativas.

Actividades de acompañamiento al trabajo independiente del estudiante

El trabajo independiente del estudiante tendrá diferentes formas de acompañamiento y seguimiento, Algunas de estas actividades son:

- Lectura personal y estudio de casos
- Trabajo entorno sectorial y análisis de coyuntura
- Análisis de contexto
- Trabajos sobre estrategia, productividad y competitividad, mercadeo, finanzas, vigilancia tecnológica, entre otros
- Utilización de bases de datos para el registro y análisis de los trabajos grupales e individuales, así como la interacción por fuera del aula de clase a través de foros, links, suministro de archivos y textos, la asesoría vía correo electrónica y apoyada en medios de video conferencia, ofreciendo la viabilidad de funcional en tiempo real.

11.7. PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios diseñado para la especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas, se desarrolla en 4 ciclos destinados a construir concepciones armónicas para la formación integral de los participantes.

A continuación en la tabla 11, se presenta el plan de estudios del programa, con sus horas teóricas, prácticas, independientes y el número de crédito de cada asignatura:

Tabla 11. Plan de Estudios de la Especialización en Mercadeo y Ventas.

PRIMER CICLO NIVELACIÓN					
ASIGNATURA	HORAS PRESENCIALES		HORAS INDEPENDIENTES	HORAS TOTALES	CRÉDITOS
	H.T	H.P			
Comportamiento Organizacional	16	0	32	48	1
Economía para la Gestión	16	0	32	48	1
Contabilidad de Costos	16	0	32	48	1
Estadística Descriptiva	16	0	32	48	1
Total Primer Ciclo	64	0	128	192	4
SEGUNDO CICLO FUNDAMENTACIÓN					
ASIGNATURA	HORAS PRESENCIALES		HORAS INDEPENDIENTES	HORAS TOTALES	CRÉDITOS
	H.T	H.P			
Fundamentos de Marketing	16	0	32	48	1
Comportamiento del Consumidor	16	0	32	48	1
Investigación de Mercados	16	0	32	48	1
Responsabilidad Social y Ética Profesional	16	0	32	48	1
Competencias en Negociación	16	0	32	48	1
Total Segundo Ciclo	80	0	160	240	5
TERCER CICLO GESTIÓN					
ASIGNATURA	HORAS PRESENCIALES		HORAS INDEPENDIENTES	HORAS TOTALES	CRÉDITOS
	H.T	H.P			
Segmentación de Mercados	32	0	64	96	2
Gestión De la Marca	16	0	32	48	1
Investigación y Desarrollo de nuevos	16	0	32	48	1

productos					
Estrategia de Precios	16	0	32	48	1
Estrategia de Comunicación	32	0	64	96	2
Estrategia de Canales de Marketing	32	0	64	96	2
Total Tercer Ciclo	144	0	288	432	9
CUARTO CICLO GERENCIAL					
ASIGNATURA	HORAS PRESENCIALES		HORAS INDEPENDIENTES	HORAS TOTALES	CRÉDITOS
	H.T	H.P			
Gerencia de Ventas	32	0	64	96	2
Mercadeo Estratégico	32	0	64	96	2
Iniciativa y Desarrollo Empresarial	16	0	32	48	1
Electiva	16	0	32	48	1
Seminario de Investigación	32	0	32	48	2
Cuarto Ciclo	126	0	224	336	8
TOTAL	414	0	800	1200	26

Fuente: El Autor

HT : Hora presencial teórica; HP : Hora presencial práctica; HTI : Hora trabajo independiente.

**Para estar actualizado y en concordancia con la dinámica de los mercados, los avances tecnológicos y los cambios en el entorno de las organizaciones, se propone el desarrollo de electivas acorde con las necesidades del estudiante, quien podrá escoger dentro de las asignaturas de especializaciones para tecnólogos aquellas que se ajusten a sus expectativas en virtud del desarrollo de las competencias y conocimientos requeridos.

*****Seminario de Investigación. (2 créditos):**

Desarrolle competencias de investigación aplicada a través de la ejecución de un proyecto donde se utilizarán los conocimientos y se fortalecerán las competencias desarrolladas durante la especialización, y cuyo resultado entregable será un Informe Final de Investigación.

Para la ejecución de este proyecto el estudiante tendrá el apoyo de un experto en el tema, en calidad de tutor.

11.8. CRÉDITOS ACADÉMICOS

Los créditos académicos se toman teniendo en cuenta los requerimientos del plan de estudios de la especialización e incluye, las horas presenciales en el aula, las horas prácticas y el trabajo independiente.


11.9. CONTENIDO GENERAL DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS


Los contenidos detallados de todas las asignaturas del plan de estudios se presentan a continuación; para cada asignatura se discrimina: Nombre, ciclo al cual pertenece, Intensidad Horaria, créditos, metodología, propósito de la asignatura, contenido, y bibliografía.


Tabla 12. Plan de Estudios Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas. Comportamiento Organizacional.

Asignaturas primer ciclo

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p align="center">UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Comportamiento organizacional
CICLO:	NIVELACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIA
<p>OBJETIVOS</p> <p>Desarrollar en el estudiante la comprensión de la conducta humana, tanto grupal como individual, dentro de las organizaciones, así como el análisis de los factores internos y externos que afectan el comportamiento organizacional.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El comportamiento humano en las organizaciones • Comportamiento individual • Motivación • Comportamiento grupal • Liderazgo • Conflicto 	
<p>BIBLIOGRAFÍA :</p> <p>ROBBINS, Stephen P. Comportamiento organizacional conceptos controversias y aplicaciones. -- 6a. ed. -- México: Prentice Hall, c2004</p> <p>IVANCEVICH, John M, Konopaske, Robert Matteson, Michael T. Comportamiento Organizacional. -- 7a ed. -- México : McGraw-Hill, c2006</p> <p>GONZÁLEZ, Martín. OLIVARES, Socorro. Comportamiento Organizacional: Un enfoque latinoamericano. -- México: Cecs, 1999.</p> <p>RODRIGUEZ, Valencia Joaquín. Dirección Moderna de Organizaciones. -- Australia : Thompson, 2006.</p>	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Economía para la gestión.
CICLO:	NIVELACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIA
<p>OBJETIVOS Estudiar desde una perspectiva teórica y aplicada los principales tópicos macroeconómicos que comprenden el entorno económico nacional e internacional incluyendo el análisis de los indicadores económicos, la política económica y los escenarios económicos, necesarios para la toma de decisiones gerenciales en las organizaciones.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El entorno y formas de relacionamiento • Análisis del entorno económico de los negocios • Indicadores de desempeño económico agregado • La política económica y las decisiones empresariales. • Análisis de los mercados, la coyuntura y la política económica de corto plazo. • Sensibilidad de la empresa a cambios del entorno económico y de la política económica. • Organización institucional para la toma de decisiones en la política económica. • Instrumentos y variables de la política económica. • Análisis de Coyuntura • Aspectos relevantes de la economía mundial 	
<p>BIBLIOGRAFÍA</p> <p>CÁRDENAS SANTAMARÍA. Introducción a la Economía Colombiana. Editorial Alfaomega. Enero 2007.</p> <p>LORA, Eduardo. VIAL, Joaquín. Análisis de Coyuntura Económica. “Métodos aplicados en América Latina”. Tercer Mundo Editores. Agosto 1995.</p> <p>O’KEAN, J. Economía para negocios. Análisis del entorno económico de los negocios. Mc Graw Hill. 2000.</p> <p>RABANAL, Nuria. GONZÁLEZ, Concepción. ORTEGA, Pedro. “El entorno económico actual”. Editorial Thomson. Madrid, 2003</p>	


 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p align="center">UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Contabilidad de Costos
CICLO:	NIVELACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS.
<p>OBJETIVOS Se pretende que el estudiante desarrolle juicios propios para plantear y emplear el sistema de costes que responda mejor a las necesidades de cada organización, como también que el estudiante realice un estudio de la contabilidad de gestión como sistema de información encaminado a la toma de decisiones racionales en la organización.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos • Estados Financieros Concepto Elementos Clasificación • Registro en libros • Procedimientos de Registro de Mercancías • Procesamiento final de datos 	
<p>BIBLIOGRAFÍA</p> <p>BACKER, Marton, Jacobsen, Lyle Ramírez Padilla, David Noel. Contabilidad de costos : un enfoque administrativo para la toma de decisiones. -- 2a. ed -- México : McGraw-Hill, c1988</p> <p>CUEVAS Villegas, Carlos Fernando. Contabilidad de costos: Enfoque gerencial y de gestión. -- 2a. ed -- Bogotá : Pearson Education, c2001.</p> <p>OROPEZA Martínez, Humberto. Los Costos en la Empresa : Guía Técnica. -- México : Trillas, 2005</p> <p>MEIGS, Walter B. Contabilidad la base para decisiones comerciales. -- Bogotá : McGraw-Hill, c1983.</p> <p>ROSSELL, James H. Contabilidad de costos : un enfoque administrativo. -- 3a. ed -- México : Interamericana, c1984.</p> <p>HARGADON, Bernard J. Contabilidad de Costos. -- 2a.ed -- Barcelona : Norma, 1988.</p>	


 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p align="center">UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Estadística Descriptiva
CICLO:	NIVELACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS.
<p>OBJETIVOS Que el estudiante logre adquirir las herramientas necesarias de estadística para llevar a cabo una toma de decisiones racional, en la solución de problemas en el medio en el que se desarrolla.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Probabilidad • Distribuciones discretas de probabilidad • Variables aleatorias continuas • Distribuciones multivalentes • Estadística descriptiva • Contraste de hipótesis 	
<p>BIBLIOGRAFÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> • BYRIKIT, Donald R. Elements os statistics : An introduction to probability and statistical inference. -- 2nd.ed -- New York : Van Nostrand, c1975 • MENDENHALL, William. Estadística para administración y economía. -- California : Wadsworth, c1978 • CHRISTENSEN, Howard B. Estadística paso a paso. -- México : Trillas, 1983 	


ASIGNATURAS CICLO FUNDAMENTACIÓN

 <p style="margin: 0;">Universidad Pontificia Bolivariana <small>SECCIONAL BUCARAMANGA</small></p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Fundamentos De Marketing
CICLO:	FUNDAMENTACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS.
<p>OBJETIVO</p> <p>Definir las funciones del Marketing, sus principales herramientas y conceptos y así identificar que orientaciones y reacciones siguen las empresas ante los nuevos desafíos.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El alcance del marketing • Generalidades de las funciones del marketing • Principales conceptos del marketing • El enfoque producción 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hulber, James M. Mercadotecnia : Una perspectiva estratégica. -- México : McGraw-Hill, c1989 • Eigler, Pierre. Servucción : El marketing de servicios. -- Bogotá : McGraw-Hill, 1989 • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Comportamiento Del Consumidor
CICLO:	FUNDAMENTACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS.
<p>OBJETIVO</p> <p>Conocer como influyen las características de los consumidores (culturales, sociales, personales y psicológicas) sobre sus modelos de compra y como toman sus decisiones de consumo.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principales factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor • Proceso y etapas de decisión de compra • Comportamiento pos compra 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arellano Cueva, Rolando. Comportamiento del consumidor y marketing aplicaciones prácticas para América Latina. -- México : Harla, c1993. • Solomon, Michael R. Comportamiento del consumidor : comprar, tener y ser. -- 3a. ed. -- México : Prentice Hall, c1997. • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Investigación De Mercados
CICLO:	FUNDAMENTACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	Conferencia
<p>OBJETIVOS</p> <p>Identificar el desarrollo de la planificación estratégica en las distintas divisiones de la empresa, principales pasos de un proceso de marketing y como planificar desde el punto de vista del producto.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación estratégica corporativa • Proceso de marketing • Concepto y componentes de un sistema de información de marketing • Planificación del producto: la naturaleza y el contenido de un plan de marketing 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Malhotra, Naresh K. Investigación de mercados : Un enfoque práctico. -- 2a.ed -- México : Prentice Hall, c1997. • Miquel, Salvador. Investigación de mercados. -- Madrid : McGraw-Hill, c1997 • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p align="center">UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Responsabilidad Social y Ética Empresarial
CICLO:	FUNDAMENTACIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	Conferencia
<p>OBJETIVOS</p> <p>Crear en los estudiantes conciencia de la responsabilidad que tienen las organizaciones con el entorno de la esfera, a partir de un compromiso ético que deban asumir todos los miembros y que va más allá de solo el mercadeo de los bienes.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética. Conceptos. La pregunta propia de la ética. • La ética empresarial en el contexto de una ética social. La nueva ética de los empresarios en las empresas contemporáneas. • Efectos del mercado sobre la sociedad. 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hernández Fernández, José Luis. Ética para empresarios y directivos. - 2a .ed -- Madrid : ESIC, 1996. • Martínez Herrera, Horacio. El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial. -- Bogotá : Universidad Pontificia Javeriana, 2005. • Restrepo Gonzalez, Ramiro. Responsabilidad social : Nueva Teoría, Nuevas Prácticas. -- 2a ed. -- Bogotá : Icontec, 2009 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
<p>ASIGNATURA:</p>	<p>Competencias en Negociación</p>
<p>CICLO:</p>	<p>FUNDAMENTACIÓN</p>
<p>TOTAL HORAS PRESENCIALES :</p>	<p>16</p>
<p>CRÉDITOS :</p>	<p>1</p>
<p>METODOLOGÍA:</p>	<p>Conferencia</p>
<p>OBJETIVOS</p> <p>Crear Especialistas con habilidades de negociar para aumentar las ventas, esencial establecer en un mercado competitivo.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de Negociación. • Servicio al cliente. • Conceptos de negociación. • Gerencia de Negocios. 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maddux, Robert B. Negociación exitosa estrategias y tácticas efectivas para negocios. -- México : Trillas, 1991. • Maubert, Jean-Francois. Negociar las claves para triunfar. -- México : Alfaomega, c1995. • LafontPianetta, Pedro. Manual de Contratos : Panorama de la negociación contemporánea. -- Bogotá : Ediciones Librería del Profesional, 2001 	

ASIGNATURAS CICLO GESTIÓN


 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
<p>ASIGNATURA:</p>	<p>Segmentación De Mercados Y Definición De Publico Objetivo</p>
<p>CICLO:</p>	<p>GESTIÓN</p>
<p>TOTAL HORAS PRESENCIALES :</p>	<p>32</p>
<p>CRÉDITOS :</p>	<p>2</p>
<p>METODOLOGÍA:</p>	<p>CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS.</p>
<p>OBJETIVOS</p> <p>Identificar los segmentos que forman el mercado y los criterios a utilizar para elegir el más adecuado dependiendo del publico objetivo.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niveles Y Modelos De Segmentación De Mercados • Segmentación De Mercados de Consumo Y Mercados Empresariales • Definición Del Publico Objetivo 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fernández Valiñas, Ricardo. Segmentación de Mercados. -- 2a.ed -- Australia : Ecafsa, c2002. • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotenia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991. 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Gestión De La Marca
CICLO:	GESTIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIA
<p>OBJETIVOS</p> <p>Definir los principales atributos de diferenciación por los que puede optar una empresa y las estrategias más adecuadas para cada etapa del ciclo de vida de la marca.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas De Diferenciación Competitiva • Desarrollo Y Comunicación De Una Estrategia De Posicionamiento 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Miquel, Salvador. Investigación de mercados. -- Madrid : McGraw-Hill, c1997 • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Investigación Y Desarrollo De Nuevos Productos
CICLO:	GESTIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS
<p>OBJETIVOS</p> <p>Identificar las principales características de un producto y así crear y gestionar líneas y gamas nuevas de productos.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Producto Y El Mix De La Marca • Decisiones Sobre Líneas De Productos • Decisiones De Marca • Decisiones Sobre Embalaje Y Etiquetado 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Urban, Glen L. Design and marketing of new products.. -- 2nd.ed. -- Englewood : Prentice Hall, c1993. • Schilling, Melissa A. Dirección Estratégica de la Innovación Tecnológica. -- 2a.ed. -- Madrid : McGraw-Hill, c2008. • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991 	


 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Estrategia De Precios
CICLO:	GESTIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIA
<p>OBJETIVOS</p> <p>Establecer por primera vez el precio de un producto, como variar el precio adecuadamente para hacer frente al cambio de circunstancias y de oportunidades.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fijación De Precios • Adaptación De Precios • Iniciación Y Respuesta Ante Cambios De Los Precios 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
<p>ASIGNATURA:</p>	<p>Estrategia De Canales De Marketing</p>
<p>CICLO:</p>	<p>GESTIÓN</p>
<p>TOTAL HORAS PRESENCIALES :</p>	<p>32</p>
<p>CRÉDITOS :</p>	<p>2</p>
<p>METODOLOGÍA:</p>	<p>CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS</p>
<p>OBJETIVOS</p> <p>Explicar a las decisiones a que se enfrentan las empresas cuando diseñan, dirigen valoran y modifican sus canales de marketing.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operación De Canales De Marketing • Decisiones Sobre El Diseño Del Canal • Decisiones Sobre La Dirección Del Canal • La Dinámica De Los Canales 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991. • Cutropía Fernández, Carlo. El Plan de Marketing Paso a Paso. -- 2a ed. act. y aum. -- Madrid : Esic Editorial, 2005. 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Estrategias De Comunicación De Marketing
CICLO:	GESTIÓN
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	32
CRÉDITOS :	2
METODOLOGÍA:	CONFERENCIAS, SEMINARIO- TALLER, ESTUDIO DE CASOS
<p>OBJETIVOS</p> <p>Reconocer las decisiones más importantes para conseguir un programa de comunicación de marketing integrado.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo De Una Comunicación Efectiva • Dirección Y Coordinación De La Comunicación Integral De Marketing • Diseño Y Desarrollo De Programa De Publicidad • Relaciones Publicas y Promoción de Ventas 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991. • Cutropía Fernández, Carlo. El Plan de Marketing Paso a Paso. -- 2a ed. act. y aum. -- Madrid : Esic Editorial, 2005. 	

ASIGNATURAS DEL CICLO GERENCIAL

 <p style="text-align: center;">Universidad Pontificia Bolivariana <small>SECCIONAL BUCARAMANGA</small></p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Gerencia De Ventas
CICLO:	GERENCIAL
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	32
CRÉDITOS :	2
METODOLOGÍA:	CONFERENCIA
<p>OBJETIVOS</p> <p>Establecer conocimientos que faciliten la producción y distribución del valor y la satisfacción del cliente aplicando una gestión de calidad total.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos De Valor Y Satisfacción En El Cliente • Como Proporcionar Valor Y Satisfacción • Atracción Y Retención De Clientes 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991. • Stanton, William J. Ventas : Conceptos, Planificación y Estrategias. -- Santafé de Bogotá : McGraw-Hill, c1997. 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Mercadeo Estratégico
CICLO:	GERENCIAL
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	CONFERENCIA
<p>OBJETIVOS</p> <p>Inspeccionar las estrategias más apropiadas para cada etapa de la evolución del mercadeo.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias De Marketing De Ciclo De Vida Del Producto • Evolución Del Mercado • Herramientas De Diferenciación Competitiva 	
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hulber, James M. Mercadotecnia : Una perspectiva estratégica. -- México : McGraw-Hill, c1989 • Eigler, Pierre. Servucción : El marketing de servicios. -- Bogotá : McGraw-Hill, 1989 • Kotler, Philip. Fundamentos de mercadotecnia. -- 2a. ed -- México : Prentice Hall, c1991 	

 <p>Universidad Pontificia Bolivariana SECCIONAL BUCARAMANGA</p>	<p align="center">UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Iniciativa Y Desarrollo Empresarial
CICLO:	GERENCIAL
TOTAL PRESENCIALES :	16
HORAS	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	Conferencia, seminario – taller, estudio de casos, trabajo de campo.
<p>PROPÓSITOS DE LA ASIGNATURA:</p> <p>El objetivo de esta asignatura consiste en desarrollar en el estudiante una serie de actitudes y aptitudes que le motiven a emprender y dirigir un proyecto de negocio, aumentando el dinamismo empresarial y contribuyendo, de este modo, al desarrollo económico y social de nuestro entorno. El programa elaborado a tal efecto recoge el conjunto de fases recomendables para la implantación con éxito de la idea de negocio, así como otros factores que influyen tanto en la creación de la empresa como en su desarrollo posterior.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ↻ Generación de la idea: la creatividad y el proceso creativo ↻ El emprendedor y la nueva empresa ↻ El plan de negocio. ↻ Análisis de mercado y decisiones estructurales. ↻ Planificación de actividades. ↻ Localización y acceso a los recursos financieros. ↻ Constitución de la empresa. ↻ Fórmulas alternativas para convertirse en empresario. ↻ Creación y dirección de pymes. 	
<p>Bibliografía:</p> <p>Meléndez Reyes, Humberto. Plan de negocios y análisis de inversiones. -- Bucaramanga : Universidad Santo Tomás, 2005. 183 p.</p> <p>Balanko-Dickson, Greg. Cómo Preparar un Plan de Negocios Exitoso. -- México : McGraw-Hill, c2008. xv, 382 p.</p> <p>Gutierrez Navas, Elsa Beatriz. Serrano Gómez, Lupita. Guía Práctica para el Emprendedor : Directorio de Programas de Apoyo a la Creación de Empresas con Impacto en Santander. -- Bucaramanga : Universidad Pontificia Bolivariana-Seccional Bucaramanga, 2006. 222 p.</p>	

	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESCUELA INGENIERÍA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS</p>
ASIGNATURA:	Electiva
CICLO:	GERENCIAL
TOTAL HORAS PRESENCIALES :	16
CRÉDITOS :	1
METODOLOGÍA:	Conferencia, seminario – taller, estudio de casos, trabajo de campo.
<p>PROPÓSITOS DE LA ASIGNATURA:</p> <p>El propósito de esta asignatura es actualizar y en concordancia con la dinámica de los mercados, los avances tecnológicos y los cambios en el entorno de las organizaciones, se propone el desarrollo de electivas acorde con las necesidades del estudiante, quien podrá escoger dentro de las asignaturas de especializaciones para tecnólogos aquellas que se ajusten a sus expectativas en virtud del desarrollo de las competencias y conocimientos requeridos.</p>	
<p>CONTENIDO:</p> <p>↗ Depende del portafolio del cual escoja el estudiante</p>	
<p>Bibliografía:</p> <p>Depende del portafolio del cual escoja el estudiante</p>	

12. ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS

12.1. ACCIONES EDUCATIVAS PROPIAS DE LA ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS.

12.1.1. Clase Teórica

Son los espacios donde estudiantes y docentes intercambian instrucción teórica en un determinado campo del saber, permitiéndole al estudiante acceder de manera organizada al conocimiento acumulado y asimilar e integrar los contenidos, así como generar sus propias relaciones y conclusiones al apropiarse del conocimiento que le es pertinente.

Consta básicamente de exposiciones del docente, conducción de las clases sobre lecturas asignadas, seminarios, exposiciones por parte de los estudiantes, sustentación de trabajos individuales o grupales y resolución de problemas teóricos e implica un tiempo para la preparación previa y el trabajo posterior por parte del estudiante, bajo la orientación motivadora del docente.

12.1.2. Laboratorios

Es el espacio que el estudiante dedica a la comprobación experimental de leyes o principios teóricos sobre los cuales ha estado leyendo y analizando en la clase. Prevee la aplicación de métodos o protocolos predeterminados, en la ejecución de ensayos y técnicas bajo condiciones controladas de laboratorio, con la orientación y guía de un profesor o instructor. Permite también la formulación y desarrollo de proyectos asociados con una o más asignaturas y le da la oportunidad al estudiante de abordar con rigor científico el trabajo experimental, adquirir

competencias, habilidades y destrezas en el manejo adecuado de materiales, recursos, equipos, herramientas y técnicas para la toma de decisiones en Mercadeo y Ventas.

El trabajo de laboratorio supone, además de las horas presenciales con acompañamiento del instructor o docente, horas dedicadas por el estudiante a la elaboración y discusión en grupo de los informes correspondientes.

12.1.3. Talleres

Espacios de participación individual y grupal en el estudio de casos dirigidos por los docentes del programa. Esta acción educativa forma parte de las horas teóricas y en más de un 70% de las asignaturas, realizan estudios de casos sectoriales o de organizaciones, donde además se incluyen trabajos de aplicación en empresas reales.

12.1.4. Clubes de Revistas

Esta acción educativa es utilizada por casi la totalidad de las asignaturas del programa en cuanto a lecturas de artículos y tres de las mismas realizan lecturas de libros completos actualizados como parte de su trabajo independiente. De igual manera, se realiza la revisión de la realización de dichas lecturas de artículos y libros.

12.1.5. Seminario de Investigación

El seminario de Investigación es un proyecto en el cual el estudiante de la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas demuestra los conocimientos adquiridos durante los 4 trimestres estudiados. “El trabajo de grado, requisito

académico para la obtención del título en los programas de posgrado, se podrá desarrollar en una de las siguiente modalidades”⁴⁷

Al finalizar este seminario, el estudiante deberá entregar de manera individual el trabajo, enmarcado en el tema de Mercadeo y Ventas en donde pueda aplicar los conceptos estudiados en el seminario de actualización, el cual se debe ajustar a la estructura y lineamientos establecidos por la universidad para la elaboración de artículos.

⁴⁷ Régimen Discente formación avanzada. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Capítulo III De los Trabajos de grado. Pág. 22

13. MEDIOS EDUCATIVOS

13.1. BIBLIOTECA

La Universidad ha venido aplicando importantes recursos de inversión en libros y revistas con el propósito de mantener actualizado el recurso bibliográfico de las diferentes carreras. En la actualidad, la biblioteca cuenta con más de 31.260 volúmenes, los cuales corresponden a diferentes áreas del conocimiento entre las que se encuentran las relacionadas con la Especialización.

Además de la dotación en libros, la biblioteca cuenta con 113 títulos de revistas con suscripción, de las cuales 88 son técnicas especializadas y 25 revistas de carácter general. También se cuenta con 6 periódicos de circulación nacional y más de 205 títulos de videos que apoyan la docencia en las áreas básicas, de formación humanística, formación profesional y avanzada. Se permite a través de Internet realizar la búsqueda de información bibliográfica de la Universidad.

13.2. BASES DE DATOS BIBLIOGRÁFICAS

La Universidad cuenta con las siguientes bases de datos bibliográficas: ScienceDirect, Vlex, Benchmark, Ebsco, Legiscomex, Pudmed, Md-Consult, Ovidsp, Lexbase, Legismovil, Jstor, Embase, EngineeringVillage (Compendex), Gestión Humana, Corpus Christianorum, Ahs, Aiaa, Astm.

ScienceDirect. Es el mayor compendio de artículos por suscripción. Temática: Diferentes ciencias del conocimiento con énfasis en ciencias exactas. Ofrece en línea el contenido de más de 1700 publicaciones científicas, técnicas y

biomédicas. Herramienta de consulta por área temática o por cualquiera de las 2.500 revistas de *ScienceDirect*. Entre las áreas temáticas se destacan *business, management and accounting; economics, econometrics and finance, social science* y *psychology*.

Vlex. Temática: Jurídica internacional. Su misión es proveer contenidos y soluciones legales para mercados profesionales (abogados, procuradores, notarios, jueces, etc), gubernamentales (administración central, autonómica y local) y **académicos** (universidades, investigadores y estudiantes).

En lo referente a contenidos vlex tiene **acuerdos exclusivos con más de 900 editores a nivel global**, de entre los que destacan el Banco Mundial, Gale, Proquest o la Unión Europea entre otros. Estos acuerdos permiten configurar un fondo editorial sumamente extenso, actualizado permanentemente y con una visión internacional como ningún otro proveedor ofrece en la actualidad.

Benchmark. Temática: Finanzas. Contiene más de 38.285 empresas colombianas del sector real, financiero, industrial y comercial, clasificadas en 80 sectores económicos a nivel nacional, para el análisis de información empresarial. Cuenta con información detallada en algunas empresas de los últimos cinco años.

Ebsco. Temática: Multidisciplinaria. Herramienta que ofrece acceso a las Bases de Datos en línea para diversas bibliotecas. Presenta más de 282000 artículos de revistas y periódicos, teniendo una relación activa con más de 60.000 editores de todo el mundo. Presenta la ventaja de hacer la traducción automática al español para comodidad de usuario. Abarca documentos desde 1975 en todas las áreas de estudio académico, actualizándose diariamente. A continuación se presentan las bases de datos más importantes y de uso para el programa de Especialización en Gerencia:

AcademicSearch Elite. Es una base de datos multidisciplinaria que recoge más de 2000 revistas especializadas, incluidos más de 1500 títulos arbitrados. Cubre en su mayor parte, todas las áreas de estudio académico, y su actualización es diaria.

BussinesSource Premier. Está considerada como la base de datos de texto completo más grande del mundo en las áreas de economía y negocios. Cuenta con texto completo con más de 8800 publicaciones, de las cuales más de 1100 son publicaciones arbitradas. Incluye principalmente todas las áreas de las ciencias económicas y administrativas. Esta base de datos posee un archivo retrospectivo en PDF para las 300 publicaciones más prestigiosas de principios del siglo XX. Su actualización es diaria.

News PaperSource. Proporciona texto completo de más de 200 periódicos locales de Estados Unidos, prensa internacional, cables de noticias, columnas de periódicos y otras fuentes, así como índices y resúmenes de periódicos nacionales. Su actualización es diaria.

Fuente académica. Es una colección única de editores de revistas especializadas de editores latinoamericanos y españoles. Esta base de datos contiene el texto en español (incluido en PDF) de más de 200 revistas académicas especializadas.

Regional Business News. Esta base de datos recoge el texto completo de publicaciones regionales de negocios. Regional Business News incorpora 75 publicaciones de negocios, periódicos e información publicada en Internet correspondiente a áreas metropolitanas y rurales de Estados Unidos. Esta base de datos se actualiza a diario.

Legiscomex. Temática: Comercio nacional e internacional. Portal especializado en comercio exterior para importadores, exportadores y prestadores de servicios

relacionados con el sector, en América Latina. Incluye bases de datos para investigación de mercados, herramientas, novedades en normativa, reportes de comercio internacional con artículos prácticos sobre el sector y acceso a obras Legis de comercio exterior, entre otros.

Lexbase. Temática: Información jurídica y legislación colombiana. Es una herramienta de trabajo indispensable en la consulta de los textos oficiales de la Constitución, las Leyes expedidas por el Congreso de la República, los Decretos emitidos por el Gobierno Nacional, la Jurisprudencia, incluye la Normatividad Andina por cuanto que ella hace parte nuestro Derecho Interno, con el uso de un motor de búsqueda que permite el acceso a los textos de las Leyes, Decretos y Sentencias directamente relacionados con las palabras o conjunto de palabras escogidas, con lo cual sus búsquedas específicas son más eficaces.

Legismóvil. Temática: Información jurídica y legislación colombiana. Herramienta que da a conocer los acontecimientos jurídicos del país en el momento que están ocurriendo con cubrimiento diario de más de 60 entidades estatales.

JSTOR. Temática: Humanidades y ciencias sociales. JSTOR ofrece alta calidad, el contenido interdisciplinario para apoyar a la erudición y la enseñanza. Incluye más de millas principales revistas académicas a través de las humanidades, las ciencias sociales y ciencias, así como monografías seleccionadas y otros materiales valiosos para el trabajo académico. Revistas siempre se incluyen en el volumen 1, número 1, e incluyen los títulos anteriores y sin relación. A partir de 2011, temas de actualidad por más de 150 publicaciones estarán disponibles en JSTOR, como parte del Programa de Becas.

EngineeringVillage (Compendex). Temática: Disciplinas de la ingeniería, sólo abstracts Compendex es la base de datos bibliográficos más completa de la investigación en ingeniería científica y técnica disponible, que abarca todas las

disciplinas de la ingeniería. Que incluye a millones de citas bibliográficas y resúmenes de miles de revistas de ingeniería y actas de congresos. Cuando se combina con el Índice de Backfile Ingeniería (1884-1969), Compendex cubre más de 120 años de literatura de ingeniería central.

Gestión Humana. Temática: Comunidad virtual latinoamericana en información y herramienta para la gestión humana. Es una base de datos multimedia que contiene amplia información sobre el aprovechamiento del talento humano al interior de las organizaciones.

Corpus Christianorum. Temática: Religión, teología. Es el hogar de todos los proyectos en línea de Editores Brepols y sus socios, dirigida a la comunidad internacional de estudiosos de las humanidades.

AIAA. Temática: Información en tecnología aeroespacial, ingeniería y ciencias del espacio. La misión es avanzar en las artes, las ciencias y la tecnología de la aeronáutica y astronáutica, y para promover el profesionalismo de quienes participan en estas actividades.

ASTM. Temática: Normas internacionales de diferentes áreas. ASTM International, anteriormente conocida como la Sociedad Americana para Pruebas y Materiales (ASTM), es un líder reconocido a nivel mundial en el desarrollo y la entrega de las normas internacionales de consenso voluntario. Hoy en día, alrededor de 12.000 normas ASTM se utilizan en todo el mundo para mejorar la calidad del producto, aumentar la seguridad, facilitar el acceso a los mercados y el comercio, y fomentar la confianza de los consumidores.

El liderazgo de la ASTM en el desarrollo de normas internacionales se debe a las contribuciones de sus miembros: más de 30.000 de los técnicos expertos en el mundo y profesionales de negocios que representan a 135 países. Trabajar en un

proceso abierto y transparente y con la avanzada infraestructura electrónica de la ASTM, los miembros de ASTM entregar los métodos de prueba, especificaciones, guías y prácticas que las industrias de apoyo y los gobiernos de todo el mundo. Aprenda más acerca de ASTM International.

13.3. CONVENIOS DE COOPERACIÓN BIBLIOGRÁFICA

La Universidad Pontificia Bolivariana cuenta con recursos didácticos, bibliográficos y audiovisuales disponibles en la región mediante convenios con instituciones locales, como se relacionan a continuación.

Convenio de cooperación entre la Universidad Industrial de Santander y la Universidad Pontificia Bolivariana. (Ver Anexo C. En CD.Coconvenio de Cooperación entre la Universidad) Contempla el acceso al servicio de consulta de material bibliográfico, préstamo inter bibliotecario, intercambio de bibliografías especializadas, capacitación de usuarios en la utilización de los servicios ofrecidos por cada una de las bibliotecas, participación activa y colaboración mutua en el programa de conmutación bibliográfica, ofrecimiento mutuo del servicio de alerta de material bibliográfico adquirido por las bibliotecas de cada una de las Universidades. Ver Anexo U. Convenio de cooperación entre la Universidad Industrial de Santander y la Universidad Pontificia Bolivariana.

UNIRED. Es la Red de instituciones de educación superior, conformada por la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, la Universidad Autónoma de Bucaramanga, la Universidad Industrial de Santander, la Universidad Santo Tomás, Universitaria de Investigación y de Desarrollo, el Instituto Colombiano del Petróleo -ICP-, la Corporación Metropolitana para Planeación y Desarrollo de Bucaramanga CORPLAN, Manuela Beltrán, Unipaz y Unisangil. La Red fue

creada con el fin de identificar puntos comunes entre las instituciones para así mejorar las actividades y servicios ofrecidos a la comunidad universitaria.

En este momento está funcionando el servicio de préstamo inter bibliotecario que ofrece UNIRED a la comunidad académica de la ciudad, el cual consiste en hacer consulta en línea y préstamo en una biblioteca integrada cuya colección supera los 350.000 volúmenes. Este servicio permite que una persona (docente, estudiante o empleado administrativo) vinculada a cualquiera de las instituciones pertenecientes a la red, tenga acceso al material bibliográfico de las demás instituciones. (Ver anexo D Acta de Acuerdo de Cooperación) celebrado entre la Universidad Industrial de Santander, la Universidad Pontificia Bolivariana, la Universidad Autónoma de Bucaramanga, la Universidad Santo Tomás de Aquino y la Corporación Metropolitana de Planeación y Desarrollo de Bucaramanga para la realización del proyecto Red Universidades AMB-UNIRED.

RENATA. Red Nacional de Tecnología Avanzada: A través de UNIRED, se tiene la posibilidad de conectarse a la Red Nacional de Tecnología avanzada RENATA, mediante la cual se pueden realizar múltiples aplicaciones orientadas hacia la investigación y el desarrollo tecnológico, por medio de la realización de videoconferencias de alta calidad, posibilidad de acceso remoto a equipos y a bases de datos nacionales e internacionales, conectándose a redes de tecnología avanzada de Latinoamérica – CLARA, Estados Unidos - INTENET2 y Europa - GEANT.

Convenio Red de Bibliotecas del Banco de la República. La Universidad Pontificia Bolivariana a través de la Biblioteca Benedicto XVI, se asoció a las áreas culturales del Banco de la República que conforman, junto con la Biblioteca Luís Ángel Arango la Red de bibliotecas, donde la comunidad tiene acceso a más de 2 millones entre libros, CD, DVD, VH y partituras. Una vez identificado el material, la solicitud es tramitada por uno de los funcionarios de la biblioteca y en tres días se

tendrá a disposición para que le sea prestado el material, por un lapso de diez días.

13.4. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

Las tecnologías de información configuran un soporte fundamental que se da a los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana para complementar su formación y promover el espíritu investigativo. La Universidad cuenta con la siguiente relación de equipos de cómputo (Tabla 13).

Tabla 13. Relación Equipos de Cómputo Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga, 2011.

UBICACIÓN	CANTIDAD EQUIPOS	DE	CARACTERÍSTICAS
Lab. Virtual Aula D300	40		Pentium IV 2,66/256 M DDR/80 G-IDE
Aula D302	20		Pentium IV 3,0/512 M DDR/80 G-IDE
Aula D303	20		AMD ATHLON 64 Dual Core 5600+ 2.91 G, 2 G DDR2, 160 G-SATA.
Aula D304	20		Pentium IV 2,80/512 M DDR /80 G-IDE
Aula D305	23		INTEL CORE 2 186/ 1 G DDR2/ 80 G-SATA
Aula D401	29		INTEL PENTIUM IV, 2,66 GHZ, 512 M DDR, 80 G - IDE
Aula D402	20		INTEL CORE 2 1,8/ 1 G DDR/ 80 G-IDE
Aula D403	20		AMD ATHLON 64X2 Dual Core 3,0 G, 2 G DDR, 160 G-SATA.
Aula I-201	22		AMD® ATHLON® 64X2 Dual Core Procesador 5600+ 2.9 GHZ, MR 4 GHZ, TV PCI 256,
Aula I-202	20		Pentium 4 DE 2,8 GHZ, 512 RAM, DISCO DURO 80 GB
Aula I-203	20		AMD ATHLON 64X2 DUAL, 2,9 GHZ/ 4 G DDR/ 160 GB - SATA
Lab de Simulación G-403	16		Pentium IV 3,0/ 512 M/ 80 G

UBICACIÓN	CANTIDAD DE EQUIPOS	DE	CARACTERÍSTICAS
AULA J (Consulta de Bases de Datos)	20		AMD ATHLON 64X2 DUAL, 2,9 GHZ/ 4 G DDR/ 160 GB – SATA Core Duo; 5600 Ghz
Aula J202	16		Core 2 Duo 1.83 Ghz
Aula J203	17		CoreDuo; 1.7 Ghz
Aula Móvil 1*	20		Intel Core Dúo Procesador 1.83 GHZ
Aula Móvil 2*	25		Core 2 Duo 2.16 Ghz
Aula Móvil 3*	20		Core 2 Duo 2.16 Ghz
Audiovisuales	12		
Laboratorio I304	6		
Laboratorio I306	5		
Laboratorio I206	5		
Laboratorio I303	6		
Laboratorio Control Móvil B203	14		
Convenio ICP	16		
Laboratorio Psicometría (H204)	3		
Laboratorios de Física (B301, B302 y B303)	15		
Salas de Profesores	56		
Consultorio Jurídico	15		
Instituto Familia y Vida	6		
Uso administrativo	276		
Servidores	18		
Total Equipos de Cómputo	841		

Fuente: Departamento de Sistemas, Universidad Pontificia Bolivariana, Febrero de 2011

* El aula móvil está conformada por portátiles que se trasladan a cualquier salón de clase a solicitud de los docentes. Se conectan a Internet en forma inalámbrica.

El programa de especialización en Mercadeo y Ventas complementa su gestión docente con laboratorios virtuales instalados en salas de informática, dotadas con software especializado con el fin de soportar las asignaturas del plan de estudios.

Actualmente se tiene acceso a las siguientes redes de información:

- ✓ Internas: LAN (Local Area Network, NOVELL, HPUX).
- ✓ Externas: LINUX (Web, FTP, MAIL, Intranet, Extranet).

Además se dispone del siguiente software:

- ✓ Microsoft Visual Basic 5 Edición Aprendizaje
- ✓ Matlab 7.0
- ✓ Simulink 6.1
- ✓ Control System Toolbox 6.1
- ✓ Communications Toolbox 6.1
- ✓ Image Processing Toolbox 6.1
- ✓ Workbench
- ✓ LabView 8.5
- ✓ Circuit Maker 2000 Pro
- ✓ I/O Project Suite Versión Tipo DL OPTO22
- ✓ WinCC SIEMENS
- ✓ Learning Space
- ✓ WALLI para Windows para el Brazo Robótico.
- ✓ Visión Empresarial
- ✓ Office

Adicionalmente, los estudiantes y profesores de la especialización en Mercadeo y Ventas, dispondrán de la Sala de Nuevas Tecnologías, la cual cuenta con equipos y software especializado y con el apoyo de un equipo profesional interdisciplinario de expertos en pedagogía, diagramación, uso de herramientas de multimedia y técnicos para el diseño y montaje en la red de contenidos académicos (cursos virtuales) en la plataforma tecnológica soportada en la herramienta Moodle. Esta sala se encuentra dotada con 17 equipos con procesador de doble núcleo, pantallas de 19” y quemador de DVD entre otras características.

13.5. EQUIPOS AUDIOVISUALES

La Universidad tiene a disposición los equipos audiovisuales, que se visualizan en la Tabla 14.

Tabla 14. Equipos audiovisuales disponibles en la Universidad Pontificia Bolivariana.

EQUIPO	CANTIDAD
Proyector de video	47
Televisores (6 TV con teatro en casa)	27
V.H.S	14
Grabadoras	3
Proyector de Acetatos	6
Proyector de Filminas	2
Equipos de Cómputo para proyecciones	36
Pantalla de Proyecciones	6
Planta de Sonido	4
Reproductor de DVD	10
Aula Móvil (20 portátiles)	2
Aula Móvil (25 portátiles)	1
Equipo de Video Conferencia multipunto	1

Fuente: Departamento de Nuevas Tecnologías, Universidad Pontificia Bolivariana. Octubre 2011

13.6. LABORATORIOS DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Dentro de los medios educativos e infraestructura que tiene la Universidad para complementar la formación de sus estudiantes se encuentran los laboratorios. Las facultades de Ingeniería comparten, entre otros, los laboratorios de mecánica de fluidos, resistencia de materiales, química, física, plantas térmicas, electrónica, control, motores y transferencia de calor. La facultad de Ingeniería Industrial, a la cual se encuentra adscrito el programa de Especialización en Mercado y Ventas, cuenta con diferentes activos, para sus laboratorios y salas de trabajo. A continuación se describen en términos generales las licencias existentes en dichos laboratorios (Tabla 15) y a las cuales tienen acceso los estudiantes y profesores del programa de posgrado.

Tabla 15. Software de la Facultad de Ingeniería Industrial

SOFTWARE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD LICENCIAS
Arena 11.0	Software de simulación de procesos	60
Promodel 7.0	Software de simulación de procesos productivos con facilidad de ambiente	50
SPSS 12.0	Software de gestión y Análisis estadístico de datos	53
Visión Empresarial BSC	Software para el apoyo de la gestión estratégica	40 usuarios
Promes	Software que permite la creación de indicadores para medir la	Software libre
QSB	Software para resolver problemas de investigación de operaciones y programación lineal	53

Fuente: Laboratorio de simulación Facultad de Ingeniería Industrial. Noviembre 2011

14. INFRAESTRUCTURA FÍSICA ACTUAL

La Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga cuenta con un campus Universitario ubicado sobre la Autopista Floridablanca – Piedecuesta, Kilómetro 7, en un terreno campestre con una extensión aproximada de once hectáreas. En la primera fase se construyeron cuatro edificios (A,B,C,D) que en conjunto suman aproximadamente 7.500 metros cuadrados, zonas verdes, zonas de parqueo con capacidad para 250 vehículos, zonas de circulación y cafetería campestre.

En el edificio A se encuentran ubicados ocho laboratorios, dos salas de profesores, dos oficinas y la cámara de Gessel. En el edificio B se localizan doce laboratorios, una sala de profesores y los almacenes de Química y Electrónica. En el edificio C está ubicada una cafetería con capacidad para 200 alumnos, nueve aulas de clase, oficina de prácticas empresariales, un laboratorio y una sala de profesores. En el edificio D, se encuentra la administración central de la Universidad, las decanaturas de algunas Escuelas, oficinas de directores de facultades, salas de profesores, cinco aulas de clase, siete aulas de informática, un laboratorio de Idiomas, sala de radio y centro de producción de televisión, laboratorios para la facultad de Comunicación Social, oficina del departamento de Sistemas e Investigaciones.

En la segunda fase se construyeron cuatro edificios (E, F, G, H), que en su conjunto suman cerca de 5.300 metros cuadrados, en los cuales en la actualidad se encuentran 21 aulas de clase, un auditorio con capacidad para 300 personas, un laboratorio de psicometría, una sala de audiencias y un laboratorio de simulación, una sala de música, un salón de exposiciones y sedes para los grupos

culturales. Además tiene espacios como Plaza Cívica, La Fuente, el Teatro al Aire Libre, Cafetería y algunas áreas libres.

La tercera fase consistió en la construcción del Edificio I, el cual tiene un área total de 1619 metros cuadrados y los cuales se encuentran distribuidas cinco aulas de clase, nueve laboratorios, tres salas de informáticas, una sala de profesores y algunas oficinas. Así mismo, se construyó una segunda cafetería-restaurante con capacidad para 130 personas.

En una cuarta fase se amplió la capacidad de los edificios F y G y se finalizó la construcción del Edificio J, en el año 2008, el cual cuenta con 6.110 metros cuadrados e incluye: un auditorio con capacidad para 150 personas, las oficinas de mercadeo, recepción, registro y control académico, nuevas tecnologías, la biblioteca y aulas de clases. Los espacios deportivos también fueron adecuados de acuerdo con los planes de mejoramiento definidos por la universidad.

Fuera del campus, en la ciudad de Piedecuesta, se encuentra al servicio de la Universidad el Centro de Proyección Social (C.P.S.) el cual cuenta con 483.35 m²; y en la ciudad de Bucaramanga, se encuentra el Instituto de Familia y Vida (I.F.V), con 903.71m².

A continuación, en la Tabla 16, se muestra la distribución de áreas de la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga.

En cumplimiento del Plan de Desarrollo Físico, la Universidad Pontificia Bolivariana tiene previsto para atender el crecimiento de nuevos programas, que durante el año 2012, se encuentra en funcionamiento el nuevo Edificio K, con aproximadamente 12.700 metros cuadrados, el cual cuenta con aproximadamente 25 laboratorios, tres salas de cómputo, dos salones de asistentes graduados y tesis, un centro administrativo de laboratorios, una sala de profesores, 86

cupículos de profesores, una sala de juntas, 12 sala de atención para estudiantes, cuatro salas de espera para estudiantes, 19 aulas de clase y un auditorio menor con capacidad para 108 personas.

Tabla 16. Distribución de áreas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

INMUEBLE	ÁREA EN M ² POR USO*												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
EDIFICIO A		433,20				189,81		17,64	25	17	192,14	15,24	890,03
EDIFICIO B		468,48				56,28				53,95	387,02	84,83	1.050,56
EDIFICIO C	394,98	44,88				87,87		167,30	132,66	77,12	361,77	75,68	1.342,26
EDIFICIO D	392,76	230,74	393,23			1.425,39				121,04	1.578,75	478,55	4.620,46
EDIFICIO E	312,52					242,49				36,47	417,76	75,31	1.084,55
EDIFICIO F	453,23		20,30			19,95		50,42		55,10	303,15	76,06	978,21
EDIFICIO G	400,77	100,43				314,25				84,50	494,47	41	1.435,42
EDIFICIO H	306,39	51,30		678,81		341,91				56	434,04	11,55	1.880,00
EDIFICIO I	258,62	659,95	49,56			82,74				59,30	420,83	88	1.619,00
EDIFICIO J	832,20	43,80		225	1712,49	475,46			430,13	142,36	638,22	1.610,59	6.110,25
EDIFICIO T	185,5					249,70				6,82	29,72	16,46	488,2
C.P.S. (P/cta)	35,45		23,90			107,89		7,30	134,38	12,20	156,38	5,85	483,35
I.F.V.	87,27			137,56	14,41	252,70		27,51	84,25	27,16	215,06	57,79	903,71
OTROS		217,6					3780,12	310,65	5089,78	35,75	7.351	971,38	17.756,28
TOTALES	3.659,69	2.250,38	486,99	1041,37	1.726,90	3.846,44	3.780,12	580,82	5.896,20	784,77	12.980,31	3.608,29	40.642,28

- | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Aulas | 4. Auditorios | 7. Escenarios deportivos | 10. servicios sanitarios |
| 2. Laboratorios | 5. Bibliotecas | 8. Cafeterías, comedores | 11. Circulaciones |
| 3. Aulas especiales | 6. Oficinas y salas de profesores | 9. Zonas de recreación | 12. Espacios de apoyo |

Fuente: Planta física. Noviembre, 2011

Del área total de laboratorios mostrada en la tabla anterior, el programa de Ingeniería Industrial, al cual se encuentra adscrito el programa de Especialización en Mercadeo y Ventas y serán utilizados para llevar a cabo sus procesos pedagógicos, utiliza el 48.37%, representado en 1.088,52 metros cuadrados, distribuidos como se visualiza en la siguiente tabla.

Tabla 17. Distribución de Laboratorios, Facultad de Ingeniería Industrial

Descripción	Salón	Edificio	Área m ²
Laboratorio Virtual	D-300	D	75.72
Laboratorio de simulación	G-403	G	100.43
Automatización y control	I-304	I	62.7
Procesos de Producción	T	T	139.6
Química	B 104	B	59.74
Física	B-301- 302-304	B	174
Varios		varios	91.52
TOTAL			1.088.52

Fuente: Planta física. Noviembre, 2011

15. INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

15.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA UPB Bucaramanga

Los lineamientos generales de la estructura organizacional de la Universidad Pontificia Bolivariana se rigen por el Acuerdo No. CD-36 del 21 de septiembre de 1999, emitido por el Consejo Directivo de la Universidad Pontificia Bolivariana (**Ver Anexo E en CD**). De acuerdo con la norma citada, ejercen la autoridad en cada una de las seccionales:

- El Gran Canciller de la Universidad.
- El Consejo Directivo de la Universidad.
- El Rector General de la Universidad.
- El Canciller de la Seccional.
- El Consejo Directivo de la Seccional.
- El Rector de la Seccional.
- Los Vicerrectores de la Seccional.
- Los Decanos de las Unidades Académicas de la Seccional.

Posteriormente el Consejo Directivo de la Seccional, según Acuerdo Número 003 de Agosto 23 de 2004, adoptó la Estructura Académico – Administrativa y Pastoral, específica de la Universidad Pontificia Bolivariana en Bucaramanga.

Para una mejor comprensión de la Estructura Organizacional se adopta la siguiente nomenclatura en lo referente a las unidades organizativas:

Se entiende por División a un subsistema organizacional máximo de la Seccional y está a cargo de un Vicerrector.

Las subdivisiones dependientes de las Divisiones de la Seccional se denominan Direcciones y Departamentos. Están a cargo de un Director y un Jefe de Departamento respectivamente.

En las subdivisiones existirán otras unidades denominadas Secciones o Áreas. Están a cargo de un Jefe de Sección o un Coordinador de Área.

Se entiende por Escuela el subsistema que administra una o varias unidades académicas afines, denominadas Facultades y Departamentos Académicos. Está a cargo de un Decano de Escuela.

Se denomina Facultad a la unidad que administra uno o varios programas académicos de pregrado y postgrado del mismo campo del conocimiento y está a cargo de un Director de Facultad.

Se denomina Departamento Académico a la unidad que administra áreas del conocimiento que sirven a varios programas Académicos y está a cargo de un Jefe de Departamento.

Programa Académico: es toda propuesta académica soportada en un currículo conducente a la obtención de un título de pregrado o de formación avanzada (posgrado), legalmente reconocido por el Estado.

Se denomina Área Académica a la unidad que coordina un sector del conocimiento, perteneciente a una Facultad o un Departamento Académico y está a cargo de un Coordinador de Área.

15.2. DIVISIONES

Existen en la Seccional tres divisiones: La División Académica, la División Administrativo – Financiera y la División Pastoral.

La División Académica Seccional. La División Académica es el subsistema organizacional responsable del proceso educativo que la Institución realiza en la Seccional, de acuerdo con su identidad institucional. Esta división está dirigida por el Vicerrector Académico.

Pertenece a la División Académica Seccional las siguientes dependencias:

- La Dirección General de Investigaciones.
- El Departamento de Admisiones, Registro y Control Académico.
- El Departamento de Biblioteca.
- El Departamento de Extensión Universitaria.
- El Departamento de Nuevas Tecnologías.

La División Académica cuenta con los siguientes organismos colegiados:

- Comité Académico Seccional.
- Comité General de Investigaciones.
- Comité de Admisiones.
- Comité de Evaluación Docente.
- Comité de Autoevaluación Institucional.
- Comité Asesor de la Vicerrectoría Académica.

La División Administrativo- Financiera de la Seccional. La División Administrativo - Financiera Seccional, dirigida por el Vicerrector Administrativo y Financiero, es el subsistema organizacional responsable de la organización, coordinación, control y manejo de los recursos humanos, físicos y de la recaudación y administración de los recursos financieros de la Seccional.

Pertenecen a la División Administrativo – Financiera, las siguientes dependencias:

- El Departamento de Relaciones Laborales y Desarrollo de Personal.
- El Departamento de Sistemas.
- El Departamento de Servicios Generales.
- El Departamento de Administración de Documentos.
- El Departamento Financiero.
- El Departamento de Procesos Contables.
- El Departamento de Compras e Inventarios.

Cuenta además con los siguientes Comités:

- Comité Administrativo – Financiero.
- Comité de Evaluación del Personal Administrativo.
- Comité de Informática.
- Comité de Compras.

División Pastoral. Es el subsistema organizacional responsable de anunciar a Jesucristo en el campo de la ciencia y la cultura y propiciar su encuentro con la comunidad Universitaria en orden a que ella lo conozca, lo siga, lo viva y lo celebre; y de promover y beneficiar el desarrollo individual y colectivo de todos los miembros de la comunidad Universitaria. La División Pastoral está dirigida por el Vicerrector Pastoral.

Pertenece a la División Pastoral: La Capellanía, El Departamento de Bienestar Universitario y los siguientes Comités:

- Comité Pastoral
- Comité de Bienestar Universitario

Existen en la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga, las siguientes Escuelas, enumeradas con sus correspondientes Facultades, Departamentos y Programas académicos. Las Escuelas están a cargo de los Decanos de Escuela y las Facultades están a cargo de los Directores de Facultad. Cada una de las Escuelas cuenta con los siguientes organismos colegiados:

- El Consejo de Escuela
- El Comité de Postgrado
- El Comité de Investigaciones

Las Escuelas con sus respectivas facultades y departamentos se relacionan a continuación.

Escuela de Ingeniería. Integrada por las siguientes Facultades y Departamentos.

Facultades:

Ingeniería Electrónica: Administra el programa de Ingeniería Electrónica, la Especialización en Telecomunicaciones y la Especialización en Control e Instrumentación Industrial y la Maestría en Ingeniería Electrónica

Ingeniería Industrial: Administra el programa de Ingeniería Industrial y los programas de especialización en Gerencia, Sistemas Integrados de Gestión y Mercadeo Internacional.

Ingeniería Civil: Administra el programa de Ingeniería Civil y la Especialización en Vías Terrestres y la Especialización en Gerencia e Interventoría de Obras Civiles.

Ingeniería Ambiental: Administra el programa de Ingeniería Ambiental y los programas de especialización en Gerencia del Ambiente y en Preservación y Conservación de Recursos Naturales.

Ingeniería Mecánica.

Ingeniería Informática: Administra el programa de Ingeniería Informática y la Especialización en Seguridad Informática.

Departamentos:

Ciencias Básicas de Ingeniería.

Escuela de Ciencias Sociales. Integrada por las siguientes Facultades y Departamentos.

Facultades:

Psicología: Administra el programa de Psicología y las Especializaciones en Familia y Psicología Clínica. Y la Maestría en Psicología.

Comunicación Social-Periodismo: Administra el programa de Comunicación Social-Periodismo y la Especialización en Gerencia de la Comunicación Organizacional.

Departamentos:

Formación Humanística.

Idiomas. Administra la Especialización en Enseñanza del Inglés.

Escuela de Derecho y Ciencias Políticas. Integrada por:

Facultad de Derecho.

Escuela de Ciencias Estratégicas. Integrada por las facultades de:

Facultades:

- Administración de Empresas.
- Administración de Negocios Internacionales.

En el Anexo F ver en CD Se encuentra el acuerdo numero 004-04 del 23 de Agosto del 2004 por el cual se expide el organigrama de la seccional Bucaramanga de acuerdo a la estructura académico, administrativo y pastoral.

15.3. ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO Y VENTAS

El programa de Especialización en Mercadeo y Ventas está adscrito a la Facultad de Ingeniería Industrial que depende académica y administrativamente de la Escuela de Ingeniería. La Facultad se rige por un Director(a) de Facultad que participa en el Consejo de Escuela de Ingeniería. La Secretaría Académica de la Escuela es la encargada de la programación académica semestral, asignación de aulas, programación de la actividad en las semanas de previos. La Facultad de Ingeniería Industrial, debido a su tamaño, es la única facultad de la escuela que cuenta con una secretaría Académica propia. El Director de Facultad está

apoyado por un Consejo de Facultad y un Comité de Trabajo de Grado y Prácticas Empresariales, los cuales a través de reuniones periódicas asesoran en la toma de decisiones, formulación de estrategias, revisión permanente de los programas académicos y el control y coordinación de los trabajos de grado.

El programa de especialización en Mercadeo y Ventas, está dirigido por un Coordinador(a) responsable por la gestión, calidad y cumplimiento de los objetivos establecidos para el programa; participará en el Comité de Postgrados de la Escuela y estará apoyado por el Consejo de Facultad en lo relacionado con asuntos académicos.

Bajo la dirección del Director de Facultad estará el Coordinador del Programa de la Especialización. Una Secretaria de la facultad apoyará todas las actividades del área con la secretaría propia de los posgrados de la Facultad. A continuación se relacionan los cargos antes mencionados.

Personal Directivo

- Decano de la Escuela de Ingeniería. Dedicación de tiempo completo en la Decanatura
- Directora de la Facultad de Ingeniería Industrial. Docente tiempo completo en comisión administrativa con dedicación en la Dirección de la Facultad.

Personal Administrativo

- Secretaria Académica de la Escuela. Docente tiempo completo en comisión administrativa con dedicación de medio tiempo en la Escuela de Ingeniería.
- Secretaria Académica de la Facultad de Ingeniería Industrial. Docente tiempo completo en comisión administrativa con dedicación de medio tiempo en la facultad.

- Coordinadora de Prácticas Empresariales y Sociales. Docente tiempo completo con descarga académica para ejercer labores administrativas.
- Coordinadora de la Especialización en Mercadeo. Docente tiempo completo con descarga académica para ejercer labores administrativas.
- Secretaria de la Facultad de Ingeniería Industrial. Dedicación de Tiempo Completo a la Facultad.
- Secretaria de la coordinación de posgrados de Ingeniería Industrial. Dedicación de Tiempo Completo a los posgrados de la facultad.

Comités

Los comités son equipos de trabajo formulados por áreas de gestión académica. Están integrados por los docentes de tiempo completo y medio tiempo y tienen como función ejecutar procesos de planeación, administración, evaluación y seguimiento del currículo, de las prácticas profesionales y de las propuestas de trabajo de grado de los estudiantes de último nivel. Existen en cada una de las Facultades los siguientes organismos colegiados:

- El Consejo de Facultad.
- El Comité de Trabajos de Grado.

15.4. SISTEMAS DE INFORMACIÓN ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS

Uno de los motores fundamentales de desarrollo social en la era de la información y el conocimiento son las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC),

tecnologías que han generado nuevas formas de comunicación y de interacción en las organizaciones y de estas con su entorno.

Para responder a este reto, la Universidad Pontificia Bolivariana, en un esfuerzo conjunto con todas sus sedes, Medellín, Bucaramanga, Montería y Palmira, ha implantado el Proyecto SIGAA, Sistema de Información para la Gestión Académica y Administrativa. El Proyecto tiene dos objetivos importantes:

- Dotar a la Universidad de herramientas informáticas modernas que agilicen y optimicen la administración de procesos y procedimientos académicos, administrativos y financieros de una manera integrada y en tiempo real.
- Facilitar la revisión y análisis de la estructura organizacional actual en cuanto a normas, procesos y procedimientos con el fin de hacer más eficaz la gestión de la institución.
- El proyecto SIGAA, es un sistema de Información para la Gestión Académica, Administrativa y Financiera y responde a un nuevo concepto de Gestión para la Universidad, fundamentado en una Administración por Procesos (APP), más que por funciones. Para el efecto la Universidad ha definido dos grandes Macroprocesos:
 - Los Macroprocesos de Valor: que comprenden la Investigación, la Docencia Aprendizaje, la Extensión y la Internacionalización.
 - Los Macroprocesos de Apoyo: que comprenden la Planeación Estratégica y la Gestión Administrativa-Financiera.
- En cumplimiento de este gran propósito, la Universidad, adquirió dos de los sistemas más eficientes en la gestión universitaria, a continuación mencionados.

- SCT (Systems & Computer Technology), el cual atiende los procesos académicos mediante el Sistema **BANNER** que comprende tres grandes módulos:
- Alumnos: Catálogo de cursos, calendarización de clases, general de persona, carga académica, administración, ubicación y alojamiento, reclutamiento, admisiones, general de alumnos, inscripciones, cuentas por cobrar e historia académica.
- General: Envío de trabajos.
- Administración de eventos: Eventos, consulta de eventos.
- CASEWARE, atiende los procesos administrativos a través del Sistema **ICEBERG**, el cual comprende módulos mediante los cuales se operan procesos administrativos como: proveedores, compras, facturación, pagos, procesos contables, facturación, nómina, pago de salarios, activos fijos, depreciaciones, inventarios.

16. DENOMINACIÓN ACADÉMICA DEL PROGRAMA

Denominación del Programa:	Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas
Título Expedido:	Tecnólogo Especialista en Mercadeo y Ventas
Tipo de Programa:	Posgrado
Área:	Administración
Modalidad:	Presencial
Nivel de Formación:	Avanzada
Duración:	Cuatro (4) trimestres
Lugar de Oferta:	Seccional Bucaramanga
Admisión:	Por cohorte
Objetivo del Programa:	Preparar al tecnólogo como especialista en Mercadeo y Ventas para que amplíe habilidades y conocimientos para afrontar con eficiencia los desafíos actuales, donde la alta complejidad organizacional se caracteriza por los avances científicos y tecnológicos, donde las estrategias en mercadeo y ventas se convierte en parte de la

ventaja competitiva del sistema empresarial ante la apertura de los mercados y la integración de bloques multinacionales.

Créditos del Programa: 26

Coordinador Postgrados Facultad: Olga Lucia Manosalva

Datos localizadores: Kilometro & Vía Piedecuesta
Tel (097) 6796220 Ext. 434
Fax (097) 6796221
Correo electrónico: posindustrial@upb.edu.co
Página Web: www.upb.edu.co
Ingenieriaindustrial.upb.edu.co

17. CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación se puede afirmar que abrir un programa de Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas en la Universidad Pontificia Bolivariana es viable ya que se demostró que hubo total aceptación por parte del personal tecnólogo trabajador encuestado, tanto de la denominación del programa, como del instituto educativo.

Por otra parte se estableció que hay una falta de información general, sobre programas de Especializaciones Tecnológicas, ya que más del 50% de la población afirmó que no tenía conocimiento del poder realizar un programa de posgrado sin necesidad de culminar estudios profesionales.

De igual manera se establece el poco interés por parte de las compañías del sector, por el desarrollo de procesos investigativos, ya que no hubo la colaboración esperada de su parte y en su mayoría no cuentan con un fondo para la capacitación del personal tecnólogo.

El programa de Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas es pertinente de acuerdo a las necesidades de la región, supliendo la necesidad de personal capacitado que genere novedosas estrategias de Ventas y así las compañías de Santander tengan un posicionamiento a nivel nacional e internacional.

Los contenidos curriculares de la Especialización Tecnológica en Mercadeo y Ventas, fueron satisfactoriamente elaborados, teniendo en cuenta la fundamentación teórica más acorde a las necesidades de Bucaramanga y su Área Metropolitana, con el firme propósito de formar especialistas con sentido humano que aporten nuevos conocimientos en las áreas que laboran.

Teniendo en cuenta la demanda, las condiciones en las que se encuentra la Universidad Pontificia Bolivariana en infraestructura, personal calificado, programas de calidad y las necesidades que existen en la región, se afirma que es conveniente que se inaugure el primer programa de Especialización Tecnológica en mercadeo y Ventas en la ciudad de Bucaramanga.

18. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Universidad Pontificia Bolivariana seguir con estudios que permitan abrir lo más pronto posible especializaciones para Tecnólogos, ya que es un mercado poco explorado donde se pueden abrir muchas fuentes de progreso.

De igual manera se recomienda a las directivas de la institución, renovar el material bibliográfico ya que realizando la investigación se identificaron libros en muy mal estado y de muchos años de ser publicados.

Se recomienda incursionar en el mercado con precios bajos en el costo de las matriculas de Especializaciones dirigidas a Tecnólogos, ya que “el promedio de su salario es de no mas de un millón cien mil pesos”⁴⁸, según el DANE y los precios de la competencia directa los ciclos propedéuticos oscilan entre seiscientos y ochocientos mil pesos por semestre.

⁴⁸DANE-GEIH. Cálculos de salarios de bachiller DNP-DDS-SESS. Jul –Sep de 2010

BIBLIOGRAFÍA

- ICONTEC. Trabajos escritos: presentación y referencias bibliográficas. Sexta actualización. Bogotá, D. C. Julio del 2008
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Formación por ciclos propedéuticos. [en línea]. <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196476.html> [citado el 15 de Mayo de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Qué es la Educación Superior [en línea]. <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196477.html> [citado el 15 de Mayo de 2011]
- SITUACIÓN LABORAL ESTUDIANTES Y GRADUADOS – IBC POR NIVEL DE FORMACIÓN [en línea] http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/browser/showView.jsp?viewDesktop=true&source=Situacion+Laboral%2FEstudiantes+y+Graduados+-+IBC+por+Nivel+de+Formaci%F3n%23_public [citado el 15 de Mayo de 2011]
- GRADUADOS COLOMBIA. estudiantes y graduados por nivel de formación. [en línea] http://www.graduadoscolombia.edu.co:8080/o3portal/viewdesktop.jsp?cmd=open&source=Perfil+Graduados%2FGraduados+por+Nivel+de+Formaci%F3n%23_public [citado el 15 de Mayo de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Plan nacional de desarrollo educativo 2006-2010 [en línea] p.4.

http://planeacion.univalle.edu.co/a_gestioninformacion/plandeaccion2008-2011/PND_2010_Educacin%20pdf1.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Santander En Líder En Cobertura De Educación Superior. [en línea]. <<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-117016.html>> [citado el 10 de marzo de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]
- OBSERVATORIO LABORAL PARA LA EDUCACIÓN. Glosario. [en línea] <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/propertyvalue-37650.html> [citado el 3 de Abril de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Glosario de la Educación Superior. [en línea]. http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-213912_glosario.pdf [citado el 3 de Abril de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 2566 de septiembre 10 de 2003 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104846_archivo_pdf.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 2216 de Agosto 6 de 2003 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-86429_Archivo_pdf.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Ley 115 de Febrero 8 de 1994 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

[citado el 3 de de Abril de 2011]

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Ley 30 de 1992 [en línea]
<http://menweb.mineducacion.gov.co/normas/concordadas/decreto30.htm>
[citado el 3 de de Abril de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Decreto 1655 de 1999 [en línea] p.1.
http://www.cna.gov.co/1741/articles-186370_D1655.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 3678 de diciembre de 2003 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-86409_Archivo_pdf.pdf [citado el 3 de de Abril de 2011]
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 1295 de 20 de Abril de 2010 [en línea] http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-229430_archivo_pdf_decreto1295.pdf [citado el 25 de de Agosto de 2011]
- COLOMBIA APRENDE. [en línea]
<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/home/1592/article-212798.html>
[citado el 3 de de Abril de 2011]
- UNIVERSIDAD SANTIAGO DE COMPOSTELA. Glosario. [en línea]
<http://www.usc.es/es/gobierno/vrodoces/eees/glosario.html> [citado el 1 de de Abril de 2011].
- REQUENA, Bernardo. Colombia: Estado actual de la educación técnica y tecnológica (en línea). <<http://www.bnamericas.com/cgi-bin/getresearch?report=5670.pdf&documento=63871&idioma=E&login=>>.

- SALMI Jamil, La educación superior en un punto decisivo. Congreso sobre educación superior, desafío global y respuesta nacional. Bogotá: Universidad de los Andes. Pg. 18.
- TRISTANCHO, Horacio. Cámara de comercio de Bucaramanga. Informe de competitividad 2008-2009. (en línea)
<<http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2009/rankingfem2009.pdf>. > .
- PORTFOLIO. Atpa a su alcance. Bogotá, Casa Editorial El Tiempo, p.72.

ANEXO

(VER CD ANEXO)