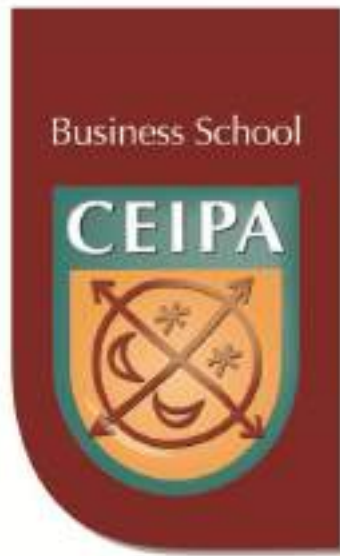


Programa Académico de Pregrado Administración de Negocios Internacionales



PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA CEIPA

Enero de 2019

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	6
2. PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL	7
3. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA	9
4. JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA	10
4.1 Contextualización	11
- Auge de los Tratados de Libre Comercio (TLC)	14
4.2 Pertinencia	19
5. MARCO NORMATIVO	22
6. PERFIL DEL EGRESADO	25
6.1 Las competencias del administrador CEIPA	26
6.2 Perfil del egresado de administración de negocios internacionales de CEIPA	30
6.3 Competencias del profesional de Administración de Negocios Internacionales	30
7. ASPECTOS CURRICULARES	31
7.1 Referentes conceptuales modelo pedagógico	31
7.2 Plan de estudios.....	37
7.2.1 El tejido: La Trama	38
7.2.2 La Urdimbre: formación por núcleos problémicos	41
7.3 La estructura por núcleos problémicos	41
- Interdisciplinariedad del currículo	46
7.5 Malla Curricular	49
7.6 Líneas de formación.....	49
7.6.1 Línea de formación no. 1: laboratorio de ideas de negocio	50
7.6.2 Línea de formación no. 3: business intelligence	52
7.6.3 Línea de formación no. 4: consciencia organizacional y liderazgo	53
7.6.4 Línea de formación no. 5: prospectiva	54

7.6.5	Línea de formación específica (Año 4)	55
8.	MICROCURRÍCULOS	59
8.1	Laboratorio de Ideas de Negocio	59
8.1.1	Aldea Global	61
8.1.2	Business Intelligence	62
8.1.3	Consciencia Organizacional y Liderazgo	63
8.1.4	Prospectiva	65
8.1.5	Año Específico (No. 4).....	67

**PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES - MODALIDAD VIRTUAL CEIPA**

Rector: Diego Mauricio Mazo Cuervo

Dirección del Programa: Daniel Bonilla Calle

Consejo Académico: Diego Mauricio Mazo Cuervo

Daniel Bonilla Calle

José René Correa

Berenice Huertas

Diana Cristina Bedoya

Gloria Isabel Zarate

Bibiana Maritza Trejos

Juan de Dios Higueta

Juan Gonzalo Franco

Luz Stella Martínez

Giovanny Cardona Montoya

Juan Guillermo Ocampo

Sergio Zapata

Representante profesores

Representante de estudiantes

Consejo de Escuela: Diego Mauricio Mazo Cuervo

Daniel Bonilla Calle

Carlos Eduardo Puerta Monroy

Berenice Huertas

Diana Cristina Bedoya

Juan de Dios Higueta

Juan Gonzalo Franco

Luz Stella Martínez

Giovanny Cardona Montoya

Juan Guillermo Ocampo

Sergio Zapata

Comité de Programa: Daniel Bonilla Calle
Ana María Gómez Trujillo
Isabel Cristina Alzate Rendón

Fecha de actualización: Enero 2019

1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto Educativo del Programa de Administración en Negocios Internacionales Virtual de la Institución Universitaria CEIPA está en coherencia con el Proyecto Educativo Institucional, la Filosofía Institucional y el Modelo Pedagógico.

El quehacer académico y administrativo del programa y el uso de las TIC están claramente definidos en el proceso de formación del Sistema de Gestión de la Calidad y del Plan de Desarrollo de la Escuela de Administración y en el presente documento.

En el proceso Formación del Sistema de Gestión de la Calidad CEIPA se encuentran las orientaciones para desarrollar las funciones de la docencia, la investigación y la extensión o proyección social del programa. Se especifica la interrelación con los demás procesos y los procedimientos a tenerse en cuenta para el diseño de programas, el desarrollo académico, así como el empresarismo y la investigación. También se detallan los indicadores y registros para cada una de las acciones.

El Proyecto Educativo del Programa se presenta la información más importante sobre el programa de Administración de Negocios Internacionales CEIPA, el cual contiene los antecedentes de la creación del programa de Administración de Negocios Internacionales, su Registro Calificado y acreditación en alta calidad, estado actual de la formación, particularidades del programa y su coherencia con la filosofía institucional, aspectos metodológicos como duración, disponibilidad del campus virtual, metodología, sistema de evaluación de estudiantes y sistema de evaluación de docentes; objetivo general del programa, perfil profesional, fundamentación del plan de estudios y créditos académicos.

2. PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

CEIPA, fue creada en 1972 con el propósito de brindar formación superior de calidad a la población colombiana. Hoy la Institución cuenta con programas académicos de pregrado y posgrado en las modalidades presencial y 100% virtual. Estos programas se caracterizan por su calidad y pertinencia de acuerdo con las necesidades reales del entorno y el desarrollo regional y nacional.

Hoy por hoy, CEIPA es líder en los siguientes aspectos:

1. Por su constante avance e investigación en la incorporación de nuevas tecnologías a sus procesos formativos. De hecho, somos pioneros en Colombia en el desarrollo de programas académicos formales en ambientes virtuales y en el diseño de soluciones empresariales en e-learning.
2. Fuimos una de las primeras Instituciones de Educación Superior (IES) en el país que ofreció programas universitarios en administración con una duración de cuatro años. Esto fue posible gracias a una metodología organizada alrededor de núcleos temáticos y problémicos en periodos académicos de ocho semanas, lo cual nos permitió trabajar 40 semanas en el año, frente a las 32 semanas de trabajo de las IES convencionales.
3. Por su profunda y creciente vinculación con el sector productivo a través de la Unidad Estratégica de I-Solutions, donde actualmente se intervienen 30 de las 100 empresas más grandes de Colombia reconocidas por la Revista Dinero (2018). Este vínculo con el sector real consolida la pertinencia de nuestros programas académicos y se convierte en nuevos espacios y oportunidades para el desarrollo de proyectos investigativos.
4. Por su interés, desde el Principio Rector, en la promoción del espíritu emprendedor y el empresarismo. CEIPA se reconoce como la Universidad de la Empresa y en este sentido, además de una robusta articulación con ella, pretende desde sus programas académicos y desde sus actividades de proyección social, extensión e investigación, contribuir al desarrollo de perfiles emprendedores que se cristalicen en una nueva actitud frente al trabajo mucho más innovadora y en la creación de empresas que contribuyan a mejorar el entorno regional y nacional.
5. Por su interés en hacer realidad el Principio Rector de convertirnos en una verdadera empresa que gestiona el conocimiento, desde la articulación de la docencia, la extensión y la investigación a través de procesos coordinados e innovadores que permitan ofrecer modelos novedosos de gestión e intervención para la solución de problemas reales.

6. Por su modelo de gestión definido e implementado bajo un esquema de procesos y por su compromiso con la autoevaluación permanente, lo cual hace que la Institución esté inmersa en una espiral de mejoramiento continuo y calidad. No en vano, en el año 2004, CEIPA fue la primera Institución de Educación Superior en Colombia en certificar todos sus procesos bajo la Norma NTC ISO 9001;2000 con ICONTEC. Esta certificación se ha venido renovando sistemáticamente cada tres años.
7. Por su compromiso con la excelencia académica y administrativa evidenciado en la acreditación de varios de sus programas académicos de pregrado en sus modalidades presencial y virtual. Además, que para enero del 2019 ha sido autorizado el comienzo de su proceso de autoevaluación que lo conducirá a la acreditación en alta calidad.

3. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA

En el año 1998 el CEIPA inicia sus actividades académicas con el programa de pregrado Virtual de Ingeniería Financiera y de Negocios, con código ICFES 272743326200500111100, respondiendo así a la inserción de Colombia y su economía en el contexto de la globalización que había ya comenzado con la apertura económica y así su participación en un sistema mundial de intercambio de bienes y servicios, dentro de los cuales los financieros jugaban un papel protagónico.

El Ministerio de Educación Nacional de Colombia, mediante la resolución 4770 de 22 de agosto de 2007, otorga el Registro Calificado al programa de Administración de Negocios internacionales, metodología presencial. La acreditación corresponde a una creciente demanda de las organizaciones por profesionales que hagan frente a un mundo cada vez más globalizado de una manera mas interdisciplinaria y proactiva.

Una renovación de dicho registro tuvo lugar el 26 de junio de 2014 mediante Resolución 10175 y una acreditación de Alta calidad por cuatro años es anunciada el 24 de octubre del 2018, mediante la resolución 017235. Convirtiéndose así, en una de las sólo catorce instituciones de educación superior que cuentan con una acreditación similar¹.

Esta última, se toma como un reconocimiento a la pertinencia de su currículo y a su compromiso con la formación de profesionales capaces de identificar de forma oportuna, las posibilidades de expansión internacional, de diseñar e implementar estrategias que permitan maximizar la competitividad a esta escala, de dinamizar sus procesos logísticos, cambiarios y aduaneros, de propiciar el desarrollo y de participar en procesos en la mejora de la competitividad empresarial.

Desde que el programa comenzó a ser impartido 140 personas, entre hombres y mujeres, han sido graduados de Administración de Negocios Internacionales. Dichos profesionales, gozan de una excelencia que esta por encima del promedio nacional. Según lo podemos comprobar en las pruebas Saber PRO. En ellas los estudiantes del programa de negocios se ubican, según los resultados oficiales enviados por ICFES, por encima de la media nacional en todas las competencias evaluadas. Demostrando el desarrollo de las competencias necesarias para graduar

¹ Según datos del CNA que pueden ser validados en:

<https://saces.mineducacion.gov.co/cna/Buscador/BuscadorProgramas.php?>

mejores profesionales con cualidades sobresalientes, que verán incrementadas sus posibilidades de éxito en el mercado laboral.

Algunas de las empresas donde laboran nuestros egresados del programa tanto en la modalidad presencial, como en la virtual son: Servibarras, Bancolombia, Bayer S.A, Almacenes Éxito S. A, Didetexco, Fanalca S.A., Une Telecomunicaciones, Gobernación de Antioquia, Henkel de Colombia, Panalpina, Centro De Información de Procolombia, Magnum Logistic, Fitac, Basc, Districondor Ltda., Auteco-Kawasaki S.A., Compañía Nacional de Chocolates S. A., entre otras importantes empresas del departamento y el país, desempeñándose en áreas de Gerencia, Dirección de ventas internacionales, Departamento de logística internacional, Departamento de exportaciones, Departamento de importaciones, Agencias de aduana, Agencias de carga, Gremios, Aduana, Procolombia, Cámaras de comercio, entre otros.

4. JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA

Hablar de Negocios Internacionales puede resultar redundante. Hoy todos los negocios en mayor o menor proporción se ven avocados a intercambios a escala internacional. Desde la provisión o la entrega de insumos o el producto terminado en un país diferente al lugar de producción, hasta la influencia que reciben los clientes y consumidores de tendencias internacionales que impactan directamente en la estructuración de las soluciones que ofrecen las empresas.

La mundialización de los negocios es un fenómeno que ha sido facilitado por los avances tecnológicos y científicos presentado en las telecomunicaciones y los medios de transporte. Es a partir de los años setenta cuando comienza el aumento del comercio internacional que más tarde ve reforzado por dinámicas políticas impulsadas por las potencias económicas. Como se puede ver con la apertura de China y más tarde su ingreso a la Organización Mundial del Comercio y la concentración de los Estados Unidos y Europa en los servicios, impulsado así el intercambio de mercancías a nivel planetario como nunca en la historia.

Este fenómeno fue el comienzo de una revolución protagonizada por el dinamismo y la constante del cambio en todas las esferas de las interacciones humanas. Es así, como la educación superior debe dejar de preparar estudiantes en modelos basados en acumulación de datos y pasar a unos dinámicos que permitan la construcción de un conocimiento de manera más participativa. La interacción academia y entorno empresarial debe ser la protagonista. Lo anterior, permitirá preparar profesionales que observen de manera más proactiva su entorno y que

sean capaces de enfrentar la incertidumbre que acompaña la globalización de todas y cada una de las esferas de la empresa.

Sin duda, hoy los estudiantes cuentan con grandes posibilidades de conexión en red. Lo anterior, no hace referencia solamente al acceso a la web, si no a las posibilidades que la internet les ofrece para contactar, desarrollar y tener experiencias con personas, culturas y organizaciones de cualquier parte del mundo. A su vez, este fenómeno produce una rápida obsolescencia del conocimiento sin precedentes y con grandes implicaciones para las organizaciones. Estas, dependen de un reconocimiento oportuno y asertivo de las oportunidades, acompañado de gran capacidad de análisis y gestión para su acceso y permanencia en el mercado.

En tal sentido, la administración debe desarrollar habilidades específicas desde las cuales comprenda el todo organizacional y contribuya al desarrollo de estrategias coherentes con la realidad competitiva y en ese pilar se sustenta la existencia del programa académico de Administración de Negocios Internacionales el cual, no conforme con suministrar saberes específicos en torno al tema asume el reto de la proactividad centrándose en problemas prácticos que el estudiante puede encontrar en cualquier escenario laboral.

4.1 Contextualización

La pertinencia del programa de Administración en Negocios Internacionales en la modalidad virtual se puede analizar desde tres aspectos clave: la internacionalización de los mercados, la cuarta revolución industrial y el rol de lo local como diferenciador en el escenario global.

La internacionalización de los mercados y de las empresas ha sido uno de los fenómenos más interesantes de analizar desde diversas disciplinas como la economía, la sociología, la política, las ciencias administrativas, etc. Ya que ha venido generando profundas transformaciones en prácticamente todos los ámbitos de la vida humana y sus interrelaciones, ha de marcar la formación de cualquier profesional, pero muy especialmente aquellos que han escogido como profesión los negocios internacionales por tener esa visión administrativa de las organizaciones que ansían comprender la complejidad de ese entorno para alcanzar con éxito sus mercados.

La globalización económica ha hecho que el concepto de economía internacional se complejice en la medida que la interdependencia de las naciones aumenta y los efectos ocasionados por las medidas tomadas en una se reflejen en la otra con gran rapidez e impacto. Así mismo, aparecen fenómenos a escala planetaria que resultan imposibles ser ignorados y deben ser abordados con la cautela necesaria para disminuir los riesgos que pudieran ocasionar. Esta óptica contribuye a refundar

conceptos de los negocios que se ven urgidos por tener una visión amplia que traspasa sus fronteras con mayor facilidad.

Este panorama económico mundializado se ve contrastado por una mirada local que lucha por no desaparecer ante las presiones exteriores, produciendo movidas de adaptación e hibridación entre lo local y lo foráneo, casi siempre exitosas. Esto produce que las grandes corrientes estratégicas de la administración tomen una visión internacional: El mercadeo, la gestión humana, la logística, entre otras. Dicho fenómeno se concentra principalmente en las ciudades, las cuales se han convertido en el centro de las operaciones económicas y financieras. Este fenómeno ayuda a la consolidación de clústers que hacen más fácil la gestión de cadenas y redes globales de valor.

Algunos de los fenómenos que aportan a la internacionalización de los negocios y los cuales serán ampliados mas abajo, son:

- La multiplicación de los tratados comerciales regionales bilaterales y multilaterales.
 - El crecimiento económico del Asia y su dinámica exportadora.
 - Los avances en los acuerdos multilaterales como: Facilitación del Comercio, la Unión Africana, ASEAN, APEC, Alianza del Pacifico, entre otros a escala interoceánica.
 - La evolución de la economía colaborativa
 - Incremento de trabajo en redes y de asociatividad internacional.
 - Desarrollo las TIC que impacta directamente el comportamiento de las cadenas de valor.
 - Disminución de intermediarios en la relación productor-consumidor.
 - Aumentos en los flujos de inversión extranjera directa e indirecta en todas las direcciones.
 - Aumentos en las migraciones.
-
- La Cuarta Revolución Industrial

El proceso histórico al cual asistimos y que tendrá consecuencias aún no del todo conocidas, es la llamada cuarta revolución industrial. Un fenómeno que nos asiste como sociedad y que transformará la manera de negociar y en general de relacionarnos. Este desafío, desconocido nos obliga a prepararnos para algo incierto. Las ciencias administrativas, La planeación a largo plazo, los márgenes de ganancias, los potenciales competidores, los canales de comercialización, la distribución y ventas están aún por definir y lo que hemos estructurado hasta hoy esta siendo o a punto de ser reevaluado. Para eso debemos estar formados y preparados.

Según Schwab (2016), la Cuarta Revolución Industrial está caracterizada por la primacía tecnológica que desvanece las líneas entre el mundo físico, digital y biológico, alterará las formas de interacción entre las sociedades actuales debido a su alcance, velocidad e impacto. La respuesta a esta Cuarta Revolución Industrial implica la participación de diferentes grupos de interés desde actores públicos y privados, hasta la academia y la sociedad civil.

De manera que, las oportunidades que se presentan con la Cuarta Revolución están vinculadas con el incremento en el nivel de ingresos y la calidad de vida de las personas a nivel mundial. Adicionalmente, a largo plazo, esta innovación tecnológica resultará en mejoras de eficiencia y productividad a nivel organizacional. Sin embargo; la Cuarta Revolución también puede representar grandes retos para la humanidad, como el incremento de la desigualdad y la disrupción en el mercado laboral a nivel global. En este sentido, no es posible conocer con exactitud el verdadero resultado de este fenómeno; no obstante, se hace necesario reconocer ambos escenarios para desarrollar competencias que lleven a las personas y a las organizaciones a lograr su supervivencia y ser beneficiarios de la innovación.

En efecto, la interconexión creada por las tecnologías digitales y las dinámicas de la información como consecuencia de la globalización, han permitido a la población mundial conectarse, aprender y compartir información sin límites de espacio ni tiempo. Esta realidad afecta a las organizaciones en la medida en que la innovación tecnológica crea nuevas formas de suplir necesidades y ocasiona cambios en las cadenas de valor a través del uso de las plataformas digitales globales. Como consecuencia, se evidencian modificaciones en la demanda, mayores presiones competitivas, y nuevos comportamientos del consumidor, que obligan a las organizaciones a ser flexibles, y adaptarse a la nueva realidad internacional con una mayor velocidad y calidad en sus operaciones; lo que conlleva a concluir que "La Cuarta Revolución Industrial también necesita una revolución social" (Cottam, 2018)

En general, el paso de la Tercera Revolución Industrial, de la simple digitalización, a la Cuarta Revolución Industrial, basada en las combinaciones de tecnologías (inteligencia artificial, internet de las cosas, robótica, vehículos autónomos, impresiones 3D, biotecnología, nanotecnología) lleva a las empresas a repensar su forma de hacer negocios, para lo cual, sus líderes deben comprender este entorno cambiante e innovar de manera continua en el escenario global.

- Los Negocios Internacionales en lo regional y nacional

Como pudimos observar en los párrafos anteriores, las dinámicas globales exigen una preparación del Negociador Internacional con visión a escala planetaria. No obstante, lo local juega hoy un rol que parece profundizarse. Nuestra ciudad, departamento y país se han visto avocados a una internacionalización de sus empresas que ha traído tanto beneficios como pérdidas a los diversos actores del

mercado. Es esta dinámica que va a ser leída e interpretada por los profesionales CEIPA y enfrentar para sacar los mejores resultados acordes a su formación profesional y ética.

- Auge de los Tratados de Libre Comercio (TLC)

La definición básica de los tratados de libre comercio, contempla un acuerdo de comercio entre países, donde cada nación pretende establecer relaciones de ganancia entre ambas partes, al obtener unos beneficios a cambio de incurrir en ciertos costos. La racionalidad económica plantea que ningún ente económico está dispuesto a brindar concesiones sin obtener nada a cambio; en ese orden de ideas los tratados son transacciones económicas en las que se incurren en unos costos para obtener mayores beneficios. Para efectos de ilustrar la importancia del TLC, por el nivel de apalancamiento que le genera la educación, presentamos las principales conclusiones de un estudio efectuado por los investigadores del CIDE de la Universidad de Antioquia (Botero y López, 2004) quienes plantean un modelo de Equilibrio General, como herramienta para evaluar los beneficios y costos del TLC, y particularmente el efecto sobre el empleo. Los investigadores resumen los beneficios en los siguientes tópicos:

- Acceso a nuevas tecnologías
- Uso de insumos y bienes de capital más adecuado.
- Aprovechamiento de economías de escala.
- Utilización de señales de mercado en la asignación de recursos
- Mejoras en la productividad al prepararse para la competencia.
- Nuevos flujos de inversión extranjera directa.
- Usos más eficientes de los factores productivos.
- Incremento en la productividad agregada.
- Restricción a la incompetencia y la corrupción.

A continuación presentamos los diferentes acuerdos suscritos que a la fecha tiene Colombia, los cuales constituyen un reto y una oportunidad inmensa para las empresas colombianas y para los Administradores de Negocios Internacionales del CEIPA:



Acuerdos multilaterales				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción		Texto del acuerdo	Novedades
Miembros de la OMC	30 abril 1995 (Parte contratante del GATT 1947 desde 03 octubre 1981)			n.d.
Uniones aduaneras				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción		Texto del acuerdo	Novedades
Comunidad Andina	26 mayo 1969			n.d.
Acuerdos de libre comercio				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
Alianza del Pacífico	10 febrero 2014	01 mayo 2016		
Costa Rica	22 mayo 2013	01 agosto 2016		
Corea	21 febrero 2013	15 julio 2016		
Unión Europea	26 junio 2012			
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) Asociación Europea de Libre Comercio	25 noviembre 2008	01 julio 2011		
Canadá	21 noviembre 2008	15 agosto 2011		
Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)	09 agosto 2007			
Chile	27 noviembre 2006	08 mayo 2009		
Estados Unidos	22 noviembre 2006	15 mayo 2012		
México	13 junio 1994			
Acuerdos comerciales preferenciales				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
Venezuela (AAP.C N° 28)	28 noviembre 2011	19 octubre 2012		
Colombia - Ecuador - Venezuela - MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	18 octubre 2004			
CARICOM (AAP.A25TM N°31)	24 julio 1994			n.d.
Panamá (AAP.AT25TM N° 29)	09 julio 1993	18 enero 1995		n.d.
Nicaragua (AAP.AT25TM N° 6)	02 marzo 1984			n.d.
Costa Rica (AAP.A25TM N°7)	02 marzo 1984			n.d.
Acuerdos de asociación económica				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
MERCOSUR AAP.CE N° 72	21 julio 2017			
ACUERDOS COMERCIALES SUSCRITOS aún no vigentes				
Acuerdos de libre comercio				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción		Texto del acuerdo	Novedades
Israel	30 septiembre 2013			
Panamá	20 septiembre 2013			

Tabla 1 . Acuerdos comerciales vigentes de Colombia 2019

Fuente: Sistema de información de comercio exterior SICE – OEA.
Consultado el 29 de enero 2019 de http://www.sice.oas.org/ctyindex/col/colagreements_s.asp

- Comercio exterior colombiano y balanza comercial

De acuerdo con las estadísticas del DANE, la balanza comercial en Colombia durante los últimos años ha registrado diferentes comportamientos, en el cual se observa un superávit hasta el año 2013; sin embargo, a partir del año 2014 a la fecha, esta ha mostrado un déficit constante. A continuación, se presenta un cuadro del DANE con la balanza comercial de los últimos 20 años.



 GOBIERNO DE COLOMBIA		 DANE	
Balanza Comercial			
Colombia, balanza comercial anual 1988 - 2018 ^{P*}			
Años	Millones de dólares FOB		
	Exportaciones	Importaciones	Balanza
1988	5 026	4 535	491
1989	5 739	4 579	1 160
1990	6 765	5 149	1 616
1991	7 120	4 569	2 551
1992	6 910	6 145	765
1993	7 123	9 089	-1 965
1994	8 538	11 094	-2 556
1995	10 201	12 952	-2 751
1996	10 648	12 792	-2 144
1997	11 549	14 369	-2 820
1998	10 866	13 768	-2 902
1999	11 617	9 991	1 626
2000	13 158	10 998	2 160
2001	12 330	11 997	333
2002	11 975	11 897	78
2003	13 129	13 026	103
2004	16 788	15 649	1 140
2005	21 146	19 799	1 347
2006	24 512	24 534	-22
2007	30 279	30 807	-528
2008	36 786	37 152	-366
2009	32 846	31 181	1 665
2010	39 713	38 154	1 559
2011	56 915	51 556	5 358
2012	60 125	56 102	4 023
2013	58 826	56 620	2 206
2014	54 857	61 088	-6 231
2015	36 018	51 598	-15 581
2016	31 768	42 849	-11 081
2017	37 881	43 972	-6 092
2018*	38 440	44 957	-6 517

Fuente: DIAN- DANE (IMPO)
^P provisional
* Corresponde hasta el mes de noviembre
Actualizado el 22 de enero de 2019

Tabla 5: Balanza comercial de Colombia – Relación de cifras totales.
Fuente: DANE – tomado el 29 de enero de 2019 de www.dane.gov.co

Para situarnos en la realidad actual, tenemos que mirar como ha sido afectada la economía mundial, con unos años de desaceleración económica en un gran número

de países, y un incremento en la demanda de productos asiáticos, los cuales fueron factor clave para jalonar las compras internacionales de bienes y servicios; cabe resaltar que han aumentado las exportaciones de petróleo y sus derivados, y de carbón y ferroníquel; sin embargo existe una tendencia en la reducción de exportaciones del café. Adicionalmente, y, a pesar del déficit de la balanza comercial anual de Colombia, el comportamiento de esta es diferente cuando se analiza por grupo de países, tal es el caso de la balanza comercial colombiana con grupos comerciales como ALADI y la Comunidad Andina, la cual presentó un superávit en los años 2017 y 2018, tal como se evidencia en la siguiente tabla.

											
Balanza Comercial											
Colombia, balanza comercial según grupos económicos y principales países 2008 - 2018 ^{*P}											
Millones de dólares FOB											
Origen	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 [*]
Total balanza comercial/1	-366,0	1 665,0	1 559,4	5 358,4	4 023,0	2 206,0	-6 231,1	-15 580,5	-11 081,1	-6 091,7	-6 516,6
Grupos comerciales											
Aladi	1 391,0	413,4	-2 028,3	-2 157,6	-1 276,8	368,7	167,7	-122,9	-1 168,1	1 136,4	1 306,1
Comunidad Andina	740,2	637,6	1 227,8	1 184,8	1 393,1	1 185,7	631,8	696,4	460,2	1 097,6	1 228,7
MERCOSUR	2 680,3	1 177,7	-1 376,5	-1 629,7	-1 399,7	-277,7	0,7	-390,3	-967,9	-991,4	-1 138,8
Unión Europea	-524,8	-180,0	-155,5	2 182,7	2 096,3	1 678,0	989,0	-1 960,8	-1 022,8	-1 138,0	-2 220,9
Principales países											
Estados Unidos	2 999,2	3 856,9	6 821,9	8 991,0	8 244,0	2 780,3	-3 185,6	-4 773,6	-1 007,0	-864,5	-1 484,9
Venezuela	4 930,2	3 521,6	1 131,5	1 190,9	2 053,4	1 846,1	1 567,1	789,3	443,9	116,4	218,4
Perú	145,9	191,6	376,7	334,6	688,9	436,2	15,3	239,8	392,2	496,6	417,0
Chile	164,8	78,0	368,4	1 358,5	1 283,6	726,1	116,0	1,5	-15,0	373,9	425,9
Ecuador	704,2	582,7	992,8	867,6	846,8	1 119,3	995,1	710,9	419,9	772,6	966,0
Japón	-706,9	-444,2	-575,9	-831,7	-1 224,7	-1 011,5	-1 018,8	-633,9	-628,6	-611,8	-703,5
Alemania	-888,8	-919,6	-1 298,5	-1 646,7	-1 783,7	-1 339,4	-1 815,7	-1 701,8	-1 172,4	-1 335,9	-1 495,3
México	-2 403,9	-1 663,4	-3 055,9	-5 144,2	-5 398,9	-4 436,0	-4 176,8	-2 806,0	-2 361,3	-1 788,5	-2 051,9
Canadá	-417,6	-240,2	-220,2	-273,4	-599,5	-542,4	-416,9	-393,4	-316,7	-208,7	111,1
Brasil	-1 558,8	-1 459,7	-1 254,7	-1 322,4	-1 428,6	-866,7	-742,2	-807,6	-1 034,5	-835,1	-1 009,1
China	-3 759,1	-2 529,5	-3 275,4	-5 676,5	-5 859,8	-4 737,6	-5 397,5	-7 259,0	-6 870,5	-6 106,4	-5 672,0
Resto de países	424,6	690,9	1 548,7	7 510,7	7 201,5	8 231,8	7 828,8	1 053,4	1 068,9	3 899,5	3 761,6

1/La suma de los parciales no es equivalente al total de la balanza comercial
Fuente: DIAN- DANE (IMPO)
Nota: La balanza para la Unión Europea corresponde a los 28 países integrantes actualmente. Se incorporan desde la información de 1995 con el fin de garantizar la comparabilidad de las series estadísticas.
* Corresponde hasta el mes de noviembre
Actualizado el 22 de enero de 2019

Tabla 2 Balanza comercial por grupos económicos y principales países 2018p

Fuente: DANE – tomado el 29 de enero de 2019 de www.dane.gov.co

De manera más detallada, si se analiza el comportamiento de las exportaciones colombianas, se evidencia, que el Departamento de Antioquia tiene una participación de 12,4% en el total de exportaciones del país para el año 2017, lo cual la convierte en la región más exportadora del país según datos del Banco de la República y de la Cámara de Comercio de Medellín. Con respecto al destino de las exportaciones de la región, se puede ver como el principal a Estados Unidos, seguido por Ecuador, Perú, México y Canadá.

La misma ilustración informa además del número de empresas antioqueñas que exportan: 2.589 en total y basadas en Antioquia 1.795. Estas, representan el 1% de

la base empresarial del departamento y son a su vez sus embajadoras, posibilitando contactos comerciales con más 147 países.



Ilustración 1 Distribución geográfica exportaciones Antioquia

Fuente: Informe Antioquia exporta más. Cámara de Comercio de Medellín.

Como es la dinámica normal de los mercados, las PyMES tienen en porcentaje la mayor participación en volumen, aunque no necesariamente en ventas. En la Ilustración 2, se puede observar el perfil de las empresas exportadoras de Antioquia: su naturaleza, tamaño y año de creación. En ella se evidencia una tendencia a la permanencia de las empresas en los mercados internacionales, lo que puede ser considerado a su vez una evidencia del potencial de la región.

Adicionalmente, y de manera contraria a lo que ocurre a nivel nacional, para el año 2018, se nota un incremento de las exportaciones de la región de manera constante entre los meses de enero a mayo, tal como se observa en la Ilustración 2. Esa movida ha sido facilitada por el compromiso de las políticas públicas en la promoción de las exportaciones y que ha hecho crecer el número de empresas y de productos con participación en mercados foráneos.

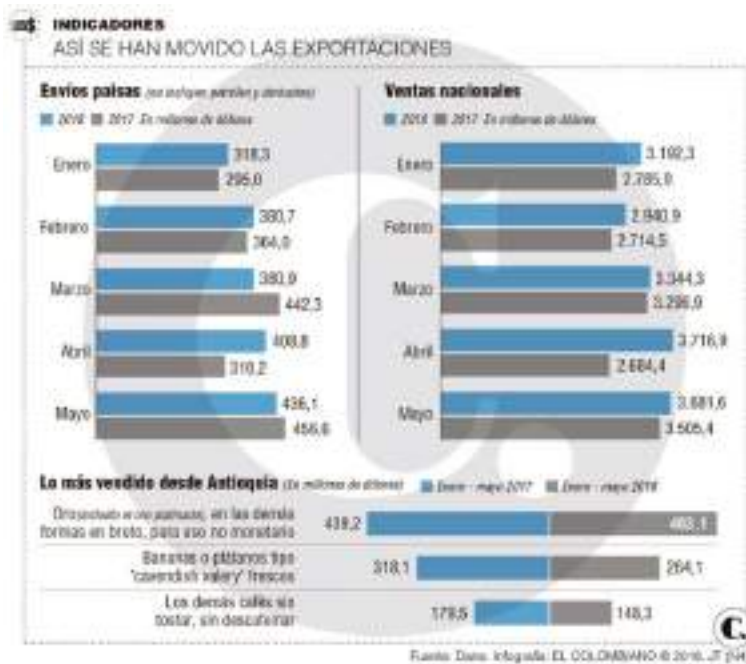


Ilustración 2 Exportaciones de Antioquia 2017-2018

El departamento se presenta entonces como excelente laboratorio, donde diversas entidades e instituciones de todo orden, pueden poner a prueba diversas herramientas técnicas, procedimentales, académicas, entre otras, que le aporten a la competitividad y potencial exportador. Es por eso que CEIPA hace parte del grupo de apoyo Antioquia Exporta Más que nace de dicha necesidad y junto con más de diez instituciones presta apoyo a las empresas que presentan dichas necesidades. Otras instituciones con las cuales aunamos esfuerzos son: Procolombia, cámaras de comercio de Medellín, Aburra Sur, Oriente, Uraba, Ministerio de Comercio, Gobernación de Antioquia, Esumer, EAFIT entre otras.

4.2 Pertinencia

Abordados los tres aspectos en los cuales enmarcamos y justificamos la pertinencia del programa de Administración de Negocios Internacionales en CEIPA, enfrentamos los cuestionamientos sobre como deben ser abordadas esas realidades. Un mundo globalizado, una creciente internacionalización de los negocios y una nueva revolución industrial que nos convoca a analizar el entorno para brindar soluciones a los problemas detectados desde perspectivas y con soluciones innovadoras.

Un mundo que se pregunta cuáles deben ser los nuevos métodos y medios en materia de investigación sobre los distintos fenómenos de la globalización y la revolución industrial. Cuales son los efectos de esto sobre la internacionalización de los negocios y viceversa. Es decir, como esa consonancia de tendencias puede tener sobre la educación.

Como se continúa evidenciando, hay muchos temas en juego incluida la rapidez del cambio en las economías nacionales e internacionales; el viraje en las riendas del poder y cómo este cambio está moldeando las relaciones entre productores y consumidores, trabajadores y empleadores, proveedores y clientes, empresas y gobiernos; la importancia de las empresas en relación con otras estructuras económicas. Los cambios que afectan a las cadenas de valor se hacen cada vez más rápidos y menos predecibles y la diferencia entre las teorías y categorías de las ciencias sociales existentes y las estructuras sociales y económicas, generadas por la creciente internacionalización de la actividad económica.

Son muchos los factores que están contribuyendo a darle una nueva forma al actual y al emergente sistema internacional, y es por eso que debemos examinar las diferentes perspectivas teóricas que se aplican a la comprensión de la globalización y a sus enfoques desde la óptica de diferentes disciplinas, entre ellas la historia, la economía, la geografía, la sociología, la ciencia política y en especial los negocios internacionales, que ha sido la disciplina que ha impulsado la integración, cooperación y competencia entre los diferentes países.

El fenómeno de la globalización de la economía mundial tiene que ser analizado desde un punto de vista amplio y no simplemente como una etapa histórica sin precedentes, o como la acción de un conjunto de fuerzas con carácter inexorable. Tampoco puede reducirse al ajuste de las estrategias de los estados nacionales al modelo de globalización neoliberal, a través de una serie de medidas económicas (Privatización de las empresas públicas, apertura comercial y financiera, desregulación, etc.).

Alrededor de la Globalización existe fenómenos a escala mundial: desarrollo sostenible y cambio climático; la creciente desigualdad económica, la diversidad, la multiculturalidad, entre muchas otras que pueden tener una incidencia directa en los negocios. Dentro del estudio de la Globalización es imprescindible analizar temas como el desarrollo de las fuerzas productivas, la reestructuración de la economía como sistema productivo mundial, las características y condiciones de la nueva división del trabajo que acarrearán las revoluciones tecnológicas, la reestructuración del sector industrial, la evolución y el papel del sector de servicios, el papel de la clase obrera y de los movimientos sociales emergentes.

Tampoco pueden faltar las preguntas sobre la relación entre lo global y lo local. Una de ellas es cómo las condiciones locales alimentan los cambios globales y viceversa. Otra pregunta imprescindible es, en qué condiciones un conjunto de factores domina al otro (ej.: cuando los resultados son impulsados principalmente por factores económicos, políticos, institucionales o culturales locales y no por estructuras económicas y políticas globales). Estos temas sobre lo local y lo global están aflorando dentro de las organizaciones, entre instituciones, a través del espacio geográfico y dentro del campo político.

Organizacionalmente, la tensión global local se está manifestando en una variedad de maneras, incluyendo las decisiones de las empresas con relación a la ubicación de sus actividades. Esto nos lleva a preguntarnos, por ejemplo, qué es lo que está ocurriendo en el caso de la fragmentación de los sistemas de producción de las empresas de las economías avanzadas, y con la reubicación de partes de esas empresas en otras sociedades, aprovechando las oportunidades que les brindan las nuevas tecnologías de la comunicación y del transporte, así como también la internacionalización de los mercados de capital. ¿Por qué esas empresas decidieron reubicarse? ¿Por qué seleccionaron esas unidades de su actividad productiva para ser reubicadas? ¿Cuáles son los beneficios que los gobiernos anfitriones les están ofreciendo para que vendan y operen en sus sociedades? ¿Cuáles son los efectos de la globalización sobre industrias específicas y sobre sus sociedades de origen? Por ejemplo, sobre las industrias del software, la automotriz; de los servicios financieros, incluyendo el capital de riesgo; la electrónica, incluyendo los semiconductores; los textiles y prendas de vestir.

Las teorías predominantes sobre la Globalización nos permiten ampliar nuestra visión dentro de una economía mundial que se expande, en medio de un mundo donde tanto el espacio como el tiempo han sido transformados bajo el efecto del paradigma de la tecnología de la información.

En este orden de ideas, ya la competencia no es entre estados, sino entre corporaciones que han adquirido la categoría de “globales”, y por tanto sus mecanismos de dirección, oportunidades, estrategias y modelos de planeación son tan universales como ellas. Esta tendencia no puede ser ajena a las instituciones universitarias y sus propuestas de formación. La pertinencia de un programa en un contexto local cobra vigencia en el contexto global. La empresa, sus oportunidades y vicisitudes son universales y por tanto los mecanismos y teorías de su gestión también lo son.

El contexto global actual en el que se encuentran inmersas las organizaciones las lleva a enfrentarse a una serie de retos internos y externos que deben atender con estrategias cada vez más complejas, las cuales deberán garantizar su productividad y sostenibilidad. Es en este contexto complejo y cambiante donde a la gestión del mercadeo se le imponen una serie de exigencias en niveles relacionados con el entorno, el individuo y la organización. Las empresas que respondan a dichas exigencias tendrán mejores posibilidades de prevalecer sobre las que no lo hagan.

Estas exigencias que pueden observarse desde el *entorno*, lo constituyen la alta incertidumbre, el alto grado de volatilidad y complejidad donde el cambio puede ser radical e irreversible; desde el *individuo*, el cual hoy valora en gran medida su autonomía, puede tener mayor compromiso con su profesión que con la empresa, donde el vínculo empleado-empresa es cada vez más débil y donde el contrato psicológico estabilidad-lealtad empieza a ser

reemplazado por la empleabilidad; y por último, las exigencias *organizativas*, que tienen que ver con la naturaleza propia de la organización, donde el éxito de las empresas depende cada día más de la búsqueda de soluciones y alternativas múltiples a problemas complejos y mal definidos, de una parte, y de otra, la capacidad de detectar oportunidades y amenazas donde la flexibilidad es vital para reaccionar rápidamente a cualquier eventualidad (Cabrera, Gómez y Bonache, 2006).

El siglo XXI se viene manifestando en términos empresariales como el siglo del conocimiento, donde en un entorno de libre competencia, el éxito empresarial se basa en el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles (Cabrera, et. al, 2006). En este panorama, factores como la innovación, la adaptabilidad, la rapidez y la eficiencia se han convertido en elementos claves de dicha ventaja competitiva (Becker & Huselid, 1999). Lo que a su vez demanda una estrategia fundamentada en la calidad de los productos y servicios, el servicio al cliente y la excelencia operativa.

Una consecuencia inmediata de estos cambios se refleja en la organización interna de las empresas, pues además de flexibilidad y más eficiencia deben incrementar una serie de habilidades y capacidades que antes no necesitaban, para hacer de ellas la fuente de su ventaja competitiva (Beer, 1997). Lo anterior, trae un efecto sobre el papel del mercadeo en la organización, dado que la necesidad de competir sobre la base del conocimiento, la información y el servicio, demanda estrategias orientadas hacia el capital intelectual y los activos intangibles (Becker & Huselid, 1999), es decir, estrategias fundamentadas en las personas.

Como se puede observar entonces, un programa de Administración de Negocios Internacionales se hace totalmente pertinente en una región de vocación exportadora y que hace frente a un mundo complejo, con regulaciones dinámicas y cuyo acercamiento a sus clientes puede tomar varias formas. El profesional CEIPA estará en capacidad de afrontar estos escenarios, ya que estará formado con una proyección clara que tiene en cuenta el panorama actual y los futuros que abordara en el ejercicio de su profesión.

5. MARCO NORMATIVO

La Fundación Universitaria CEIPA se acoge a toda la normativa nacional vigente emanada por los diferentes organismos gubernamentales que dan directrices sobre los cumplimientos dentro del plan de desarrollo de la Educación Superior a través del Ministerio de Educación Nacional –MEN- y los contenidos dentro del Proyecto Educativo Institucional que rige las pautas y normas dentro de la estructura general

de la educación, así mismo los Proyectos Educativos del Programa que buscan dar línea y secuencia para la adaptación curricular dentro de su normal funcionamiento. Para ello, se relaciona el marco institucional general contenido desde el MEN:

Tipo de Documento	Denominación	Fecha
Ley	Ley 30 de 1992- Servicio Público de Educación Superior. Expresa normas por medio de las cuales se reglamenta la organización del servicio público de la Educación Superior. (El Congreso de Colombia, 28 de Diciembre de 1992).	1992
Decreto	Decreto 1403 de 1993- Reglamentación de Ley 30 de 1992. Establece que mientras se dictaminan los requisitos para la creación y funcionamiento de los programas académicos de pregrado que puedan ofrecer las instituciones de educación superior, estas deberán presentar al Ministerio de Educación Nacional por conducto del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES), con el fin de garantizar el cumplimiento de los fines de la educación, la información referida al correspondiente programa. Así también regula lo referido a la autorización de la oferta de programas de Maestría, Doctorado y Postdoctorado, de conformidad con la referida Ley. (Dado el 21 de Julio de 1993 y Publicado en el Diario Oficial N° 41.476 del 5 de agosto de 1994.	1993
Ley	Ley 115 de 1994- Ley General de Educación. Ordena la organización del Sistema Educativo General Colombiano. Esto es, establece normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Respecto a la Educación Superior, señala que ésta es regulada por ley especial, excepto lo dispuesto en la presente Ley. "Excepto en lo dispuesto en la Ley 115 de 1994, sobre Educación Tecnológica que había sido omitida en la Ley 30 de 1992. Ver Artículo 213 de la Ley 115.	1994
Ley	Ley 489 de diciembre 29 de 1998. Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional.	1998
Decreto	Decreto 2230 de 2003- Modificación Estructura Ministerio de Educación Nacional. Sanciona normas por las cuales se modifica la estructura del Ministerio de Educación Nacional, y se dictan otras disposiciones. Dado en Bogotá, D. C., a 8 de agosto de 2003.	2003
Decreto	Decreto 644 de 2001- Reglamentación sobre puntajes altos en Exámenes de Estado	2001
Acuerdo	Acuerdo No. 01 de Junio 23 de 2005 . Consejo Nacional de Educación Superior, CESU, por el cual se expide el reglamento interno de funcionamiento.	2005
Acuerdo	Acuerdo No. 02 de Junio 23 de 2005. Consejo Nacional de Educación Superior, CESU, por el cual se subroga el Acuerdo 001 de 2000 del Consejo Nacional de Educación Superior, CESU, y con el cual se expide el reglamento, se determina la integración y las funciones del Consejo Nacional de Acreditación.	2005
Resolución	Resolución N° 000167 del 31 de Mayo de 2006 - Icfes, por la cual se formaliza una delegación.	2004
Resolución	Resolución N° 183 de Febrero 2 de 2004, por la cual se define la organización de la Comisión Nacional Intersectorial de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, CONACES.	2004
Decreto	Decreto 4675 de 2006. Por el cual se Modifica la Estructura del Ministerio de Educación Nacional	2006
Decreto	Decreto 4674 de 2006. Por el cual se modifica la Planta Global del Ministerio de Educación Nacional	2007
Decreto	Decreto 4729 de 2007. Por el cual se otorga la Orden a la Educación Superior y a la Fe Pública "Luis Lopez de Mesa".	2007
Decreto	Decreto 128 de enero 26 de 1976. Por el cual se dicta el estatuto de inhabilidades, incompatibilidades y responsabilidades de los miembros de las juntas directivas de las entidades descentralizadas y de los representantes legales de estas.	1976
Ley	Ley 1286 de 2009: "Por la cual se modifica la ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en departamento administrativo, se fortalece el sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones".	2009
Ley	Ley 29 de 1990: "Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias."	1990

Tabla 3 Normatividad instituciones de Educación Superior

Fuente: Elaboración propia, CEIPA 2019

La fundación Universitaria CEIPA contempla la siguiente reglamentación interna dentro de su marco legal y funcional para cumplir con los parámetros designados por el MEN:

Tabla 4: Reglamento Estudiantil y acuerdos complementarios

Tipo de Documento	Denominación	Fecha
Acuerdo	Acuerdo 02: Reglamentación Seminarios Internacionales	2015
Acuerdo	Acuerdo 004: Elección del Representantes de los docentes, egresados y estudiantes ante el Consejo Académico	2018
Estatuto	Acuerdo No. 04 de 2015: Estatuto de propiedad intelectual	2015
Manual	Manual de Convivencia Institucional	2015- 2020
Acuerdo	Acuerdo No. 03-2017: Prerrequisito Contaduría Pública	2017
Acuerdo	Acuerdo No. 04-2016: Reglamentación grupos dirigidos	2016
Acuerdo	Acuerdo No. 01-2015: Reglamentación parqueaderos	2015
Acuerdo	Acuerdo No. 7- 2011: Reglamento Estudiantil	2011
Acuerdo	Acuerdo Directivo No. 8- 2018: Reglamento Estudiantil	2019
Acuerdo	Acuerdo Consejo Académico No. 005 de Junio de 2011: Reglamento número total del créditos programas académicos	2011
Acuerdo	Acuerdo No. 05- 2007: Reglamento para cursar núcleos simultáneos	2007
Acuerdo	Acuerdo 03- 2009: Reglamento proyección profesional para pregrado y plan de empresa para postgrado	2009
Acuerdo	Acuerdo No. 02- 2017: Actualización proyección profesional y plan de empresa	2017
Acuerdo	Acuerdo No. 07- 2017: Reglamento pruebas supletorias	2017
Acuerdo	Acuerdo No. 01 de 2015: Reglamento reconocimiento de núcleos por transferencia	2015
Acuerdo	Acuerdo No. 02 de 2009: Reglamento validación núcleos de electivas para pregrado 2009	2009
Acuerdo	Acuerdo No. 03 de 2011: Reglamento validación núcleos de electivas para pregrado	2011
Política	Política de devoluciones y saldos a favor de la Fundación Universitaria CEIPA	s.f.
Acuerdo	Acuerdo No. 02 - 2018: Requisitos de grado Consejo Académico	2018
Acuerdo	Acuerdo NO. 02- 2012: Validación de los núcleos de electivas por el seminario de cátedra busrútil	2012
Acuerdo	Acuerdo No. 03- 2013: Valor del crédito pregrado de Administración de empresas en la modalidad presencial y virtual	2013

Fuente: Elaboración propia, CEIPA 2019

Tabla 5: Derechos Pecuniarios

Tipo de Documento	Denominación	Fecha
Comunicado	Derechos Pecuniarios 2015- Justificación de aumento Derechos pecuniarios 2015	2015
Comunicado	Derechos Pecuniarios 2016	2016
Comunicado	Derechos Pecuniarios 2017	2017
Comunicado	Derechos Pecuniarios 2018	2018
Comunicado	Derechos Pecuniarios 2019	2019
Comunicado	Derechos Pecuniarios 2019- Justificación de aumento Derechos pecuniarios 2019	2019

Fuente: Elaboración propia, CEIPA 2019

Tabla 6: Reglamentación Institucional

Tipo de Documento	Denominación	Fecha
Estatuto	Estatuto docente	2016
Estatuto	Estatuto general CEIPA	2000
Política	Políticas para el tratamiento de su información personal	2013
Acuerdo	Acuerdo No. 8- 2011 Consejo Directivo: Reglamento BienSer	2011
Resolución	Resolución rectoral No. 01- 2016: Elecciones 2016	2016

Fuente: Elaboración propia, CEIPA 2019

6. PERFIL DEL EGRESADO

A continuación, se presente el perfil de egreso del profesional CEIPA.

El profesional CEIPA es un gestor íntegro del conocimiento, orientado a la solución de problemas organizacionales, comprometido con el desarrollo de la sociedad, de su gente y las organizaciones, apto para desempeñarse en ambientes heterogéneos locales y globales.

Este perfil puede desagregarse de la siguiente manera:

- *Gestor del conocimiento:* Es una persona que sabe encontrar, proteger, diseminar y crear los saberes necesarios para responder a los retos sociales, culturales, económicos y humanos que le presenten los contextos que vive.
- *Íntegro:* Es una persona con sólidos valores éticos; un profesional con propósito superior, consciente y visión compartida.
- *Solucionador de problemas:* Aplica su capacidad creativa, su inteligencia emocional, su habilidad analítica y su visión prospectiva para ofrecer alternativas viables a los retos que se le presentan.
- *Organizaciones:* Grupo de personas y sus recursos que se reúnen bien sea en un contexto social o empresarial buscando alcanzar fines comunes.
- *Comprometido:* No es un simple espectador de su tiempo, sino que se involucra de manera proactiva, ejerciendo liderazgo inspirador para mejorar su vida, la de sus semejantes y su entorno. Este compromiso se expresa en su capacidad emprendedora o su orientación empresarial.
- *Apto:* Su idoneidad profesional se caracteriza por estar sustentada en una persona adaptable, autónoma, hábil en el uso de la creatividad, el pensamiento crítico y el trabajo colaborativo, con capacidad de tomar decisiones estratégicas. Posee inteligencia emocional, social y resiliencia ante los retos del siglo 21.
- *Contexto:* Está en capacidad de actuar en ambientes caracterizados por su diversidad cultural y geográfica adaptándose a diferentes entornos “glocales”.

6.1 Las competencias del administrador CEIPA

Ser administrador hoy, obliga a redefinir las capacidades que lo llevan a gestionar en las organizaciones, agregando valor y generando competitividad, con atención a la lectura de su entorno y en ello a la identificación de tendencias globales, regionales o locales, para convertirlas en oportunidades de negocios y de crecimiento humano, económico y social.

Por definición CEIPA ha entendido por competencia, las características que presentan las personas con un desempeño superior, compuestas por una integralidad de variables como: conocimientos, aptitudes, actitudes, habilidades, motivación, valores, con lo cual es posible alcanzar el nivel de desempeño antes enunciado.

Dentro de la definición de competencias anteriormente citada, adquiere especial relevancia el componente axiológico (las actitudes y la ética). Como lo plantea Cortina (2000)², la profesión va más allá de una ocupación que permite resolver las necesidades económicas y sociales (estatus) de las personas. La profesión es una práctica social que toma sentido en el impacto que produce sobre la sociedad (la comunidad, empresa, la región, el país). Según Hortal (2002)³, en su formación, el profesional no sólo adquiere conocimientos y habilidades que lo distinguen como tal, sino que adicionalmente acepta el compromiso de esmerarse en una prestación de servicios profesionales con calidad y eficiencia.

En consecuencia, la formación por competencias implica que el graduado no sólo será capaz de ejercer un desempeño laboral fundamentado, sino también comprometido.

A partir de esta definición se hace necesario reconocer las especificidades profesionales que caracterizan a los componentes de la competencia:

Saber Conocer:

- Destrezas de aprendizaje
- Destrezas de pensamiento
- Comunicación
- Comprensión
- Saberes específicos de la profesión

Saber Ser:

- Valores
- Ética
- Actitudes

² Cortina, Adela, Presentación, el sentido de las profesiones, en A. Cortina y J. Conill, 10 Palabras Clave en Ética de las Profesiones, Verbo Divino, Navarra, España, 2000, pp. 13-28. Código Deontológico de los abogados de la Unión Europea.

³ Hortal, Augusto, Ética General de las Profesiones, Desclée, Bilbao, España, 2002.

- Desarrollo personal

Saber Hacer:

- Aplicación del conocimiento
- Toma de decisiones
- Evaluación
- Actuar en contexto

El carácter holístico de las competencias exige reconocer un elemento integrador que garantice que los conocimientos, las habilidades, valores y actitudes se desarrollan en una dinámica sistémica. Los componentes de la competencia no existen de manera atomizada sino en una relación dialéctica. Los problemas empresariales que se abordan en los núcleos problémicos se derivan de las competencias profesionales, por ello el estudiante se forma en habilidades que tienen relación directa con el ejercicio profesional. Por lo tanto, por ser una formación teórico-práctica desde el método, la principal responsabilidad del aprendizaje recae en el estudiante.

A pesar de que el estudiante asume un papel protagónico en su formación, los docentes y los empresarios adquieren nuevas responsabilidades para garantizar la eficiencia del proceso: la capacidad de aprendizaje autónomo del estudiante es limitada y para potenciar la Zona de Desarrollo Próximo es necesario que docentes y empresarios coloquen al servicio del estudiante los instrumentos que sean necesarios para que éste pueda desplazarse de forma autónoma en el proceso que va de la comprensión de la realidad circundante, a su abstracción, a la construcción mental y a la implementación material de la propuesta de transformación.

La vinculación de docentes y empresarios con el trabajo autónomo del estudiante, comprometiéndose con su desarrollo y guiando sus actividades, establece un nuevo vínculo entre estos actores: el compromiso del docente y del empresario con el aprendizaje del estudiante.

El aprendizaje colaborativo, que tiene su mayor manifestación en el trabajo de aplicación, en las visitas a la empresa por parte del estudiante y en las sesiones de asesoría del docente con el estudiante, tiene la característica de rotar los roles de los personajes en los procesos de enseñanza y aprendizaje: todos enseñan y todos aprenden. Esta dinámica establece un nuevo vínculo afectivo entre los tres actores: el compromiso de docentes, estudiantes y empresarios con el aprendizaje recíproco.

El hecho de que la formación laboral se centre en el trabajo independiente del estudiante, vinculado a la solución de un problema particular de la empresa, no desconoce la existencia del grupo. Un conjunto de estudiantes se halla inmerso en la solución de problemas empresariales de similares características, ya que se encuentran en el mismo nivel de formación y, por lo tanto, sin desconocer las individualidades, tienen niveles más o menos homogéneos en el desarrollo de sus capacidades profesionales.

La estructura metodológica establece que al final del núcleo, cuando se socializan y verifican los resultados, tanto en términos de formación como de producción, se busca un escenario que permita la retroalimentación entre los estudiantes del grupo. Adicionalmente, se puede considerar pertinente que algunas asesorías del docente con el estudiante se hagan colectivas para intercambiar experiencias, aportando unos a la solución del problema de otros, a la vez que la solución de un problema empresarial puede ser resuelto por un equipo de estudiantes, teniendo en cuenta que la realidad muestra que en las empresas se trabaja en equipos y en redes. En conclusión, el intercambio de experiencias muestra el fortalecimiento del vínculo entre estudiantes: el compromiso de cada estudiante con el aprendizaje de sus compañeros.

Dado lo anterior, se definen las siguientes competencias institucionales que soportan el Principio Rector de CEIPA, con la filosofía Institucional y el perfil de egreso del Profesional CEIPA:

- **COMPETENCIA 1: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.**

Tabla 1 - Competencia 1: Gestión del Conocimiento

Enunciación de la competencia	Gestión del conocimiento
Problema	El siglo 21 se presenta como una época de grandes y rápidos cambios. La obsolescencia o la actualización acelerada del conocimiento general y del disciplinar en particular demandan un profesional capaz de agenciarse de manera autónoma el saber necesario para su mejor desempeño y el de su organización.
Descripción Competencia institucional	Acopiar, generar, entender, transformar, proteger y diseminar de manera ágil y confiable el conocimiento pertinente para sí mismo, la sociedad y la organización en que se trabaja.
Elementos (sub-competencias) de la competencia	Pensamiento crítico, Pensamiento creativo, Pensamiento científico, Emprendimiento.

- **COMPETENCIA 2: IDONEIDAD.**

Tabla 2 - Competencia 2: Idoneidad

Enunciación de la competencia	Idoneidad
Problema	Para el profesional del presente y el futuro no basta con la capacidad de realizar su labor de manera adecuada. La creciente complejización del mundo del trabajo, los retos sociales y ambientales que enfrenta el planeta, las necesidades productivas de un mundo cada vez más denso, pero frágil, la superposición de eras y paradigmas, exigen profesionales que vayan más allá de la eficiencia y la eficacia del productivismo tradicional.
Descripción Competencia institucional	Comprender las variables complejas de la producción humana para transformarlas en soluciones viables para el beneficio de las organizaciones y la sociedad, fundamentándose en una formación sólida y permanente de su saber profesional.
Elementos (sub-competencias) de la competencia	Resolución de problemas, Toma de decisiones, Dominio disciplinar, Trabajo en redes, Lectura prospectiva.

- **COMPETENCIA 3: INTEGRIDAD.**

Tabla 3 - Competencia 3: Integridad

Enunciación de la competencia	Integridad
Problema	Producto de los modelos de desarrollo de los últimos siglos, la sociedad enfrenta ahora diversas crisis y múltiples retos, a la par de grandes logros en todas sus dimensiones. Ahora, en estos años de transición, se hace necesario que las organizaciones productivas y sociales apelen a su humanidad para dar el salto

Enunciación de la competencia	Integridad
	hacia modelos de crecimiento que beneficien a todos.
Descripción Competencia institucional	Actuar en consonancia con los valores más elevados de la sociedad, conciliando en la vida y los negocios las múltiples dimensiones humanas, sociales y económicas, procurando siempre el beneficio mutuo.
Elementos (sub-competencias) de la competencia	Integralidad, Liderazgo, Resiliencia, Saber tener, Interacción multicultural.

6.2 Perfil del egresado de administración de negocios internacionales de CEIPA

El graduado de Administración de Negocios Internacionales de CEIPA es un profesional con capacidad de comprensión y adaptabilidad al contexto global. Lo cual, le permitirá emprender procesos de internacionalización en las organizaciones teniendo en cuenta herramientas de estrategia y liderazgo para la toma de decisiones eficiente y eficaz, contribuyendo así con el cumplimiento de los objetivos de generación de valor. Enmarcado en criterios de integridad y compromiso con la transformación empresarial y la responsabilidad social, ambiental y económica que exige el entorno actual.

6.3 Competencias del profesional de Administración de Negocios Internacionales

La complejidad con la que se enfrentará el egresado del programa de Negocios Internacionales exige el desarrollo de competencias que lo preparen para asumirla desde las dimensiones del saber, del ser y del hacer. Por lo tanto, se propone la preparación de los estudiantes como se propone a continuación:

- Capacidad de planear, coordinar, controlar y dirigir procesos de exportación, importación e inversión internacional, en organizaciones públicas o privadas.

- Capacidad de identificar, evaluar y analizar los riesgos de mercado en las relaciones con otros países, que puedan afectar las transacciones y operaciones internacionales.
- Capacidad de optimizar las operaciones de logística internacional, a través de la toma de decisiones oportuna y eficiente.
- Liderar estrategias de internacionalización, articulándose a los cambios y desafíos de los mercados y teniendo en cuenta las capacidades de la organización.
- Capacidad de negociación en entornos culturales, políticos y sociales diversos y Complejos.

7. ASPECTOS CURRICULARES

Los aspectos curriculares del programa de Administración de Negocios Internacionales en su modalidad virtual están fundamentados en un enfoque constructivista baso en el planteamiento de problemáticas y la resolución de estas en el aula y que son trasladados al ambiente virtual. El enfoque busca que, utilizando diversos recursos y metodologías, los distintos actores del proceso enseñanza-aprendizaje encuentren soluciones acordes a lo planteado y puedan hallarle una aplicabilidad a la teoría desde la practicidad.

A continuación, abordaremos los referentes conceptuales del modelo, así como la presentación de nuestro plan de estudios y las competencias que se desean desarrollar en nuestros estudiantes, con el fin de afrontar los escenarios actuales y futuros de los cuales hemos estado hablando en este documento.

7.1 Referentes conceptuales modelo pedagógico

La apropiación teórica supone no solamente asumir los conceptos de la Pedagogía y la Didáctica, sino, también, una inmersión reflexiva en las corrientes y enfoques de mayor potencia, que arrojan luces y ofrecen experiencias significativas sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje. En esta dirección, la perspectiva constructivista encierra un gran valor conceptual y metodológico para superar viejos esquemas en la mediación pedagógica. Para recurrir a la concepción constructivista es necesario tener en cuenta que existen varios enfoques y diferentes dimensiones de lo que genéricamente se denomina constructivismo. Desde la epistemología y la psicología surgen aportes a las indagaciones sobre la relación de los seres humanos con el conocimiento, dando lugar a múltiples enfoques y posturas sobre la capacidad cognoscitiva de los individuos, las mediaciones pedagógicas para acceder al conocimiento, y el poder transformador del aprendizaje para intervenir el

mundo natural, social y cultural. En los enfoques pedagógicos sobre la enseñanza de los saberes se descubre una gran riqueza en conceptos y estrategias didácticas que van más allá de los procesos cognitivos para el logro de los aprendizajes significativos; abordan los objetos propios de dichos saberes y las problematizaciones que hay en su interior, los contextos culturales y sociales específicos, las características personales de los sujetos del aprendizaje desde sus expectativas, motivaciones y saberes previos; todos los procedimientos y recursos que encuentran adecuados para mediar la relación entre el estudiante y el conocimiento en relación con su propia formación.

Para las elaboraciones de los cognoscitivistas actuales ha sido de gran valor las aportaciones de la teoría Genética de Piaget y la teoría sociocultural de Vigotsky. Dos corrientes discrepantes en algunos aspectos sobre la relación entre el aprendizaje y el desarrollo, fundamentalmente entre el carácter individual del aprendizaje (Piaget) el carácter social (Vigotsky) La concepción piagetiana plantea que el aprendizaje sigue al desarrollo a diferencia de la concepción de Vigotsky que plantea que el aprendizaje genera desarrollo mediado social y culturalmente. Ambas corrientes son convergentes en los aportes del aprendizaje al desarrollo de la inteligencia, que han dado lugar a los avances de los enfoques cognitivos, que alimentan la concepción constructivista del aprendizaje.

POSTULADOS CENTRALES DE LOS ENFOQUES CONSTRUCTIVISTAS ⁴		
Enfoque	Concepciones y principios con implicaciones educativas	Metáfora educativa
Psicogenético	<ul style="list-style-type: none"> • Énfasis en la autoestructuración • Competencia cognitiva determinada por el nivel de desarrollo intelectual • Modelo de equilibración: generación conflictos y reestructuración conceptual • Aprendizaje operatorio: Sólo aprenden los sujetos en transición mediante abstracción reflexiva • Cualquier aprendizaje depende del nivel cognitivo inicial del sujeto 	<p><i>Estudiante</i></p> <p>Constructor de esquemas y estructuras operatorios</p> <p><i>Docente</i></p> <p>Facilitador del aprendizaje y desarrollo</p> <p><i>Enseñanza</i></p> <p>Indirecta, por descubrimiento</p> <p><i>Aprendizaje</i></p>

⁴ Díaz, F. Y Barriga, A. (2002) **Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo: una interpretación constructivista.** Universidad Nacional Abierta Dirección de Investigaciones y Postgrado México: Mc Graw Hill.

POSTULADOS CENTRALES DE LOS ENFOQUES CONSTRUCTIVISTAS ⁴		
Enfoque	Concepciones y principios con implicaciones educativas	Metáfora educativa
	<ul style="list-style-type: none"> Énfasis en el currículo de investigación y en el aprendizaje por descubrimiento 	Determinado por el desarrollo
Cognitivo	<ul style="list-style-type: none"> Teoría Ausubeliana del aprendizaje verbal significativo Modelos de procesamiento de la información y aprendizaje estratégico Representación del conocimiento: Esquemas cognitivos o teorías implícitas y modelos mentales episódicas Enfoque expertos-novatos Teorías de la atribución y de la motivación por aprender <ul style="list-style-type: none"> Énfasis en el desarrollo de habilidades del pensamiento, aprendizaje significativo y solución de problemas. 	<p><i>Estudiante</i></p> <p>Procesador activo de la información</p> <p><i>Docente</i></p> <p>Organizador de la información tendiendo puentes cognitivos, promotor de habilidades de pensamiento y aprendizaje</p> <p><i>Enseñanza</i></p> <p>Inducción de conocimiento esquemático significativo y de estrategias o habilidades cognitivas: el cómo del aprender</p> <p><i>Aprendizaje</i></p> <p>Determinado por conocimientos y experiencias previas.</p>
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> Aprendizaje situado o en contexto dentro de comunidades de práctica Aprendizaje de mediadores instrumentales de origen social Creación de ZDP (zonas de desarrollo próximo) Origen social de los procesos psicológicos superiores Andamiaje y ajuste de la ayuda pedagógica Énfasis en el aprendizaje guiado y cooperativo; enseñanza recíproca Evaluación dinámica y en contexto 	<p><i>Estudiante</i></p> <p>Efectúa apropiación o reconstrucción de saberes culturales</p> <p><i>Docente</i></p> <p>Labor de mediación por ajustes de la ayuda pedagógica</p> <p><i>Enseñanza</i></p> <p>Transmisión de funciones psicológicas y saberes culturales mediante interacción en ZDP</p> <p><i>Aprendizaje</i></p> <p>Interiorización y apropiación de representaciones y procesos.</p>

Para precisar de alguna forma lo que se entenderá por constructivismo como fundamento y orientación, para reconstruir el Modelo Pedagógico CEIPA, sería importante retomar la definición de Mario Carretero cuando responde a la pregunta

- ¿Qué es el constructivismo?

Básicamente puede decirse que ... el individuo- tanto en los aspectos cognitivos y sociales del comportamiento como en los afectivos – no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción entre esos dos factores. En consecuencia, según la posición constructivista, el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano. ¿Con qué instrumentos realiza la persona dicha construcción? Fundamentalmente con los esquemas que ya posee, es decir, con lo que ya construyó en su relación con el medio que le rodea.

Esta construcción que realizamos todos los días y en casi todos los contextos en los que se desarrolla nuestra actividad, ¿de qué depende? Depende sobre todo de dos aspectos, a saber: de la representación inicial que tengamos de la nueva información, o de la actividad, externa o interna, que desarrollemos al respecto. (1997)

En armonía con esta definición es relevante el aporte de Ausubel y la Psicología cognitiva al constructivismo, específicamente, con los desarrollos a la teoría del aprendizaje significativo que establece como elementos esenciales para tal logro:

- Partir del nivel de desarrollo y los conocimientos del alumno
- Relacionar el conocimiento nuevo con el conocimiento ya existente
- Lograr en el alumno la reorganización y modificación de sus propios esquemas mentales
- La importancia del interés y la motivación de alumno por el conocimiento para el logro de los aprendizajes

- Postulados centrales de los enfoques constructivistas

Otros enfoques cognitivos con desarrollos recientes tienen aportaciones importantes a la concepción constructivista, algunos de ellos son:

- La Enseñanza para la Comprensión, es un proyecto del grupo de investigadores de la Escuela de graduados de Educación de la Universidad de Harvard, dirigido por David Perkins, Howard Gardner y Vito Perrone (1999) con la participación de investigadores de varios grupos y de docentes en ejercicio, con el propósito de enseñar a comprender, para desarrollar en los alumnos habilidades para pensar y actuar con flexibilidad a partir de lo que ya saben. Se consideraron

desde los inicios del proyecto unos interrogantes claves a resolver por los docentes como condición para lograr enseñar para la comprensión:

- ¿Qué tópicos vale la pena comprender?
- ¿Qué deben comprender los estudiantes sobre esos tópicos?
- ¿Cómo podemos fomentar la comprensión?
- ¿Cómo podemos averiguar qué es lo que comprenden los alumnos?

Este proyecto, debido a su importancia y a los resultados obtenidos tiene aplicaciones y desarrollos en diferentes países.

- La Modificabilidad Cognitiva Estructural y el concepto de la Experiencia del Aprendizaje Mediado, contenida en los trabajos del profesor Reuven Feuerstein del Centro Internacional para el Desarrollo del Potencial de Aprendizaje, de Israel, merecen estudio y atención, por cuanto plantea alternativas para todos los niveles de desarrollo intelectual.

- La Teoría de las Inteligencias Múltiples, producto de las investigaciones y desarrollos dirigidos por Howard Gardner sobre el carácter de la inteligencia y los métodos de medición, más allá del predominio del solo raciocinio y los aspectos cognitivos, identifica otros elementos de la personalidad y del entorno que hacen que los seres humanos tengan inteligencias particulares y que existan factores emocionales y culturales conducentes a que se desarrollen de determinada manera. A partir del conocimiento de las estructuras de la mente formula su teoría sobre las inteligencias múltiples que se manifiestan de ocho formas: musical, cenestésico-corporal, lógico-matemática, lingüística, espacial, interpersonal e intrapersonal y naturalista. Las diferencias de mentalidad tienen implicaciones educativas importantes dado que a cada una corresponden modos diferentes de interpretar el mundo real.

Las anteriormente enunciadas y otras corrientes de pensamiento en el campo educativo, lo mismo que los diferentes enfoques pedagógicos, conducentes al aprendizaje significativo, representan para los docentes la oportunidad de allegar un caudal de ideas sustentadas, para construir y afianzar sus concepciones y conceptualizaciones sobre el significado de la práctica formadora, en consonancia con los propósitos del Modelo CEIPA y las alternativas pertinentes para su implementación. Es del acervo del equipo de académicos la apropiación del significado de la formación integral, de la formación de competencias y la construcción de la identidad de los perfiles profesionales que egresan y se vinculan al mundo del trabajo.

La apropiación a profundidad de las teorías de la enseñanza y el aprendizaje y de las concepciones, corrientes y enfoques de la Pedagogía, la Didáctica y la Psicología, se constituye en condición para fortalecer el desarrollo científico y pedagógico de los docentes, para lograr un consenso sobre la concepción

constructivista y lo que suponen sus desarrollos conceptuales y prácticos en la Institución.

- Concepto de Formación

A las instituciones comprometidas con el desarrollo del talento humano les exige la adopción de una concepción sobre la formación, “como la expresión del conocimiento que el ser humano tiene de sí mismo y de su relación con el mundo, de los valores que ha construido como sujeto individual y social, los principios y criterios que orientan la vida y su accionar y que le permiten gobernarse a sí mismo y lograr la mayoría de edad.” (María Idilia Urrego y Otra, 1999)

En el contexto de la educación formal e intencionada que es la que nos ocupa, es útil tener en cuenta para su definición la complejidad del origen y utilización del término formación, que ha dado lugar a múltiples significados de acuerdo con las diferentes corrientes pedagógicas. Pese a la ambigüedad que esto genera, es posible acogerse al concepto de que:

La formación designa el proceso de desarrollo, en que se manifiesta al exterior algo interior. No es, sin embargo, un proceso de desarrollo a manera de una fuerza que se impone hacia fuera sin quedar contrarrestada por una realidad resistente. La formación tiene lugar en un intercambio con el mundo; no es un proceso orgánico que se lleva a cabo por sí mismo, a la manera del crecimiento de una flor, sino que es inconcebible sin educación (Josef Speck y Gerhard Wehle, 1981).

Si la formación involucra el proceso de desarrollo, éste compromete todas las dimensiones de la personalidad en un proceso educativo a lo largo de la vida, y llegará a ser integral cuando tenga expresión en la autonomía. La formación autónoma, por tanto, estructura la subjetividad del individuo en todos los momentos y contextos que le dan significado a su actuar, se valora en sus dimensiones ética, social e intelectual y lo hacen protagonista y responsable de todos sus aprendizajes.

La relación de la formación con la instrucción, expresada por Josef Speck y Gerard Wehle, conserva su vigencia y enriquece las posibilidades de la Pedagogía en la educación superior, para lo cual traen a su discurso la concepción de la Comisión Alemana: “La formación multiplica las oportunidades de instrucción porque hace al hombre más ágil y más perspicaz, porque amplía su horizonte y le descubre nuevas posibilidades (...). Si por un lado la enseñanza ha venido a ser un medio imprescindible de formación, en cambio, la formación resultante de la enseñanza protege al hombre contra la estrechez de la especialización.” (..). Y con respecto a los que quieren descartar la formación como concepto pedagógico fundamental, se recalca: “La formación que no puede darse nunca por terminada, no es un suplemento de la existencia humana, al que se pueda renunciar, sino que más bien

fundamenta la posibilidad de una existencia en general”. (ibid 864). Empfeblugen D A, 880).

En este contexto, las instituciones de educación superior en sus propósitos formativos están llamadas a crear las condiciones para acompañar, apoyar y motivar la disposición de aprendizaje y crecimiento de todos los miembros de su comunidad.

- Virtualidad

La educación virtual exige que el proceso de enseñanza–aprendizaje se dé mediante el uso de nuevos métodos, técnicas, estrategias y medios, en una situación en la que alumnos y profesores se encuentran separados físicamente y sólo se relacionan de manera electrónica. La relación presencial (que puede o no estar presente en un programa de educación virtual), depende de la distancia, el número de alumnos y el tipo de conocimiento que se imparte. Las estrategias empleadas y la riqueza que ofrece esta modalidad en medios de comunicación permite transmitir información de carácter cognoscitivo y mensajes formativos, sin la necesidad de establecer una relación permanente de carácter presencial y circunscrita a un espacio específico. Además ofrece la posibilidad de fomentar en el estudiante la capacidad de autoformación dado que desaparece la instrucción tradicional dando paso a una educación centrada en el estudiante y no en el profesor como ha sido lo habitual.

El programa de Administración de Negocios Internacionales CEIPA, siendo coherente con el Principio Rector de la Institución (“Somos una empresa líder que gestiona el conocimiento gerencial en entornos presenciales, virtuales y globales; comprometida con el desarrollo de las personas y las organizaciones, el fomento del espíritu empresarial y la formación integral. Caminamos con nuestros clientes generando I-Futuro”), aporta desde lo académico y genera como valor agregado los siguientes aspectos

7.2 Plan de estudios

El plan de estudios en CEIPA se construye como un tejido de competencias cuya trama es el desarrollo de habilidades emprendedoras y la urdimbre son las competencias del núcleo y los componentes integrados de las áreas de formación que al entrelazarse de manera cíclica van creciendo en complejidad tanto vertical como horizontalmente.

Los programas en CEIPA están constituidos por áreas respondiendo así a la formación integral de los futuros profesionales. Estas áreas deben trabajar de manera entrelazada procurando evitar la parcelación disciplinar o una aproximación temática al conocimiento. En ese orden de ideas, participan a lo largo del currículo, desde las etapas de planeación hasta la ejecución de este. No son simples proveedoras de conocimiento “por encargo”.

- **Área de Fundamentación Administrativa:** Incluye los elementos conceptuales y propios para el desarrollo profesional del Administrador, que le sirven al estudiante como fundamento, para acceder de forma más comprensiva y crítica a los conocimientos y prácticas propias del campo profesional específico.

Se incluyen en esta área el componente de las ciencias legales, contables, económicas y financieras y los fundamentos gerenciales que contribuyen a la formación del estudiante, proporcionándole las herramientas metodológicas para su actividad académica, las cuales constituyen un eje transversal del plan de estudios.

- **Área de formación socio-humanística:** Les aporta a nuestros egresados las herramientas, conocimientos y sensibilidad necesarios para comprender el entorno en que se moverán e interactuar de manera integral e íntegra. De igual forma, les proporciona las herramientas para reflexionarse y construirse como ser íntegro e integral.

En esta área se incluye la formación en pensamiento lógico verbal, pensamiento crítico, comprensión social, cultural e histórica de la realidad, ética, compromiso y responsabilidad socioambiental y competencias interculturales y comunicativas. También contempla la formación integral del ser respondiendo a sus inquietudes estéticas, espirituales y culturales. Estimula el autocuidado mental, emocional y físico; la construcción de su proyecto de vida y la conciliación de éste con las múltiples dimensiones del individuo.

- **Área de formación en ciencias básicas:** Pensamiento STEM (Ciencia, tecnología, ingeniería, matemática) Desde esta área los estudiantes adquieren las capacidades de razonamiento y operación lógico – matemática, investigación, manejo de datos, pensamiento ingenieril, pensamiento sistémico, pensamiento ecológico.
- **Área de formación en innovación y emprendimiento:** Esta área, en tanto eje axial de la formación del estudiante, se encuentra en el corazón de nuestra actividad formadora, aportando las competencias necesarias para desarrollar el pensamiento creativo, innovador, propositivo y proactivo. De igual manera se ocupa de aportar las herramientas necesarias para la formulación y ejecución de los proyectos de emprendimiento y empresarismo.

7.2.1 El tejido: La Trama

Dado que el PEI considera que la innovación y el emprendimiento “son la materialización de la voluntad creativa y de progreso de nuestra comunidad educativa”, estas competencias deben atravesar horizontalmente el currículo desde el primero hasta el último año. Es así como todos los núcleos se deben fundamentar en problemáticas que pongan en acción los saberes y actitudes emprendedoras o empresariales de estudiantes y docentes.

Para el efecto, se proporciona una herramienta procedimental y una metodológica. En cuanto a la procedimental, desde el principio de cada año y a lo largo del programa, el estudiante debe pasar por ciclos cada vez más complejos de Exploración, Transformación, Conexión y Potenciación, comprendidos de esta manera:

Explora

El estudiante se mira a sí mismo y a su mundo haciendo preguntas trascendentales e identificando dónde se cruzan las necesidades identificadas con sus intereses y motivaciones.

Transforma

El estudiante elabora un plan para transformarse a sí mismo (automejoramiento) y transformar su entorno (resolver los problemas o aprovechar las oportunidades identificadas).

Conecta

El estudiante pone en acción sus planes; identifica y genera relaciones sociales, comerciales, ambientales, culturales, económicas y académicas entre él y su entorno para favorecer su proyecto, el medio ambiente y a otras personas.

Potencia

El estudiante fortalece e incrementa el alcance social y comercial de su proyecto.

Estos ciclos deben ser flexibles, dependiendo del nivel previo o el alcanzado por los estudiantes, de tal manera que su profundidad y complejidad se adapten no sólo al grupo, sino a los individuos, así como favoreciendo que sus productos o proyectos, según el grado de madurez, puedan avanzar sin obstáculo o pasar rápidamente por la parte del proceso ya superada. Esta flexibilidad también permitirá que se pueda trabajar sobre problemas o necesidades de empresas de diferente naturaleza o magnitud.

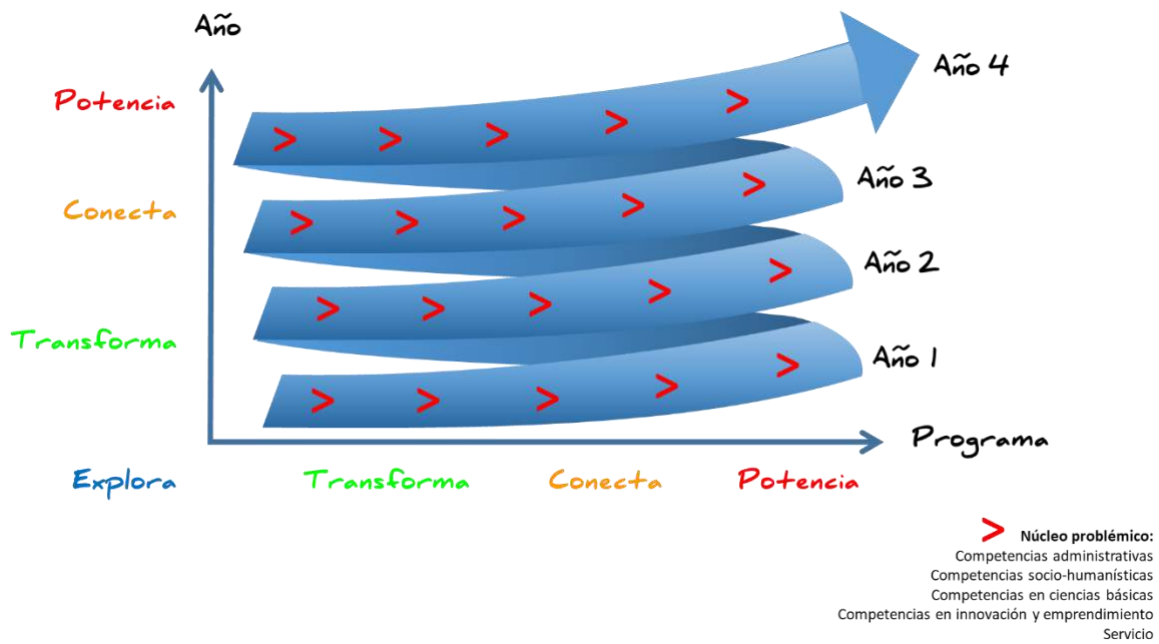


Ilustración 3 Procedimiento vertical y horizontal

Como herramienta metodológica se proporciona el modelo de innovación CEIPA, cuyo procedimiento se puede consultar en el documento del 2017.



Ilustración 4 Representación gráfica modelo de innovación en CEIPA

7.2.2 La Urdimbre: formación por núcleos problémicos

En la Institución Universitaria CEIPA asumimos la formación por núcleos problémicos⁵ como el método de aprendizaje, comprendiendo el núcleo como:

“...una unidad básica y dinámica de análisis, planeación, integración y construcción continua y mejorada de conocimientos administrativos, relacionados con la solución de problemas de la organización; es, además, la articulación de saberes para dar soluciones integradas a los problemas sociales y empresariales, desde diferentes perspectivas. (...) Permite una visión integral del saber administrativo y evita la fragmentación de los saberes para la solución de los problemas que concentran las actividades del núcleo para el logro de las competencias...” (CEIPA, 2012, p.21,22).

El núcleo, entonces, no puede considerarse ni una suma de contenidos, ni un agregado de materias, ni un listado de temas para alcanzar objetivos, sino una concurrencia de disciplinas para analizar y solucionar problemas y desarrollar competencias.

El núcleo problémico es, en consecuencia, un método y una metodología alternativa a un plan de estudios por asignaturas; se planea y desarrolla en el marco de la realidad socioeconómica del campo de intervención profesional. Desde el punto de vista estructural y metodológico, el currículo CEIPA se construye en su totalidad por núcleos problémicos.

7.3 La estructura por núcleos problémicos

Cada año se compone de varios núcleos problémicos consecutivos cuya interconexión configura el carácter del graduado CEIPA. En un año cursan cinco núcleos de cuatro objetos. De los cuatro objetos del núcleo, uno será electivo, permitiendo que el estudiante vaya construyendo de manera adaptativa parte de su programa de crecimiento. Los tres primeros años son de carácter generalista, el último año es de carácter especializado.

Al igual que el año y el programa, el núcleo integra el procedimiento de *Exploración, Transformación, Conexión, Potenciación*. De igual manera, a lo largo del año, los núcleos podrán concentrarse en esta táctica más no restringirse a ella. Así, el primer núcleo del año puede ser exploratorio; los dos siguientes, transformacionales, y así sucesivamente. Mientras que el primer año es exploratorio, el segundo transformacional, el tercero conector y el último potenciador.

Al diseñar los núcleos, su conexión entre el año, así como la de un año al otro, debe ponerse particular atención en mantener el equilibrio que aportan las diferentes áreas de formación, lo cual no implica una división exacta. Así, deben construirse núcleos integrados, enfocados al desarrollo de competencias de acuerdo con los

⁵ Para profundizar en los fundamentos teóricos e históricos del concepto de Núcleo problémico, el lector puede remitirse al PEI CEIPA 2018.

retos que se formulen y al nivel de profundidad requerido por el avance del estudiante, evitando centrarlos en temas específicos.

Los núcleos deben ser diseñados colegiadamente, acordando cuáles competencias serán integradas en cada año. La siguiente tabla permitirá el diseño y al tiempo mantener el equilibrio de créditos, así como identificar analíticamente los saberes específicos que conformarán los objetos de los diferentes núcleos:

AÑO 1					
Núcleo	Competencias	Área de formación		Créditos	Saberes
		Disciplinar	Administración de empresas		
			Administración Financiera		
			Administración de mercadeo		
			Administración Humana		
			Administración de negocios internacionales		
		Socio-humanística	Comunicación		
			Socio cultural		
			Ética		
			Servicio		
		Ciencias básicas	Métodos cuantitativos		
			Investigación		
			STEM		
		Innovación/ emprendimiento			

Tabla 4 .Herramienta de diseño de la estructura interna del núcleo.

En este caso, no habría un núcleo, por ejemplo, de métodos cuantitativos, sino que sus objetos se diseminan en el programa de estudios. Aunque en términos formales podrían agruparse en uno o dos núcleos, hacerlo de esta manera dificultaría el enfoque integrador del currículo.

El componente de servicio debe ser incorporado en al menos dos núcleos al año. Deben procurarse proyectos que se realicen con la comunidad y no para la comunidad e impliquen procesos de desarrollo - no actividades asistencialistas - deviniendo en procesos formativos tanto para el estudiante como para la comunidad anfitriona.

El progreso también debe obedecer a la complejización de las competencias de pensamiento del estudiante, yendo de lo concreto a lo abstracto, creciendo en espiral, igual que el programa.

Al iniciar cada año de formación, el estudiante participa del núcleo Laboratorio de Ideas de Negocios. A partir del cual, formula un proyecto que se extenderá a lo largo de los núcleos restantes. A medida que avanza en su proceso formativo, puede cambiar de proyecto o iniciar uno nuevo. Estos proyectos son la excusa para trabajar sobre sí mismo y su crecimiento como persona y profesional.

7.4 Flexibilidad e Interdisciplinariedad del currículo

Si bien el principio de flexibilidad es inherente a todo el subsistema de educación superior, la verdad es que esta categoría tiene manifestaciones diversas según la institución que la desarrolle; esto es, en cada institución, la flexibilidad toma manifestaciones concretas, propias de su identidad y de la forma como una comunidad concreta asume sus retos en materia de formación de profesionales.

Implementar estrategias de flexibilidad no es una tarea sencilla, ya que ello implica romper con estructuras consolidadas, cambiar comportamientos e incluso transformar la cultura de una organización, sin embargo, en CEIPA se ha asumido la flexibilidad como un reto que pretende facilitar y enriquecer, de forma oportuna e integradora, el proceso de formación de sus estudiantes.

Las estrategias de flexibilización del currículo se concretan en los siguientes ámbitos:

- **Flexible Curricular:** el currículo en CEIPA se adapta fácilmente a las necesidades y particularidades de aprendizaje del grupo en cada núcleo; se amolda a las dinámicas de la sociedad del conocimiento; aprovecha las oportunidades que ofrecen esas particularidades, así como las nuevas tecnologías y estrategias pedagógicas; su diseño y componentes pueden ser reemplazados o cambiados de forma expedita y estimula en los aprendientes la Flexibilidad como valor fuente.
- **Prerrequisitos y Correquisitos:** De acuerdo al nuevo plan de estudio en CEIPA no se tiene correquisitos (núcleos simultáneos) y los prerrequisitos se establecen por líneas de formación 1:1, es decir, si el estudiante desea ver el núcleo # 2 de una determinada línea, previamente debe haber cursado y aprobado el núcleo # 1. Sin embargo, el estudiante puede iniciar su proceso de formación por cualquier línea. CEIPA le propone al estudiante la ruta ideal de formación, pero el estudiante define su propia ruta. Con relación al año específico, el estudiante puede seleccionar el orden para cursar los núcleos.
- **Objetos de Aprendizaje Electivos:** Cada núcleo tendrá la posibilidad que el estudiante elija un objeto electivo dentro de una oferta que se le hace. Esto tiene como propósito no sólo posibilitarle moverse por conocimientos de su interés, sino formarlo en la toma de decisiones y la autonomía.

- Proyectos (trabajos de aplicación): A lo largo de los núcleos el estudiante pasará por una serie de proyectos sobre los cuales el estudiante tendrá elección, bien sea proponiendo su naturaleza, el enfoque o el área de trabajo. Estos proyectos podrán ser de múltiples propósitos (emprendimiento, intervención, análisis, sociales, etc.)
- Ambientes de aprendizaje: Para cumplir con el currículo propuesto, CEIPA se apoya en su MODELO PEDAGÓGICO, que es implementado metodológicamente básicamente en un ambiente virtual. Para los estudiantes de Administración negocios internacionales de la metodología virtual, el ambiente presencial está representado en la posibilidad que tienen los estudiantes de encontrar a los docentes que la cercanía geográfica les permita visitar el campus universitario y hacer uso de sus diferentes espacios. El campus virtual tiene disposición el 100% de los contenidos, recursos, materiales y espacios de interacción con el docente que apoyan su formación y su trabajo independiente, además de la disposición de salas virtuales para el encuentro con sus compañeros de curso.
- El Universo – laboratorio de aprendizaje: El núcleo acontece en cualquier lugar y en cualquier momento; por lo tanto, este aspecto se refiere a la intención de superar el espacio y el tiempo tradicionalmente destinado a clase como aquellos exclusivos para concretar el proceso pedagógico. Eso está facilitado enormemente por la virtualidad que ofrece la posibilidad de interactuar con profesores y otros estudiantes que se encuentran en cualquier lugar geográfico.

Tomando en consideración este enfoque y la cualidad curricular de la flexibilidad, la ciudad, sus calles, las empresas, los hogares, el concierto, el espectáculo deportivo, los museos, el gimnasio, todo en general, debe ser considerado como un laboratorio de aprendizaje viviente donde se aproxima a los estudiantes a oportunidades de aprendizaje.

- Articulación proceso de formación – realidad: Los ambientes de aprendizaje deben ser una metáfora, una simulación o de ser posible, una expresión real de la vida. Si queremos preparar a nuestros estudiantes para cierto tipo de vida y de trabajo y estos acontecen de manera participativa, cocreativa, dinámica, fortuita y multidireccional, no tiene sentido que el aprendizaje se realice de forma lineal, rígida, pasiva, constrictiva o autoritaria.

Por tal razón, los ambientes virtuales en CEIPA se configuran año tras año y núcleo tras núcleo, de forma que semejen el tipo de interacción laboral, social y cultural que aspiramos a construir, estimulando la experimentación creativa, el aprendizaje colaborativo y cooperativo, el aprendizaje basado en proyectos, el emprendimiento y el trabajo autónomo; que a la vez sean suficientemente flexibles como para incorporar formas innovadoras de facilitar el aprendizaje y generar conocimiento.

- **Cocreación con el Entorno Empresarial:** Siguiendo el principio rector y el fortalecimiento del modelo pedagógico institucional, el programa ofrece a sus estudiantes virtuales la posibilidad de unirse a actividades puntuales como como visitas empresariales en instalaciones de las empresas, así como conferencias virtuales con empresarios y/o consultores que den miradas distintas a la abordadas por el docente. Así mismo, los estudiantes virtuales participan de retos que invitan proponer soluciones integrales e innovadoras frente a problemáticas organizacionales o problemáticas mundiales como los objetivos de desarrollo sostenible.
- **Redes Internacionales:** En aras de asegurar la calidad no solo nacional sino internacional de la escuela de negocios, CEIPA es miembro de asociaciones como CLADEA, AACSB y EFMD, en la cual se realizan procesos constantes de assessment para asegurar el desarrollo de las competencias de los estudiantes y el desarrollo de constantes planes de mejora para su logro.
- **Movilidad estudiantil:** I) entre modalidades de formación (presencial y virtual) y jornadas (diurna y nocturna); II) entre programas, un estudiante en el cuarto año puede cambiar de programa y su trayectoria académica será válida en su totalidad teniendo en cuenta que los 3 primeros años en CEIPA son comunes; y, III) cursos en otras universidades y países, los cuales son homologados con los núcleos del plan de estudios y que son previamente aprobados por la dirección del programa.
- **Pasantías:** buscan generar una movilidad académica que forma parte de las estrategias de internacionalización de la Institución, con el objetivo de ampliar la formación de sus estudiantes y posibilitar la interculturalidad de sus programas. Así mismo, promover el entrenamiento específico o actualización de conocimientos tanto teóricos como prácticos en áreas puntuales bajo la supervisión de un docente.
- **Titulación:** un graduado nuestro de un programa de pregrado, podrá optar por realizar otro pregrado en CEIPA, cursando solo el año específico, teniendo en cuenta que los 3 primeros años son comunes y ya los cursó.
- **Núcleos simultáneos:** cuando el estudiante ha obtenido un buen rendimiento académico podrá cursar núcleos de forma simultánea; esta estrategia busca reducir barreras de tiempo y espacio para el estudiante.
- **Proyección Profesional:** como complemento al proceso de formación del estudiante, se ofrece el núcleo de Proyección Profesional con varias modalidades, donde el estudiante podrá seleccionar una, según sus intereses: plan de negocio, fortalecimiento empresarial, investigación,

práctica empresarial, misión académica y empresarial a nivel nacional e internacional.

- Validación de conocimientos: Es el reconocimiento que se hace a quien no habiendo participado regularmente en un núcleo problémico, demuestra que ha logrado los objetivos y competencias respectivas. Se puede validar por suficiencia, hasta el 40% del número total de créditos del plan de estudios.
 - Homologación por transferencia: Es el reconocimiento que se hace a quien procede de un programa de educación superior de otra Institución de Educación Superior (Transferencia Externa) y de otro programa de CEIPA (Transferencia Interna), cuando a juicio de la institución, se demuestra que se han alcanzado los objetivos y competencias de los núcleos problémicos. Esta homologación se hace por una sola vez durante la admisión y se reconoce hasta el 50% del total de créditos del plan de estudios del programa.
 - Segunda Lengua: este es un requisito de grado y no necesariamente debe ser inglés
- Interdisciplinariedad del currículo

La administración de negocios internacionales, por definición es una disciplina interdisciplinaria en cuyo ejercicio intervienen diferentes saberes como la economía, la sociología, las relaciones internacionales, las ciencias matemáticas, entre otras, que permiten crear en el profesional la visión sistémica de las organizaciones y el contexto internacional para la toma de decisiones emprendedoras; asimismo en CEIPA se puede evidenciar la interdisciplinariedad en los siguientes ámbitos:

- El Modelo Pedagógico Virtual del CEIPA y la interacción de los estudiantes y docentes con las Tecnologías de información y telecomunicaciones, mediante el campus Virtual de la institución utilizando la internet.
- La configuración del modelo pedagógico virtual de la institución en Árbol Conceptual (raíces, troncos, ramas, hojas y frutos), así como sus diversos espacios de actuación formativa (debates, foros, chats), son el escenario virtual que permite la conformación de una comunidad de aprendizaje, ligada permanentemente a las nuevas economías y a la sociedad del conocimiento, productos de la globalización económica y del desarrollo tecnológico.
- CEIPA cuenta con un amplio número de docentes de diferentes disciplinas y especialidades, con formación sólida en su saber profesional, con formación pedagógica suficiente para realizar una mediación con calidad de los procesos de aprendizaje y lo suficientemente apropiados de la filosofía institucional y del modelo pedagógico, que contribuyen al enriquecimiento del

currículo y su desarrollo. Lo anterior estimula la convergencia de saberes en torno a la solución de problemas propios del objeto de formación y el campo de intervención del programa académico.

- Los núcleos problémicos privilegian la inter y la transdisciplinariedad por encima de los conocimientos disciplinares. La forma como se articulan los contenidos de diferentes disciplinas la define el carácter problémico de los núcleos. En otras palabras, los conocimientos disciplinares se organizan en función de problemas reales o simulados de las empresas, de modo tal que el carácter transdisciplinar apunte a la formación profesional de los administradores de negocios internacionales CEIPA.
- La perspectiva de los núcleos problémicos y sus diferentes componentes refuerzan aún más la interdisciplinariedad, teniendo en cuenta que buena parte de los estudiantes del programa trabajan, especialmente aquellos matriculados en la jornada nocturna. Dicha experiencia laboral enriquece aún más los procesos formativos y la perspectiva interdisciplinaria en la medida en que los aportes de los estudiantes son diversos dependiendo de sus trayectorias laborales. Esta es una manera de traer la realidad empresarial al aula de clase.
- Los tres primeros años del plan de estudios de Administración de Negocios Internacionales son comunes para los todos los programas académicos de pregrado ofrecidos por la institución. Lo cual, sumado al ingreso de los estudiantes en períodos académicos de dos meses durante cuatro años para cumplir con los 160 créditos que conforman el plan de estudios del programa, permite la interdisciplinariedad e interacción de estudiantes y profesores de los programas académicos de Administración Financiera, Administración Humana, Administración de Empresas y Administración de Mercadeo, con los del programa.
- En los saberes comunes aparecen áreas transversales como lo matemático o lo humanístico, pero éstas se complementan con el estudio transversal de las organizaciones en general y las empresas en particular. Los diferentes núcleos comunes permiten que el estudiante tenga una visión que va más allá de lo estrictamente disciplinar y permite contextualizarlo en una perspectiva de formación mucho más amplia y trascendente.
- En los saberes específicos, también existe la transversalidad; las competencias específicas se trabajan en núcleos que aportan a la solución de problemáticas concretas relacionadas con las organizaciones. En este contexto, los saberes representados en los diferentes núcleos específicos o de último año, integran el conocimiento y el aprendizaje disciplinar de manera participativa y colaborativa.

- El programa académico promueve con el proceso de investigación la participación de los docentes y estudiantes de Administración de Negocios Internacionales con otros estudiantes con profesiones afines, en actividades curriculares y extracurriculares de investigación, en los cuales, se fomenta la cultura investigativa. Igualmente, profesores de ciencias básicas, de administración, gestión humana, mercadeo, finanzas y economía participan en el grupo de Investigación ORYGEN, cuyos productos permiten el enriquecimiento del programa académico.
- También se presenta interdisciplinariedad en la interacción e integración de los diferentes procesos de CEIPA en la formación de los estudiantes del programa: estrategia de emprendimiento y empresarismo, Retos PHI, Retos Empresariales, Plus Language, Insight Lab, Learning by Doing, Laboratorio Financiero, entre otros.
- El encuentro pedagógico: el docente no puede seguir concibiéndose como un transmisor de conocimientos, ni ese debe ser su fin último. El trabajo del docente es facilitar el aprendizaje integral mediante el diseño e implementación de experiencias de aprendizaje en las que el estudiante, como socio consciente de sus responsabilidades en el aprendizaje recíproco, asume un papel cooperativo, activo, participativo y autónomo (CAPA). Esto se lleva a cabo mediante encuentros pedagógicos presenciales o virtuales, sincrónicos o asincrónicos, con asistencia permanente o transitoria de sus docentes facilitadores y otros agentes formadores. Dictar clase, aunque no se desdeña, no puede ser, en consecuencia, la única ni la más deseable estrategia.

El servicio: Desde muchos años antes de que se sistematizara en un cuerpo teórico bajo el denominativo de *Capitalismo consciente*, CEIPA consideraba que el saber tener (para qué y cómo se tiene) debía convertirse en constitutivo de todo ciudadano. De igual manera, consideraba que el servicio era la manera en que se le daba un propósito elevado a aquellos bienes espirituales y materiales que, al ser compartidos con nuestros congéneres, elevaban también nuestra existencia. Materializado en el estudio y la práctica de la responsabilidad social y ambiental, el servicio a la comunidad se integra al mayor número posible de acciones formativas en la institución y, por consiguiente, forma parte del plan de estudios.

7.5 Malla Curricular



Ilustración 5 Nuevo plan de estudios del programa de Administración de Negocios Internacionales

7.6 Líneas de formación

Como se puede evidenciar en el nuevo plan de estudios, se logra identificar las siguientes líneas de formación en los primeros tres años, cada una compuesta por tres núcleos problémicos (1, 2, 3):

- Laboratorio de ideas de negocios.
- Aldea global.
- Business intelligence.
- Conciencia organizacional y liderazgo.
- Prospectiva.

A continuación, se presenta la justificación y los objetivos de cada línea de formación:

7.6.1 Línea de formación no. 1: laboratorio de ideas de negocio

Uno de los grandes desafíos que presenta Colombia es la necesidad de desarrollo de una cultura profesional del proceso emprendedor, dado que el fenómeno de creación de empresas está directamente relacionado, como lo afirma Kantis, 2002: “a la contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socioproductivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y la generación de nuevos puestos de trabajo”. (Alonso Nuez & Galve Górriz, 2008, pág. 7).

Según el informe Fintech del BID (2018), 9 de cada 10 emprendimientos no terminan su tercer año de éxito. Como lo señala el mismo BID, actualmente se vincula el futuro empresarial con la Inteligencia Artificial y el desarrollo de instrumentos para la automatización de los procesos. Pero, detrás de estos avances siempre hay un proceso de creatividad e innovación desarrollado por personas que hacen uso de su ingenio para transformar la realidad. En el caso colombiano, los niveles de agregación de valor han disminuido, particularmente en la producción de bienes, algo que se evidencia en la balanza comercial, la cual refleja una creciente dependencia de exportaciones no manufacturadas (commodities) (CNC, 2018). En consecuencia, se hace necesario estimular la dinámica innovadora de las empresas colombianas.

Según la categorización que hace el DANE, una empresa es no innovadora cuando no obtuvo innovaciones y que además no reportó ningún proceso o proyecto asociado a la obtención de innovaciones, es decir, ni siquiera lo intentó. Las encuestas analizan los obstáculos que tienen las empresas para innovar. Algunos de estos obstáculos están asociados al entorno, otros a los riesgos y la incertidumbre de la innovación y otros a la información y las capacidades internas.

En consecuencia, la línea Laboratorio de Ideas de Negocio busca que el estudiante desarrolle la capacidad de detectar oportunidades en el entorno, susceptibles de una propuesta innovadora para emprender, con visión local y global de los mercados y entornos, que sean sostenibles, gestionando y valorando la viabilidad financiera, ambiental y social, con un enfoque humanista y administrativo, que se conecte con su proyecto de vida.

- Objetivos

Los objetivos de la Línea buscan desarrollar competencias en los estudiantes que permitan:

- a) Detectar oportunidades en el entorno, susceptibles de una propuesta innovadora para emprender, acorde con su proyecto de vida los estudiantes.
- b) Formular y modelar ideas de negocio/proyectos sostenibles a partir de una visión global y local del entorno y del mercado.
- c) Gestionar las capacidades/recursos propios y del sistema para favorecer las ideas/proLínea de formación no. 2: aldea global

Las transformaciones sociales derivadas del constante incremento de los medios de comunicación y el uso de herramientas tecnológicas, han producido un cambio trascendente, caracterizado por la interconexión en tiempo y en espacio entre diversas personas, culturas y organizaciones de todo tipo. Estas consecuencias socioculturales se asocian a las condiciones y hechos que pueden darse en una aldea global, en la que los acontecimientos pequeños generan impactos en grandes masas mundiales, y en la que los medios han cambiado la forma de relacionarse.

En este sentido, las organizaciones actuales se ven enfrentadas a contextos, económicos, políticos y sociales cada vez más complejos, que exigen una mayor capacidad de cambio y de respuesta de su parte, lo cual hace que requieran profesionales con habilidades de adaptación y flexibilidad que den solución a este nuevo paradigma.

La línea Aldea Global, se presenta como un conjunto de tres núcleos problemáticos que tienen el propósito de brindar herramientas para resolver los desafíos que enfrentan las organizaciones en sus procesos de crecimiento y expansión global, partiendo desde el desarrollo de una visión sistémica y estratégica de los diversos contextos a través de la sensibilidad social y ambiental en un entorno local; para posteriormente facilitar el desarrollo de estrategias integrales que van encaminadas a resolver problemas de planeación y preparación para la expansión y la competencia internacional generando empatía transcultural e involucrando saberes multidisciplinares.

De esta manera, Aldea Global contribuye a la formación de profesionales capaces de comprender el entorno organizacional de manera consciente, que formulan estrategias locales e internacionales en ambientes globales complejos y diversos, y que responden a las problemáticas que se pueden suscitar dentro y fuera de las organizaciones.

- **Objetivos**

- a) Comprender la importancia de multiculturalidad en la gestión contemporánea.
- b) Conocer diferentes técnicas y herramientas para el análisis y la solución de problemas en los negocios.
- c) Desarrollar proyectos transversales teniendo en cuenta la complejidad de la organización actual.

7.6.2 Línea de formación no. 3: business intelligence

Desde el punto de vista de la innovación como indicador de competitividad, las empresas colombianas todavía tienen un largo camino por recorrer en comparación a sus homólogas en otros países del mundo (Dinero, 2018)⁶. No se trata de una competencia técnica per se, sino de un importante elemento para el desarrollo económico de las personas en cada nivel social que compone el Estado. Ante una realidad tan apremiante, los estrategas organizacionales y emprendedores de todas las industrias están llamados a prestar especial atención a las dinámicas que aporten a dicha competitividad. Entonces, la competitividad en una organización termina involucrando la integralidad de la misma, por lo tanto, se hace necesario que los estudiantes de administración se acerquen a los conceptos y herramientas de gestión desde diferentes ópticas y perspectivas.

Se propone una mirada en tres dimensiones de las organizaciones:

- I) La primera dimensión es la del mercado, encontrando oportunidades y riesgos que enmarquen su accionar desde el punto de vista comercial (Best, 2007⁷; Ferrell & Hartline, 2012; Kotler, Bowen, & Makens, 2015⁸). En tal sentido, es fundamental que los administradores tengan la capacidad de comprender los flujos del mercado y adaptarse rápidamente a dichas realidades con la conciencia de los recursos de capital necesarios para maniobrar hacia la capitalización de oportunidades comerciales. Un reto que implica analizar los entornos de la organización, las características del consumidor, los sistemas de información, las estructuras de costos y presupuestos y las decisiones más importantes en materia de marketing estratégico.
- II) La segunda dimensión, que propone una mirada más hacia el interior de la organización, es la gestión de la producción, de bienes o servicios, partiendo del análisis de las restricciones que se presentan y la aplicación de herramientas y modelos logrando aprovechar las oportunidades que presenta el mercado logrando una mayor productividad y desempeño.

⁶ Dinero. (2018). Colombia en el índice global de competitividad del WEF. Retrieved December 12, 2018, from <https://www.dinero.com/pais/articulo/colombia-en-el-indice-global-de-competitividad-del-wef/263226>

⁷ Best, R. J. (2007). Marketing estratégico (4th ed.). Pearson Educación. Retrieved from <https://www.ebooks724.com/book.aspx?i=3408&opensearch=marketing&editoriales=&edicion=&anio=>

⁸ Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. C. (2015). Marketing turístico (6th ed.). Madrid: Pearson. Retrieved from <https://www.ebooks724.com/book.aspx?i=3665&opensearch=marketing&editoriales=&edicion=&anio=>

- III) Como tercera dimensión se encuentra la gestión financiera y de control, que busca identificar las necesidades financieras de la organización y sus capacidades, y a partir de ellas lograr generar el mayor valor posible para todos los grupos de interés de la organización.

Así se alcanza una aproximación holística a los diferentes factores que inciden en la competitividad organizacional y se lograría una adecuada gestión integral de las organizaciones a partir del cumplimiento de los siguientes objetivos.

- Objetivos
 - a) Analizar las estrategias de mercadeo al servicio de las ideas de negocio y las empresas que compiten en distintos mercados.
 - b) Diseñar y gestionar los procesos de la organización con visión sistémica, articulada a los objetivos y estrategia.
 - c) Diagnosticar la situación financiera de la compañía para proponer acciones de permanencia y crecimiento con generación de valor.

7.6.3 Línea de formación no. 4: consciencia organizacional y liderazgo

El siglo XXI es sinónimo de desafíos frente al sentido del empleo, la transformación digital, la eliminación, creación y redefinición de nuevos oficios y relaciones laborales. La línea de formación orientada a la consciencia y el liderazgo organizacional, cobra importancia en el currículo CEIPA en momento en que el ser humano es concebido desde la integridad. El ser humano como sujeto de la cultura, de las formas sociales, de la búsqueda de sentido por su vida en conexión con los otros y su entorno.

Es así, como el profesional CEIPA en este recorrido adquiere herramientas para conocer y transformar su realidad desde la cultura, las relaciones, las formas de liderar y dirigir, de plantear propósitos organizacionales con una visión consciente, sostenible e integradora.

Esta línea está compuesta por tres núcleos que promueven el desarrollo de habilidades blandas, las cuales son fundamentales para el fortalecimiento del perfil profesional de nuestros estudiantes desde la perspectiva de sus relaciones interpersonales y la ética empresarial.

- Objetivos

Los objetivos de la Línea buscan desarrollar competencias en los estudiantes que permitan:

- Entender la organización en su dimensión humana viéndola desde una mirada integral en la que el ser humano es protagonista y ser capaz de asumir una mirada crítica frente a sus problemas.
- Identificar, de manera crítica, la forma en que se relacionan las organizaciones con sus grupos de interés y el impacto social, ambiental y económico generado a partir de sus estructuras y las diferentes decisiones que se toman, proponiendo nuevas formas de relacionamiento.
- Generar valor a partir de la búsqueda del equilibrio entre el control y la ejecución, tomando en cuenta las características de los órganos de dirección, su estilo de liderazgo y las estructuras organizacionales que las apoyan, así como la integración de los procesos con la cultura organizacional, mediante políticas y normativas que faciliten el desarrollo consciente de organizaciones sistémicas.

7.6.4 Línea de formación no. 5: prospectiva

La línea de Prospectiva es un subsistema de núcleos en el plan de estudios que busca dotar al estudiante de las competencias requeridas para hacer una gestión proactiva de los procesos y recursos de las organizaciones. El carácter proactivo hace referencia a la necesidad de anticipar los cambios venideros y proponer estrategias y decisiones de mediano y largo plazo.

La dinámica de globalización –apertura e integración de mercados y sociedades- y la sociedad del conocimiento –canales abiertos para el acceso, generación y difusión de conocimiento-, provocan cambios acelerados en todas las dimensiones del entorno –social, política, económica, tecnológica, etc.-; en consecuencia, sólo el dominio de metodologías asociadas a la disciplina de la prospectiva puede permitir planear con coherencia los desarrollos organizacionales de mediano y largo plazo, sin tener que estar reaccionando constantemente a las vicisitudes coyunturales.

Con el auge de las TIC, el desarrollo tecnológico en diferentes ramos de la vida social y económica y la globalización de los mercados, los cambios del entorno se han hecho constantes y complejos. Por lo anterior, el estudiante necesita de metodologías y herramientas tecnológicas de uso profesional, que le permitan

monitorear constantemente al entorno, anticipar riesgos y oportunidades y así, tomar decisiones con menor nivel de incertidumbre.

- **Objetivos:**

Los objetivos de la Línea buscan desarrollar competencias en los estudiantes que permitan:

- Entender los cambios del entorno y el mercado para identificar nuevas tendencias que lo lleve a aprovechar las oportunidades que ofrece la ciencia, la tecnología, la economía y la sociedad.
- Diseñar múltiples escenarios, considerando categorías cualitativas y variables cuantitativas, para la toma de decisiones organizacionales midiendo su impacto en ambientes de incertidumbre.
- Evaluar la multiplicidad de escenarios con miras a la construcción de futuros deseados para la organización, la sociedad y su proyecto de vida aplicando las herramientas de análisis del entorno y de manejo de la incertidumbre.

7.6.5 Línea de formación específica (Año 4)

La línea específica es el resultado del proceso de formación inductivo que va de lo general a lo particular. En este último año, se pretende que los estudiantes inscritos en el programa de Administración de Negocios Internacionales profundicen sus conocimientos en saberes específicos como lo son los relacionados con la comprensión del contexto normativo nacional e internacional, de los procesos de importación y exportación, así como los marcos políticos, sociales y económicos en los cuales el comercio internacional se desenvuelve.

Esta línea cuenta con cuatro núcleos, el primero marco institucional del comercio exterior, seguido por global financial environment, distribución física internacional y por último el núcleo de global affairs. Al contrario de las líneas de enseñanza comunes, tal cual se vieron en los tres primeros años, estos núcleos son independientes y pretender desarrollar competencias específicas que CEIPA considera que el estudiante del programa debe profundizar. Es por esto por lo que el núcleo de marco institucional contextualiza los procesos de impo-expo y la normativa a la cual se ve sometido el comercio internacional. Por su parte distribución física internacional profundiza en los saberes relacionados con la logística del transporte internacional, los términos en los cuales se realizan las transacciones comerciales desde el momento en que se realiza la compra hasta la entrega del producto en las condiciones pactadas.

Por su parte, global financial environment explora el contexto financiero internacional en el cual las tracciones comerciales son realizadas. Es por esto que durante el desarrollo de este núcleo se indagan por los diferentes sistemas y mercados internacionales, métodos de pago, operaciones de cobertura, entre otros saberes que le darán al participante una clara idea de las consecuencias que implican la toma de decisiones financieras a escala internacional.

Finalmente, el núcleo de global affairs prepara a los participantes a leer el contexto político-económico internacional, en el cual las estructuras y la configuración del orden internacional tienen un impacto directo a nivel organizacional. Este ciclo se ve terminado por proyección profesional en el cual, al estudiante se le facilita una experiencia académica-laboral que lo catapulta a la práctica de los negocios internacionales en múltiples contextos.

Es de tener en cuenta que los núcleos: global affairs y global financial environment son desarrollados enteramente en inglés buscando el perfeccionamiento de este idioma y facilitar la interacción de los estudiantes con un entorno global. Los objetivos de este último año son:

- Profundizar en los conocimientos necesarios para la toma de decisiones en contextos internacionales.
- Formular estrategias de internacionalización de todo tipo de organizaciones.
- Sensibilizar al estudiante de las múltiples variables políticas, sociales y económicas que tienen impacto en los contextos internacionales.

7.7 Organización de las actividades académicas

En cada núcleo temático se plantean unos objetivos de aprendizaje. En CEIPA los créditos académicos correspondientes a cada núcleo se determinan según la estimación del tiempo que un estudiante debe dedicar para alcanzar los objetivos propuestos.

El crédito académico se entiende como la unidad de medida del trabajo académico del estudiante, en donde el aprendizaje se constituye en la unidad central del proceso formativo y el estudiante asume responsabilidades mucho más evidentes como agente y protagonista de su formación.

Un crédito equivale a 48 horas de trabajo académico del estudiante, que comprende las horas con acompañamiento directo del docente y demás horas que el estudiante deba emplear en actividades independientes de estudio, prácticas, u otras que sean necesarias para alcanzar las metas de aprendizaje, sin incluir las destinadas a la presentación de las pruebas finales de evaluación” (Artículo 11, Decreto 1295 de abril 20 de 2010 del Ministerio de Educación Nacional).

El trabajo académico del estudiante, tanto en el tiempo de acompañamiento docente (TP) como en el de trabajo independiente (TI) se soporta en la guía del

núcleo, la cual permite el seguimiento y control de las diferentes actividades académicas.

La definición sobre la intensidad de los diferentes núcleos y la distribución del tiempo entre actividades con acompañamiento docente y trabajo independiente son el resultado de un proceso de discusión y acuerdos de índole académica entre directivos y profesores, consultando también la opinión de la comunidad y la experiencia a través de expertos y egresados.

- **Horas de acompañamiento docente:** Está conformada por el tiempo dedicado a la asistencia a clases, según la jornada e intensidad y las actividades sincrónicas dentro del campus virtual.
- **Horas de trabajo independiente:** Se entiende como tiempo de trabajo independiente del estudiante, el período adicional al de acompañamiento, dedicado a revisar la guía del núcleo, realizar trabajos y actividades prácticas, revisar y estudiar el material para Ambientes Virtuales de Aprendizaje –AVA– del campus, realizar lecturas obligatorias y sugeridas (relación de texto guía y material organizado en el campus en archivos aula o en otros espacios). En definitiva, actividades relacionadas con la autonomía del aprendizaje.

Por las características propias de la metodología se establecen dos horas de trabajo independiente por cada hora de trabajo con acompañamiento docente, excepto en el núcleo de Proyección Profesional.

De esta forma, se distribuyen las cargas académicas de la siguiente forma:

- Núcleos de 4 créditos: 4 semanas, 64 horas de trabajo dirigido, 128 horas independientes.
- Núcleos de 8 créditos: 8 semanas, 128 horas de trabajo dirigido, 256 horas independientes.

A la luz del Decreto 1295 de 2010, una hora académica con acompañamiento directo de docente supone dos horas adicionales de trabajo independiente en programa académicos de pregrado y de especialización, y tres en programa académicos de maestría, lo cual no impide a las instituciones de educación superior proponer el empleo de una proporción mayor o menor de horas con acompañamiento docente frente a las independientes, indicando las razones que lo justifican, cuando la metodología específica de la actividad académica así lo exija.

Por último, conviene recordar como se mencionó atrás, que la planeación académica de la Institución, a nivel de pregrado, está organizada en periodos

académicos de dos meses u ocho semanas de duración. Normalmente, en cada periodo académico el estudiante cursa un núcleo temático. Esto es, la propuesta curricular de CEIPA transcurre alrededor de núcleos sucesivos y no simultáneos.

7.7.1 Componente Evaluativo

- El proceso evaluativo del aprendizaje es un proceso permanente, compuesto por un conjunto de actividades conscientemente diseñadas por el equipo docente del área, para verificar el gradual desarrollo de las competencias por parte del estudiante, en el marco de un núcleo problémico.
- Según el artículo 26º ponderación del proceso evaluativo, del reglamento estudiantil.

La ponderación del proceso evaluativo para pregrado será la siguiente:

Seguimiento 50%: Es el conjunto de evaluaciones realizadas a lo largo del núcleo que evidencian el proceso gradual de aprendizaje.

- Debe ser enfocado a la apropiación gradual de la competencia, aportando al desarrollo del trabajo de aplicación.
- Puede incluir entregas parciales del trabajo de aplicación.
- En cada núcleo debe hacerse al menos una prueba evaluativa con cuestionarios tipo pruebas de estado
- Debe incluir evidencias de evaluación individual y del trabajo en equipo. Cada prueba debe tener un peso máximo del 15% de la nota total.

Trabajo de aplicación: 30%: El trabajo de aplicación es el eje alrededor del cual gira el proceso de desarrollo y la evaluación de la competencia. Este debe estar alineado a la solución de un problema organizacional y se desarrolla a lo largo del núcleo.

Sustentación del trabajo de aplicación: 20%: La sustentación del trabajo de aplicación será un momento central de la evaluación. En ella, los docentes verificarán la capacidad argumentativa del equipo y de cada uno de sus integrantes, con respecto a la construcción del trabajo, su fundamentación, las metodologías utilizadas y la aplicabilidad de este.

En todos los casos, el trabajo entregado debe tener una actividad de sustentación evaluable con un componente mixto de verificación individual y de grupo

8. MICROCURRÍCULOS

Cada línea de formación se desarrolla a través de tres (3) núcleos problémicos durante los tres (3) primeros años, los cuales guían a los estudiantes por diferentes escenarios o momentos que dan respuesta a las competencias requeridas del Administrador CEIPA y el Profesional en Administración de Negocios Internacionales. Como vimos anteriormente básicamente son cuatro líneas de formación, más la línea de formación específica.

8.1 Laboratorio de Ideas de Negocio

NOMBRE DEL NÚCLEO:	LABORATORIO DE IDEAS DE NEGOCIOS 1: Análisis del entorno y Creatividad (año 1)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante detecta oportunidades en el entorno, susceptibles de una propuesta innovadora para emprender, acorde con su proyecto de vida.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis del entorno. ● Tendencias y conceptos básicos de prospectiva. ● Conceptos básicos del método científico. ● Conceptos básicos sobre pensamiento numérico y variacional. ● Conceptos básicos de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva. ● Alfabetización informacional. ● Conceptos básicos sobre análisis de escenarios desde el punto de vista numérico. ● La creatividad y el proceso creativo. ● Gestión de bibliografías. ● Conceptos básicos de emprendimiento e innovación.
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis del entorno. ● Detección de oportunidades. ● Proyecto de vida. ● Innovación y Emprendimiento.

NOMBRE DEL NÚCLEO:	LABORATORIO DE IDEAS DE NEGOCIOS 2: Innovación y Viabilidad de Proyectos (año 2)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante formula y modela ideas de negocio/proyectos sostenibles a partir de una visión global y local del entorno y del mercado.

NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura innovadora y del emprendimiento. • Modelos, técnicas y procesos para gestionar la innovación. • Fundamentos de la modelación de negocios. • Tipos de modelos de negocios. • Diseño y usabilidad de productos y servicios. • Viabilidad ambiental y social de proyectos. • Pensamiento variacional (funciones). • Probabilidad y distribuciones (Estadística). • Diseño de estrategias de mercadeo. • Inversiones: capital de trabajo y activos. • Financiación con propios y terceros. • Flujo de caja del proyecto. • Métodos de evaluación de proyectos: TIR y valor presente neto
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la innovación. • Modelación de ideas de negocio/proyectos sostenibles. • Plan de marketing. • Viabilidad financiera.

NOMBRE DEL NÚCLEO:	LABORATORIO DE IDEAS DE NEGOCIOS 3: Creación de Empresas (año 3)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante gestiona las capacidades y recursos para favorecer su idea/proyecto y aportar a la sostenibilidad.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de competencias de equipo humano para cerrar brechas. • Capitalización de lecciones aprendidas, buenas prácticas y transferencia de conocimientos. • Actos mercantiles. • Propiedad industrial. • Contratos. • Relaciones laborales. • Conceptos y ecosistema de financiación. • Emisión/valoración de acciones.
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del capital humano y conservación del conocimiento organizacional. • Marco normativo regulatorio de la actividad empresarial en Colombia. • Fuentes y procesos de financiamiento empresarial. • Electivo

8.1.1 Aldea Global

NOMBRE DEL NÚCLEO:	ALDEA GLOBAL 1: Pensamiento Empresarial (año 1)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante comprenderá la base conceptual indispensable para la práctica administrativa y desde una perspectiva sistémica, desarrollará una visión integral de la administración en el ámbito organizacional.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Contexto y organización ● Conceptos básicos ● Diversidad e inclusión ● Contexto empresarial colombiano ● Contexto económico colombiano ● El hombre y la organización ● Teorías administrativas ● Enfoques modernos de administración ● Proceso administrativo 1 ● Proceso administrativo 2
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● Imágenes de la Organización ● Lectura e Interpretación de estados financieros ● Electiva

NOMBRE DEL NÚCLEO:	ALDEA GLOBAL 2: Business Tools and Techniques (año 2)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante tiene una visión global de los negocios a partir de la comprensión del contexto internacional
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Estrategias de negociación ● Economía internacional ● International Marketing ● Fundamentos de Negocios Internacionales ● Importancia del comercio internacional ● Globalización ● Procesos de internacionalización ● Elementos, tipos y estilos de negociación
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● Contexto económico internacional ● Introducción a los negocios internacionales ● Técnicas de negociación para la adaptación

NOMBRE DEL NÚCLEO:	ALDEA GLOBAL 3: Multicultural Project (año 3)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante tiene la capacidad de interactuar en ambientes multiculturales
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos

NOMBRE DEL NÚCLEO:	ALDEA GLOBAL 3: Multicultural Project (año 3)
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Importancia de la multiculturalidad ● Modelos para la evaluación y análisis culturales ● Niveles de análisis de la cultura ● Global Issues ● Análisis de datos
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● Multiculturalidad ● Global Issues ● STEM

8.1.2 Business Intelligence

NOMBRE DEL NÚCLEO:	BUSINESS INTELLIGENCE 1: Negocios y mercados (año 1)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	Identificar la pertinencia de la decisiones estratégicas de marketing en el contexto del desarrollo empresarial.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Fundamentación y contexto del marketing estratégico ● Toma de decisiones del consumidor ● Segmentación y fijación de mercados meta ● Decisiones de producto y marca ● Decisiones de distribución ● Decisiones de precio ● Decisiones de promoción ● Presupuestos ● Modelos Matemáticos
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● Generalidades del mercadeo y su entorno ● Decisiones Estratégicas de Mercadeo ● La planeación financiera del marketing y el control de los recursos ● Electivo

NOMBRE DEL NÚCLEO:	BUSINESS INTELLIGENCE 1: Negocios y Procesos (año 2)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	Identificar las necesidades de los procesos y aplicar las herramientas de diseño y gestión para su optimización.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos

NOMBRE DEL NÚCLEO:	BUSINESS INTELLIGENCE 1: Negocios y Procesos (año 2)
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de procesos • Diseño de productos y servicios • Administración de inventarios • Logística • Mejoramiento de procesos • Gestión por procesos • Administración de calidad en las operaciones
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de Operaciones • Logística de almacenamiento, transporte y suministro. • Administración de la calidad • Electivo

NOMBRE DEL NÚCLEO:	BUSINESS INTELLIGENCE 1: Negocios y Finanzas (año 3)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	Diagnosticar la situación financiera de las organizaciones para la generación de estrategias que creen valor.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis Estratégico • Control gerencial • Modelos de control • Gestión por procesos • Indicadores de Control • Balanced Scorecard • Capital de trabajo. • Administración de la tesorería. • Política de dividendos • Inductores operativos y financiero • Creación y medición de valor • Diagnóstico Financiero
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de Control Gerencial • Administración financiera • Generación de Valor • Electivo

8.1.3 Consciencia Organizacional y Liderazgo

NOMBRE DEL NÚCLEO:	CONSCIENCIA ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO 1: El factor humano en las organizaciones (año 1)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante identifica las realidades organizacionales y el aporte de las personas al cumplimiento del propósito superior,

NOMBRE DEL NÚCLEO:	CONSCIENCIA ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO 1: El factor humano en las organizaciones (año 1)
	a través del desarrollo del liderazgo, la comunicación y el pensamiento crítico en su rol como futuro profesional en administración.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Competencias para el líder administrador ● La naturaleza Humana en el entramado evolutivo. ● Gobierno emocional (Inteligencia Emocional-Inteligencias Múltiples) ● Racionalidades subyacentes en los conflictos en la organización ● Clima y cultura Organizacional a la luz del sujeto en la organización ● Ethos Universal ● La norma y el sujeto ● Buenas prácticas del Gobierno Emocional
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● Competencias para el líder administrador ● Comportamiento organizacional y psicología en las organizaciones. ● Tendencias organizacionales para la dirección del talento humano. ● Electivo

NOMBRE DEL NÚCLEO:	CONSCIENCIA ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO 2: Gestión de relaciones con stakeholders (año 2)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante identifica y evalúa de manera crítica la forma como se relacionan las organizaciones con sus grupos de interés y el impacto social, económico y ambiental generado; para proponer nuevas formas de relacionamiento basadas en la transparencia, ética y responsabilidad social
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de los grupos de interés. ● Acciones de comunicación efectiva con los grupos de interés de acuerdo con sus necesidades (qué, quién, cómo, cuándo). ● Técnicas para la solución de conflictos. ● Soberanía emocional en la resolución de conflictos. ● Búsqueda de relaciones gana - gana con todos los stakeholders. ● La gestión humana como facilitadora de resultados económicos, sociales y ambientales de su entorno (RSE I). ● Empresas sociales "Más allá de la generación de valor para el accionista" ● Plataformas tecnológicas para la gestión efectiva de relaciones con los grupos de interés.

NOMBRE DEL NÚCLEO:	CONSCIENCIA ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO 2: Gestión de relaciones con stakeholders (año 2)
	<ul style="list-style-type: none"> • Electiva: Mercadeo Relacional. • Electiva: International Leadership. • Electiva: Responsabilidad Social Empresarial y los reportes de sostenibilidad (RSE 2).
OBJETOS APRENDIZAJE:	DE <ul style="list-style-type: none"> • Los stakeholders en la organización. • Solución de Conflictos. • Visión crítica y responsabilidad social. • Electiva

NOMBRE DEL NÚCLEO:	CONSCIENCIA ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO 3: Gobierno Corporativo (año 3)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante aporta en la construcción y deconstrucción de las estructuras organizacionales, integrando la dirección, el liderazgo, los procesos con la cultura organizacional, mediante políticas y normativas que faciliten el desarrollo consciente de organizaciones sistémicas.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuras directivas en los gobiernos corporativos • Marco legal-Derecho constitucional- • Marco Funcional • Tipologías de Gobierno • Empresa Familiarmente Responsables EFR • Código ética • Código conducta • Propiedad Intelectual • Principios de un buen gobierno • Estrategias comunicativas para el fomento del ethos organizacional • Indicadores de gestión desde la perspectiva de GH. • Buenas prácticas en Gobierno Corporativo
OBJETOS APRENDIZAJE:	DE <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno corporativo y Conciencia organizacional. • Estructuras Organizacionales. • Desarrollo Organizacional. • Electiva

8.1.4 Prospectiva

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Mercado y Tendencias
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante entiende los cambios del entorno y el mercado para identificar nuevas tendencias que lo lleve a aprovechar las oportunidades que ofrece la ciencia, la tecnología, la economía y la sociedad.

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Mercado y Tendencias
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Las organizaciones sociales y su simbiosis con el entorno ● Cambios del entorno ● Dimensiones o componentes del entorno: político, ecológico, sociales, culturales, tecnológicos, económicos, etc. ● Caracterización de las dimensiones del entorno ● Incertidumbre y certidumbre parcial ● Anticipación a los cambios del entorno: análisis de factores de cambio ● Construcción de escenarios de futuro. ● Metodologías cualitativas de pronóstico y anticipación (consultas a expertos y actores). ● Herramientas tecnológicas para trabajar datos (variables) y categorías (cualitativo) ● 5 fuerzas de mercado ● Análisis financiero sectorial ● Estadística descriptiva ● Fundamentos de la toma de decisiones ● El proceso de la investigación de mercados ● Tipos de Investigación exploratoria y concluyente. ● Fuentes de información primarias y secundarias ● Métodos de recolección de información
OBJETOS APRENDIZAJE:	<p>DE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de factores de cambio y construcción de escenarios de futuro ● El entorno de las empresas: socio – económica, financiera y sectorial ● Investigación de mercados

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Simulación y modelación empresarial
COMPETENCIA DESARROLLAR:	<p>PARA</p> <p>El estudiante diseña múltiples escenarios, considerando categorías cualitativas y variables cuantitativas, para la toma de decisiones organizacionales midiendo su impacto en ambientes de incertidumbre.</p>
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Estadística descriptiva e inferencial ● Muestreo probabilístico ● Distribución de probabilidades ● Correlaciones de variables ● Modelos estáticos ● Determinación de pronósticos ● Proyecciones Financieras ● Decisiones Financieras (Operación, Inversión y Financiación) ● Estructuración de modelo matemáticos

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Simulación y modelación empresarial
	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuración de modelo Financieros • Análisis de escenarios • Optimización • Análisis de sensibilidad • Simulaciones dinámicas • Herramientas de simulación • Gestión de Riesgos • Evaluación de proyectos • Procesos creativos • Herramientas para la toma de decisiones
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuración de modelos • Gestión de Riesgos • Simulación y pronósticos

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Becoming a global manager
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	El estudiante evalúa la multiplicidad de escenarios con miras a la construcción de futuros deseados para la organización, la sociedad y su proyecto de vida, aplicando las herramientas de análisis del entorno y de manejo de la incertidumbre.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos para la toma de decisiones en la estrategia de la organización • Herramientas de simulación • Sistemas complejos • Manejo de incertidumbre parcial • Manejo de incertidumbre plena • Gestión de cambio
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones estratégicas en la organización • Sistemas complejos • Gestión del cambio

8.1.5 Año Específico (No. 4)

NOMBRE DEL NÚCLEO	Marco Institucional Del Comercio Exterior
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	Conocimiento y aplicabilidad de normativa, políticas e instituciones formales.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos

NOMBRE DEL NÚCLEO	Marco Institucional Del Comercio Exterior
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio exterior colombiano • Instituciones nacionales e internacionales • Requisitos de exportación e importación • Modalidades de importación y exportación • Regímenes del comercio exterior • Regulación del comercio exterior colombiano • Clasificación arancelaria
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad del comercio exterior colombiano • Procesos de exportación • Procesos de importación

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Global financial Environment
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	Administrar ambientes financieros internacionales a partir de un análisis cualitativo y cuantitativo de los mercados.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones financieras internacionales • Mercados internacionales • Derivados • Riesgos financieros internacionales • Medios de pago • Entorno para las finanzas internacionales • Coberturas cambiarias • Variables macroeconómicas • Tasas de cambio
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> • International Financial Administration • International Financial Systems • Foreign exchange and International Operations

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Global Affairs
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	Comprensión del contexto y manejo de relaciones internacionales
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Global Affairs
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Principios de las relaciones internacionales ● Teorías de las relaciones internacionales ● Diplomacia ● Cooperación internacional ● Orden mundial ● Política exterior ● Riesgos de mercados ligados a la geopolítica ● Conflictos internacionales ● Estructura del derecho internacional público
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● International Relations ● Geopolitics ● International Law

NOMBRE DEL NÚCLEO:	Distribución Física Internacional (DFI)
COMPETENCIA PARA DESARROLLAR:	Evaluar cuantitativa y cualitativamente los costos y riesgos inmersos en la distribución física internacional a través de formulación de estrategias que reflejen beneficios logísticos.
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8 créditos
SABERES:	<ul style="list-style-type: none"> ● Empaque y embalaje ● Simulación de costos logísticos ● Términos del comercio internacional (INCOTERMS) ● Importancia de la distribución física internacional.
OBJETOS DE APRENDIZAJE:	<ul style="list-style-type: none"> ● Procesos de comercio exterior y la Distribución física internacional ● Cotizaciones Internacionales ● Productos y servicios

LISTA DE REFERENCIAS

- Aaker, D. (1996). *El éxito de tu producto esta en la marca*. Mexico: Prentice Hall.
- Aburdene, P. (2006). *Megatendencias 2010*. Bogotá: Norma.
- Agudo, L. F. (2000). *La historia de la teoría de las decisiones financieras*. Madrid, España.
- Alba, J., & Lynch, J. (1997). Interactive Home Shopping: Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces. *Journal of Marketing*, 38-53.
- Alonso A, M. (11 de 06 de 2012). *Puromarketing*. Recuperado el 26 de 09 de 2012, de Continúa aumentando el uso de los códigos QR:
<http://www.puromarketing.com/21/13358/aumentando-codigos.html>
- Blacwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2002). *Comportamiento del consumidor* (Novena Edición ed.). Mexico: Thomson.
- Bolsa de Valores de Colombia. (2011 йил 23-11). *Bolsa de Valores*. Retrieved 2012 йил 20-01, from www.bvc.com.co: www.bvc.com.co
- Brealey, R., Myers, S., & Marcus, A. (2007). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- Calderón, G., Arrubla, J., Castaño, G., Gutiérrez, L., Posada, R., Ruiz, A., . . . Vivares, J. (2010). *La investigación en administración en Colombia. Condiciones para la generación de conocimiento, investigadores, institucionalización y producción científica*. Medellín: ASCOLFA.
- Cali, U. S. (2010). *Estudio de contextos internacionales en la Oferta Académica de los Programas de Contaduría Pública*. Santiago de Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Castañeda, J. G. (1998). La Union Monetaria Europea. *Universidad Complutense de Madrid, Política y Sociedad*, 41 a 53.
- Castelló Taliani, E. (1991). *Los nuevos desafíos de la contabilidad de gestión*. Recuperado el 12 de Abril de 2012, de Boletín AECA N° 25 1er Cuatrimestre:
<http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises/Spain/Art%C3%ADculos%20diversos%20sobre%20Contabilidad%20de%20Gesti%C3%B3n/INDICE.htm>
- Ceipa. (2008). *Sistema de Investigaciones*. Sabaneta.

- CEIPA. (2013). *Estudio de factibilidad para el CEIPA de un programa de contaduría pública en la modalidad presencial*. Sabaneta.
- Clavijo Vergara, S. (2000). Las Multilaterales y la Crisis Asiática. La visión de un país usuario (Colombia). *Informes Banco de la República*, 46.
- Confecámaras. (2011). *48° Asamblea nacional. Impacto de la formalización empresarial en Colomabi*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2012, de http://www.confecamaras.org.co/Documentos/Asambleas/Memorias_asamblea_48/1J_Impacto_de_la_Estrategia_de_Formalizacin_en_Colombia.pdf
- Constantinides, G., Harris, M., & Stulz, R. (2003). *The Handbook of the Economics of Finance (vols. 1A y 1B): vol. 1A: Corporate Finance y vol. 1B: Financial Market and Asset Pricing*. North-Holland: Elsevier.
- Copeland, T., Weston, J., & Shastri, K. (2004). *Financial Theory and Corporate Policy*. New York: Addison Wesley.
- Cruz, C. A. (2003). *Sistema Nacional de Innovacion: Una aproximacion teorica para la agricultura, el caso del cultivo de aguacate en Michoacan, Mexico* (Vol. 7). Mexico: UTM.
- Cubides, H. (1999). Evolución de la capacitación y formación de los contadores públicos. En H. Cubides, E. Gracia, M. Machado, F. Visbal, & A. Maldonado, *Historia de la contaduría pública en Colombia siglo XX* (pág. 496). Bogotá: Universidad Central.
- Davos, F. (2011 йил 24-12). *World Economic Forum*. Retrieved 2012 йил 14-01, from World Economic Forum: <http://www.weforum.org/>
- Dinero, R. (2010 йил 09-09). Competitividad en Colombia, los principales problemas. *Revista Semana*.
- Economist Intelligence Unit. (2009). *Tesis CIVETS*.
- El empleo.com, siempre hay un empleo mejor. (s.f.). <http://www.eempleo.com/>. Recuperado el 2 de Diciembre de 2012
- Fabozzi, F., & Modigliani, F. (2008). *Capital markets: institutions and instruments*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Fama, E. (1976). *Foundation of Finance*. New York: Basic Book, Inc. Publishers.
- Flynn, M. C. (2004). Responsabilidad Social Corporativa en America Latina: Una visión empresarial. (N. U. CEPAL, Ed.) *Medio Ambiente y Desarrollo*, 85.
- Friend, I. (Mayo de 1973). Mythodology in Finance. *The Journal of Finance* , 257-272 .



- Garcia S, M. (2008). *Manual de marketing*. Mexico: ESIC Editorial.
- Gilmore, J., & Pine II, B. (2005). *Marketing 1 x 1*. Bogotá: Norma.
- Gitman, L., & McDaniel, C. (2006). *El futuro de los negocios*. Mexico: Cengage.
- Godin, S. (2009). *Meatball Sundae: is your marketing out of sync?* New York: Penguin Group.
- Goldman Sachs. (2004). *Tesis BRIC. Dreaming with the BRICs*.
- Gracia, E. (2002). Estado actual de la educación contable en Colombia. En O. Quijano, E. Gracia, G. Martinez, E. Ariza, & W. Rojas, *Del hacer al saber. Realidades y perspectivas de educación contable en Colombia* (pág. 210). Popayán: Universidad del Cauca, CCINCO.
- Haugen, R. (2002). *The inefficient stock market: what pays off and why*. New Jersey: Prentice Hall.
- Instituto Ecuatoriano de Economía Política. (2011). *La Crisis Subprime en Estados Unidos*. Quito.
- Joao Lunkes, R. Ripoll Feliu, V., & Silva da Rosa, F. (ene-jun de 2012). *Un estudio de artículos sobre contabilidad de gestión en revistas de lengua española*. Recuperado el 12 de Abril de 2012, de Revista Interamericana de Contabilidad de Gestión 10 (19): <http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/Portal.htm>
- Kerin, R., Berkowitz, E., Hartley, S., & Rudelius, W. (2003). *Marketing*. Mexico: McGraw Hill.
- Kohler, C., Rohm, A., de Ruyter, C., & Wetzels, M. (2011). Return on Interactivity: The Impact of Online Agents on Newcomer Adjustment. *Journal of Marketing*, 93-108.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Versión para latinoamérica*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Krasnikov, A., Jayachandran, S., & Kumar, V. (2009). The Impact of Customer Relationship Management Implementation on Cost and Profit Efficiencies: Evidence from the U.S. Commercial Banking Industry. *Journal of Marketing*, 61-76.
- La Web y los equipos móviles. (2012). *Tiempo de Mercadeo*, 9(34), 3.



- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). *Fundamentos de Marketing*. México: Thomson.
- Loaiza Robles, L. (2011). Producción académica sobre educación contable en Colombia 2000-2009: incidencia de la pedagogía crítica. *Lúmina*, 172-194.
- López, R. (2001). Crisis Financieras Internacionales y Mercados Emergentes. *Contribuciones a la Economía*.
- Manpower. (s.f.). <http://manpower.com.co>. Recuperado el 2 de Diciembre de 2012
- Merca2.0. (01 de Diciembre de 2010). Recuperado el 28 de 9 de 2012, de Merca2.0: <http://www.merca20.com/tendencias-en-investigacion-de-mercados/>
- Merton, R. (1975). Theory of Finance from the Perspective of Continuous Time. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 659-674.
- Ministerio de Educación Nacional. (2012). *Resultados de las condiciones laborales de Iso graduados de la educación superior 2002-2011*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2012, de www.graduadoscolombia.edu.co
- Miranda, J. M. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación : financiera-económica-social-ambiental* (3 ed., Vol. xxii). Bogotá, cundinamarca, Colombia: MM Editores.
- Mobile Marketer. (November de 2010). Recuperado el 27 de 9 de 2012, de <http://www.mobilemarketer.com/cms/lib/12311.pdf>
- Montoya Aldawe, G. (24 de 1 de 2011). Al fin ¿Qué con el dólar? Parte 2. *Ágora Economía*.
- Munuera Alemán, J., & Rodríguez Escudero, A. I. (2007). *Estrategias de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Naisbitt, J., & Aburdene, P. (1990). *Megatendencias 2000*. Bogotá: Norma.
- Observatorio Laboral. (2012 йил 30-01). *Observatorio Laboral para Colombia*. Retrieved 2012 йил 30-01, from Observatorio Laboral para Colombia: www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/channel.html
- Público, M. d. (2001 йил 23-09). Comunicado de Prensa 45. *Comunicado de Prensa 45*. Bogotá, Colombia.
- Payne, A., & Frow, P. (2005). A Strategic Framework for Customer Relationship Management. *Journal of Marketing*, 167-176.



- Portafolio.co.* (18 de Noviembre de 2010). Recuperado el 27 de 9 de 2012, de Empresa colombiana recibe premio mundial de Marketing Móvil:
<http://www.portafolio.co/economia/empresa-colombiana-recibe-premio-mundial-marketing-movil>
- Portafolio.co.* (6 de 9 de 2011). Recuperado el 27 de 9 de 2012, de
http://www.portafolio.co/detalle_archivo/DR-24113
- Prahalad, C. (2005). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide*. Bogotá: Norma.
- Proexport Colombia. (2011 йил 24-09). *www.proexport.com.co*. Retrieved 2012 йил 15-01, from *www.proexport.com.co*: *www.proexport.com.co*
- Puromarketing.* (25 de 09 de 2012). Recuperado el 26 de 09 de 2012, de
<http://www.puromarketing.com/21/14071/optimizacion-para-moviles-preocupa-empresas.html>
- Quijano, O. (2002). Nuevos tiempos, nuevas competencias. De las monocompetencias a la policognición. En O. Quijano, E. Gracia, G. Martinez, E. Ariza, & W. Rojas, *Del hacer al saber. Realidades y perspectivas de la educación contable en Colombia* (pág. 210). Popayán: Universidad del Cauca, CCINCO.
- Real Academia de la Lengua. (2001 йил 11-08). *Diccionario Real Academia de la Lengua*. Retrieved 2011 йил 11-08, from *Diccionario Real Academia de la Lengua*:
http://buscon.rae.es/drae/srvltconsulta?TIPO_BUS=28&LEMA=finanzas
- Restrepo A, N. (2007). *Estrategia de Precios. Un enfoque de mercadeo para los negocios*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Revista Dinero.com.* (30 de 10 de 2009). Recuperado el 27 de 9 de 2012, de Mas que mensajitos: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/mercadeo/articulo/mas-mensajitos/85841>
- Ries, A., & Trout, J. (1992). *Posicionamiento*. Mexico: McGraw Hill.
- Rivas Morales, J. (Mayo-Julio de 2012). El marketing digital. Del vértigo de la tecnología a los resultados. *Tiempo de Mercadeo*, 9(33), 27-33.
- Roberts, K. (2012). *Lovemarks: El Futuro Mas Alla De Las Marcas*. Urano.
- Rosales, A. (2012 йил 05-02). *Portafolio*. Retrieved 2012 йил 05-02, from *Portafolio*:
www.portafolio.co/economia/cruel-realidad-economica-un-egresado-colombia



- Rosario, U. d. (2008). Desafios de las empresas colombianas. *Universidad, ciencia y Desarrollo*, 1-8.
- Rua, A. B. (2009). Responsabilidad Social Empresarial . Compromiso con la comunidad o estrategia de mercadeo. *Revista Mercatec*, 70-71.
- Sánchez Chinchilla, W. (2011). La docencia en el lugar equivocado. *Lúmina*, 240-259.
- Santos, J. M. (2011 йил 22-05). *Redes Colombia*. Retrieved 2011 йил 10-12, from Redes Colombia: <http://redescolombia.com/2010/05/29/propuesta-plan-de-gobierno-de-juan-manuel-santos/>
- Semana, R. (2010 йил 07-07). Que son los Civets. *Revista Semana*.
- SENA. (s.f.). *Observatorio SENA*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2012, de <http://observatorio.sena.edu.co>
- Sharpe, W. (2000). *Portfolio Theory and Capital Markets* . New York: McGraw-Hill.
- Solomon, M., & Stuart, E. (2001). *Marketing, personas reales, decisiones reales*. Bogotá: Pearson Educación de Colombia.
- Soto, H. d. (2004). *El Ministerio de Capital*. . Bogotá: Planeta.
- Stanton, W., Etzel , M., & Walker, B. (1999). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGraw Hill.
- Superintendencia financiera de Colombia. (2010 йил 22-08). www.superfinanciera.gov.co. Retrieved 2012 йил 17-01, from www.superfinanciera.gov.co: www.superfinanciera.gov.co/nuestrasuperitendencia/historia.doc
- Trabajando, Ofertas de empleo. (s.f.). <http://co.trabajando.com/>. Recuperado el 2 de Diciembre de 2012, de <http://co.trabajando.com/>
- Universidad de Antioquia. (1994). *Estatuto General*. Recuperado el 1 de julio de 2011, de Universidad de Antioquia: <http://gemini.udistrital.edu.co/comunidad/dependencias/congreso/texto/propuestas/otrasu/udeantioquia.pdf>
- Varadarajan, P., & Menon, A. (1988). Cause-Related Marketing: A Coalingment of Marketing Strategy and Corporate Philantrophy. *Journal of Marketing*, 52(3), 58-74.