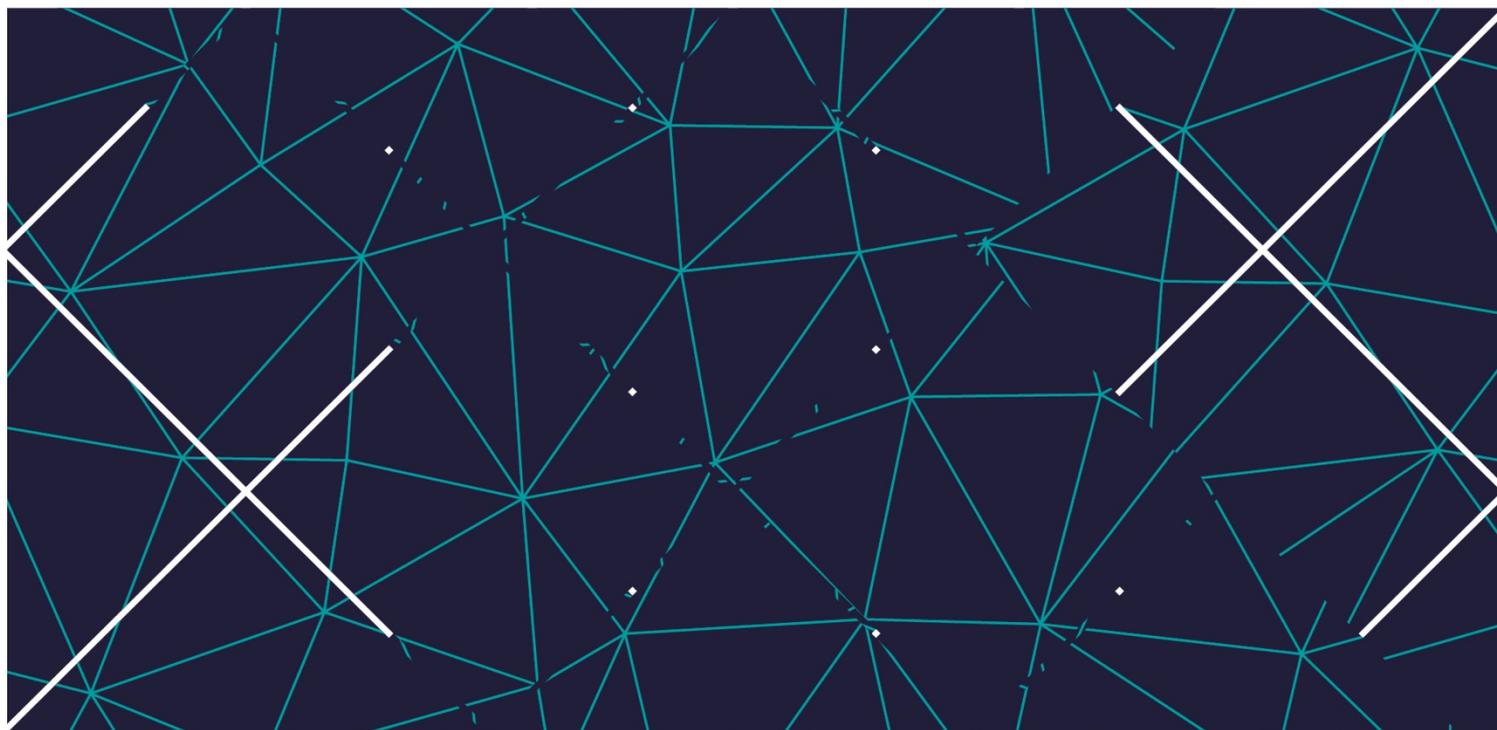


Microcurriculo de Marketing Internacional

en la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de FACSO



Microcurrículo de Marketing Internacional

en la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de FACSO



PRIMERA EDICIÓN

Microcurrículo de Marketing Internacional
en la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de FACSO

Autores

Mauro Leonel Fuentes Sáenz de Viteri
Washington René Astudillo Orellana
Gretta Emperatriz Córdova Aragundi
Karla Soledad Ortiz Chimbo

Primera edición, julio 2017



Libro sometido a revisión de pares académicos.

Edición

Diagramación

Diseño

Publicación

Maquetación.

Grupo Compás

Cámara Ecuatoriana del Libro - ISBN-E: 978-9942-760-43-2

Guayaquil - Ecuador

Prólogo

Siempre que hablamos de marketing lo hacemos entendiendo que el concepto engloba no sólo a todos los eventos necesarios para hacer llegar nuestro producto o servicio hasta el consumidor, sino que también se refiere a todas las decisiones necesarias que han de ser tomadas para ello sin perder de vista que el objetivo final no es otro que lograr tanto la satisfacción del consumidor (lo que bien podría definirse mediante la relación como el beneficio de nuestra empresa. Es decir no aspira sino a lograr sinergias del tipo ganar – ganar entre empresa y consumidor.

Hoy en día, en un entorno globalizado como en el que nos desenvolvemos, las barreras locales han caído y todo empresario debe comprender, especialmente quienes ven en la actividad exportadora una alternativa natural a su crecimiento, que su entorno se ha ensanchado sin remedio, y por tanto no es posible pensar exclusivamente en marketing doméstico (o local), pues la idea prevaleciente debiera ser más bien la de marketing global, es decir debe manejarse ya la idea de un marketing internacional.

Ahora bien, cuando hablamos de marketing internacional no significa aplicar allá a donde vamos las mismas estrategias que nos han dado resultado en otro mercado, pues una regla de oro en el marketing es que los entornos económicos nunca serán iguales y por tanto no es posible encontrar y aplicar una fórmula mágica que me funcione tanto en uno como en otro. Existen reglas básicas claro, que podemos aplicar y debemos observar en cualquier mercado en que nos encontremos y con las que ya deberíamos estar familiarizados, como por ejemplo entender que la satisfacción del consumidor no es posible de lograr en función de

un factor sino que es la sinergia entre la calidad del producto y la eficiencia en la cadena de distribución que da como resultado la efectividad mostrada por en otras sociedades.

Introducción

El enfoque en la formación por competencia, hoy en día por destreza con criterio de desempeño, le enseña al alumno a no regirse por lo que dicen los libros si no que los alumnos expresan sus propios conceptos a través de sus conocimientos los cuales lo podrá aplicar a futuro en su vida cotidiana.

Para que el aprendizaje del estudiante se maneje a su ritmo de manera independiente. “Para que el Profesor. Formará a través de la innovación pocas dudas. Porque existe la necesidad de formar al profesor y al pedagogo para mejorar la calidad de la educación (De la Torre 1994).

En este aspecto no solo es importante saber quién enseña sino también qué competencias y preparación se les exige. Se dan dos posibilidades, al menos en Argentina: quienes han egresado de la docencia: saben de Didáctica, pero ¿de cuál Didáctica?, la tradicional o la postulada, la nueva, la basada en la creatividad. ¿Saben de Marketing, de la realidad del mundo de los negocios?, otro camino de investigación habría que seguir para contestar esas preguntas, que excede el ámbito de este trabajo.

Los profesionales que imparten la asignatura de Marketing: no saben de didáctica, pues no fueron preparados para ello; son en su mayoría intuitivos, les gusta la docencia. Saben de la epistemología del Marketing y de sus avances, o practican en sus funciones, sin embargo ¿la incluyen en sus clases o solo

repiten lo que a su vez les enseñaron sus profesores, y no recrean en el aula la realidad contextualizada?

Otro tema de investigación sería, ¿Quién y cómo se los prepara para la tarea de educar?

Porque tradicionalmente el método de trabajo en la asignatura de la Marketing tiende a ser rígido, poco flexible y a priorizar mecánicas de trabajo en concordancia con las características normativa de la disciplina que imparten en una forma más conductista que un espacio reflexivo y crítico. Para Beegle y Cofee (1991). La lectura y los ejercicios siguen constituyendo el Currículum Básico, aunque la tendencia es que los estudiantes tomen un papel mucho más activo (citado por Donose Anes, 1996)

En lo que se refiere a los conocimientos de los contenidos se coincide en la necesidad de un concepto amplio de la disciplina a enseñar, no rígido para poder ser recreado pedagógicamente en estrategias precisamente flexibles, con un enfoque no solo profesional del marketing, sino fundamentalmente didáctico de tales contenidos (Shulman 1992).

Consideramos que en una orientación hacia el mundo de los negocios, es fundamental formar los conceptos básicos, necesarios para que el alumno comprenda de qué se trata orientándolo correctamente con respecto a la carrera futura a seguir; sin dejar de entender que los estudiantes al término del ciclo secundario también buscarán obtener un empleo.

Actualmente la educación superior está experimentando un nuevo contexto, así tenemos que, la Universidad de Guayaquil

se está integrando al mismo, a través de la adopción de una nueva corriente pedagógica, al requerir que en cada una de sus facultades, se imparta la educación con enfoque holístico, sistémico por procesos, que es una manera de como el estudiante compila y desarrolla el nuevo currículo.



Índice

Prólogo	4
Introducción	6
Índice	9
Enfoque de la problemática.....	10
Del enfoque por Competencias.....	13
De la fragmentación de contenidos.....	14
Del enfoque sistémico	14
De la responsabilidad social.....	15
Estudio del arte	15
Consideraciones teóricas	22
Antecedentes de la investigación	23
Marketing.....	29
Importancia del Marketing	31
Marketing Internacional y su evolución.	32
¿Qué factores del Marketing Internacional?	33
Éxito y fracaso en el rendimiento académico.....	36
Fragmentación de saberes.....	37
Responsabilidad Social Universitaria	37
Fundamentos Filosóficos	38
Fundamentación Pedagógica.....	40
Fundamentación Psicológica	44
Fundamentación Sociológica	48
Análisis y presentación de los resultados	52
Análisis de las encuestas aplicadas a los estudiantes.....	53
Análisis de la encuestas aplicadas a los Docentes	59
Discusión de los resultados.....	63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71



Enfoque de la problemática

Para que el aprendizaje del estudiante se maneje a su ritmo de manera independiente. “Para que el Profesor. Formará a través de la innovación pocas dudas. Porque existe la necesidad de formar al profesor y al pedagogo para mejorar la calidad de la educación (De la Torre 1994).

En este aspecto no solo es importante saber quién enseña sino también qué competencias y preparación se les exige. Se dan dos posibilidades, al menos en Argentina: quienes han egresado de la docencia: saben de Didáctica, pero ¿de cuál Didáctica?, la tradicional o la postulada, la nueva, la basada en la creatividad. ¿Saben de Marketing, de la realidad del mundo de los negocios?, otro camino de investigación habría que seguir para contestar esas preguntas, que excede el ámbito de este trabajo.

Los profesionales que imparten la asignatura de Marketing: no saben de didáctica, pues no fueron preparados para ello; son en su mayoría intuitivos, les gusta la docencia. Saben de la epistemología del Marketing y de sus avances, o practican en sus funciones, sin embargo ¿la incluyen en sus clases o solo repiten lo que a su vez les enseñaron sus profesores, y no recrean en el aula la realidad contextualizada?

Otro tema de investigación sería, ¿Quién y cómo se los prepara para la tarea de educar?

Porque tradicionalmente el método de trabajo en la asignatura de la Marketing tiende a ser rígido, poco flexible y a priorizar mecánicas de trabajo en concordancia con las características normativa de la disciplina que imparten en una forma más conductista que un espacio reflexivo y crítico. Para Beegle y Cofee (1991). La lectura y los ejercicios siguen constituyendo el Currículum Básico, aunque la tendencia es que los estudiantes tomen un papel mucho más activo (citado por Donose Anes, 1996)

En lo que se refiere a los conocimientos de los contenidos se coincide en la necesidad de un concepto amplio de la disciplina a enseñar, no rígido para poder ser recreado pedagógicamente en estrategias precisamente flexibles, con un enfoque no solo profesional del marketing, sino fundamentalmente didáctico de tales contenidos (Shulman 1992).

Consideramos que en una orientación hacia el mundo de los negocios, es fundamental formar los conceptos básicos, necesarios para que el alumno comprenda de qué se trata orientándolo correctamente con respecto a la carrera futura a seguir; sin dejar de entender que los estudiantes al término del ciclo secundario también buscarán obtener un empleo.

Actualmente la educación superior está experimentando un nuevo contexto, así tenemos que, la Universidad de Guayaquil se está integrando al mismo, a través de la adopción de una nueva corriente pedagógica, al requerir que en cada una de sus facultades, se imparta la educación con enfoque holístico,

sistémico por procesos, que es una manera de como el estudiante compila y desarrolla el nuevo currículo.

Del enfoque por Competencias

La formación en enfoque por competencias, le enseña al estudiante a no presidir de los contenidos de diversas fuentes bibliográficas, más bien estimula a la expresión de sus propios conceptos a través de los conocimientos adquiridos, con lo cual, a futuro podrán hacer frente a los retos de su entorno.

Pues tradicionalmente el método de trabajo en la asignatura de la Marketing Internacional, tiende a ser riguroso y prioriza mecánicas de trabajo en correspondencia con la teoría conductista, obstaculizando un espacio crítico y reflexivo en el que los estudiantes asuman un papel mucho más activo y vinculante.

En lo que se refiere a los conocimientos de los contenidos se coincide en la necesidad de un concepto amplio de la disciplina a enseñar, no rígido para poder ser recreado pedagógicamente en estrategias precisamente flexibles, con un enfoque no solo profesional contable sino fundamentalmente didáctico de tales contenidos, según lo expresado por (Ángel Cárcano 2006).

Porque sí es importante en la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia, de un Marketing Internacional, que destaque estrategias de internacionalización de bienes y servicios, analizando la realidad socioeconómica del país de origen y de

los mercados mundiales, coadyuvando al alcance del superávit en la balanza de pagos.

De la fragmentación de contenidos

La propuesta curricular se fundamenta en un paradigma articulador en el que se manifiesta la orientación adoptada en la identificación y postura

frente a los problemas centrales a afrontar; visionando una realidad que con el desarrollo curricular se irá estructurando y en base a la evaluación se reestructurará.

Es evidente que el estudiante aprende de manera efectiva, al no fragmentar la información que es transmitida por parte del Docente; si esta se articula y concadena de forma integral, mediante el rediseño microcurricular, por competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos, se contribuirá al alcance de las exigencias del siglo XXI.

Del enfoque sistémico

La formación de mentes sistémicas, contribuye a la mejora continua del proceso enseñanza – aprendizaje, prepara al estudiante a hacer frente a los impactos del entorno, permitiendo su desenvolvimiento activo y ajustado a los cambios sociales e ideologías predominantes de la época.

En lo que respecta a Latinoamérica, se han venido concentrado esfuerzos en la capacitación de los docentes en

diversos factores del medio circundante, pero no se ha conseguido la mejora en el rendimiento de los estudiantes, en lo que respecta al aprendizaje y obtención de la calidad educativa; más nos damos cuenta, de que no solo ha sido necesaria la capacitación sino la revisión, análisis y aplicación de diseños o rediseños curriculares por competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos, cuyos contenidos y metodologías sean medios vinculantes entre lo teórico y lo práctico, entre el entorno áulico y el medio externo, entre el nivel real de desarrollo y el nivel de desarrollo potencial.

De la responsabilidad social

La sociedad actual reconoce que el conocimiento ya no es monopolio de las universidades, se ha constituido en responsabilidad social de las empresas, mismas que han creado sus propios departamentos de capacitación, investigación y desarrollos innovadores, porque la innovación surge como componente de creación de nuevos conocimientos, procesos, productos y justifica la subsistencia de las organizaciones, constituyendo un mecanismo generador de ventaja competitiva a través de la diferenciación por valor agregado, apegándose al proyecto Metas Educativas 2021 y al Plan Nacional del Buen Vivir; Integrando la recuperación del retraso educativo acumulado y enfrentando los retos formativos del siglo XXI.

Estudio del arte

De las memorias del Seminario Internacional efectuado en la Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia, en el año 2005; varias universidades entre las que mencionamos a la Universidad de Talca —Chile— han implementado una

reforma curricular organizando los currículos de sus carreras sobre la base de competencias. De la ponencia se apreció que consideraron cinco aspectos: los cambios en el mundo desarrollado, los cambios en la institucionalidad universitaria; las aplicaciones para la acción; el enfoque basado en competencias, y las recomendaciones que surgen de la experiencia de su universidad. Ellos ponen de manifiesto que se basaron en la necesidad de desarrollar: el pensamiento estratégico, el pensamiento lógico, la comunicación verbal el dominio del idioma inglés, la capacidad de investigar, la creatividad, la empatía y la conducta ética. Asimismo, se conciben competencias motoras, afectivas, cognitivas y sensoriales, que puede representarse como en un iceberg en donde solo se visualiza lo cognoscitivo y motor, pero que en lo profundo están lo psicológico y lo afectivo, que no se ven, pero tienen grandes implicancias.

Otra experiencia, es la que expusieron los directivos del Instituto Tecnológico de Santo Domingo, INTEC —República Dominicana— los mismos que han organizado su currículo en tres ciclos: 1) el básico, que asume a la persona como eje del proceso educativo, y el currículo como proceso de cambio para formar valores y habilidades; 2) el ciclo formativo, que es común a las carreras de toda un área, y 3) el ciclo profesional, exclusivo de cada carrera.

El currículo se plantea como dinámico, flexible, integrador, contextualizado, transformador, pertinente, y relevante.

En las competencias del perfil se destaca la rectitud moral, la ética, la responsabilidad social, el acervo cultural, la

creatividad, la capacidad de comunicación, el compromiso y la capacidad de trabajo en equipo, la capacidad para enfrentar y resolver problemas, la capacidad para integrar conocimientos y para participar en discusiones sobre el mundo actual, el compromiso con el medio ambiente, el manejo informático, la capacidad para proteger la identidad cultural propia y para respetar otras, y la capacidad de tomar decisiones, con libertad y autonomía. En el perfil del egresado se distingue: a) la temática internacional, que obliga a participar de un mundo globalizado; b) lo temático científico-tecnológico, que implica la capacidad para actuar en la sociedad de la información; c) el espíritu crítico, creativo y emprendedor que le sirva al egresado para generar empleo; d) la formación integral concebida como un proceso continuo para desarrollar todas las dimensiones del ser humano incluyendo la formación de valores.

De parte de nuestro país, la Escuela Politécnica del Litoral, ESPO —Guayaquil, Ecuador— expuso su experiencia, considerando cinco ejes transversales del currículo: formación humana, profesional, básica, asignaturas optativas, y de libre opción. Los currículos se organizaron por áreas de competencias de acuerdo a estos ejes. A partir de ello, se realizaron encuentros con el sector productivo para las distintas áreas de competencias y se definió el nivel de importancia en cada caso. El proceso incluyó: perfiles, competencias por niveles, escenarios de actuación, objetivos de formación integral del profesional, aplicaciones profesionales, la matriz curricular, la definición de asignaturas, y finalmente la distribución de horas y créditos (un crédito equivale a 16 horas de trabajo del estudiante).

Se destaca la experiencia de la Universidad Industrial de Santander —Colombia— donde el trabajo para el diseño curricular basado en competencias, se realizó primero en función del ISA, y se definieron así las operaciones, las competencias y los elementos y unidades de competencia. A partir de ello, se transfirió la experiencia al sector universitario.

Para la definición de las competencias de egreso de ingeniería se utilizó el análisis funcional. Pero se usó una metodología distinta en la cual la transición se efectuó a partir de los contenidos, y luego se estructuraron los saberes en función de las categorías del informe Delors de UNESCO: saber, saber hacer, saber ser y saber convivir. Con estas categorías se clasificaron los contenidos y se definió una matriz contenido-comportamiento específico. Se establecieron así los aprendizajes esperados, que condujeron a definir los métodos y técnicas para lograr el aprendizaje (actividades de formación). Posteriormente, se agruparon estas actividades y se definieron unidades de aprendizaje y módulos de formación. Para el trabajo con docentes, se ofreció un menú sobre la base de criterios de aprendizaje, para lo cual se definieron estrategias y recursos para el aprendizaje.

En el ámbito de la educación en nuestro País, actualmente, apremia la estructuración de Mallas Curriculares basadas en competencias, siendo estas de conveniencia mutua en el accionar del proceso enseñanza – aprendizaje, favoreciendo el aumento de la pertinencia de los programas educativos debido a que busca orientar el proceso afín con el entorno

social, comunitario, profesional, organizacional, disciplinar y los desafíos que este conlleva. Dejando de lado el contexto tradicional, en el cual el estudiante era un simple receptor pasivo y quedaban grandes vacíos en el proceso de aprendizaje.

El presente proyecto de tesis, surge de la necesidad de reorganizar la enseñanza y articular los contenidos en el nivel pregrado de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, en base al rediseño microcurricular por competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos. Pues hoy en día se ha convertido en el tema central de los procesos que debe adoptar una institución educativa, sea esta, pública o privada.

De acuerdo a lo requerido por el Consejo de Evaluación, acreditación y aseguramiento de la calidad de la Educación Superior, se estima un porcentaje del 15% a Currículo e Investigación, y 20% a Soporte Pedagógico, debiendo cumplir estrictamente con estos porcentajes para la acreditación de cada una de las carreras, por lo cual es necesario el establecimiento y aplicación de un rediseño microcurricular basado en competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos. Motivando de esta manera el desarrollo constante del estudiante dentro y fuera de la institución, fortaleciéndolos con contenidos vigentes que les permita insertarse eficientemente al mercado laboral y establecer controles y evaluaciones al cuerpo docente, para que sean portadores de nuevas estrategias, métodos, técnicas y tácticas, y se conviertan en un verdadero soporte pedagógico.

Cabe destacar que las Tendencias educativas en América Latina, en cuanto a Formación científica, técnica y humanística, toman un compromiso de investigación, desarrollo e innovación, surgiendo así un nuevo modelo de universidad.

Esto va a permitir que la Universidad de Guayaquil, vaya orientando su accionar hacia el nuevo concepto de Educación Superior, que se desenvuelve en un marco holístico, integrando a las Entidades Educativas de Nivel Superior al Plan Tuning, preparado por Universidades para Universidades, con el fin de que los docentes puedan llegar a concesiones; generando espacios que permitan acordar, templar y afinar las estructuras educativas para titulaciones reconocidas.

Así vemos desenvolverse actualmente al campo educativo, y nosotros los actores y copartícipes, somos quienes en constante actualización de saberes y haceres, lograremos una reorganización, reestructuración, innovación y articulación, pensando siempre en el futuro del individuo dentro del Estado, pues este lo difundirá, hará eco y marcará diferencia fuera del mismo, persiguiendo nuevos horizontes académicos.

Quedando justificado así, el Rediseño microcurricular con enfoque holístico, sistémico por procesos, el cual conceda al profesional que requiere la sociedad, las instituciones y el país, mitigando los retos del contexto actual y futuro e insertándolo a marcar siempre la diferenciación que le permitirá competir y salir triunfante.



Consideraciones teóricas

La intención fundamental del proceso de enseñanza aprendizaje, es la transmisión de información por medio del sistema comunicacional; la cual busca dejar en el aprendiente, conocimientos que le permitan desarrollarse y desenvolverse ante los retos académicos y profesionales de la nueva era.

Este reto profesional debe ser asumido con actitud creativa, adaptativa y de pertinencia. Entendiéndose que el proceso de enseñanza es un motor propulsor del desarrollo del individuo, por lo tanto en ninguna de sus etapas puede existir la fragmentación de saberes, ya que desarticula el conocimiento, lo interrumpe y pierde contacto con la esencia de lo transmitido. Para que esto no ocurra es necesario entender que, el aprendiente debe pasar por transformaciones sistemáticas, progresivas y sobre todo dinámicas.

La dinámica del siglo XXI, establece nuevos retos a las instituciones educativas de nivel superior, quienes deberán reaccionar frente a la globalización y retos profesionales. La Universidad de Guayaquil en su proceso de reforma académica ha acogido el enfoque por competencias holístico, sistémico por procesos, integrándose a la labor de diversas universidades del mundo, que gozan de experiencia en este contexto y persiguen una visión totalizante, evitando pensamientos mutilantes que originen acciones mutilantes.

La aplicación de competencias, prepara al estudiante para que trabaje en conjunto con otros estudiantes en la realización

de actividades alusivas a la asignatura, interdisciplinarios y transdisciplinarias, donde manifiesten el saber ser, saber hacer y saber convivir.

Antecedentes de la investigación

En la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL en la UNIDAD DE POSGRADO INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO MAESTRÍA EN DOCENCIA Y GERENCIA EN EDUCACIÓN SUPERIOR, se observa la tesis que se presenta como requisito para optar por el grado académico de Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior, con el tema “EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE PASANTÍAS PRE PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE CUARTO AÑO DE ECONOMÍA PARA OPTIMIZAR SUS COMPETENCIAS LABORALES Y PROPUESTA DE REINGENIERÍA”, siendo su autor: JARAMILLO, Escobar Bladimir Heriberto; el mismo que los bajos niveles de empleo de los egresados podrían deberse a la falta de una mayor vinculación con la empresa en general, para adquirir más experiencia al enfrentarse a problemas reales que se presentan en el entorno organizacional de una determinada empresa o sector productivo. La tendencia de las universidades latinoamericanas hoy en día es darle mayor énfasis a la vinculación teórico práctica, por lo que en muchas universidades las pasantías son parte del currículo y tienen créditos establecidos.

Otra tesis trabajada en la Universidad de Guayaquil, con el tema: Evaluación del diseño microcurricular de la asignatura Psicología 1 y rediseño basado en competencias. Propuesta

de un módulo carrera de Marketing y Comunicación Universidad ECOTEC de Guayaquil, cuya autora es Sandra Ordóñez García manifiesta que la educación del tercer nivel debe ser orientada al desarrollo de capacidades, que faculten a los egresados a desempeñarse eficientemente y con éxito en el mercado laboral actual. Tomando en consideración este enunciado se pretende evaluar el diseño microcurricular de la asignatura Psicología 1, y proponer un módulo basado en competencias en la carrera de Marketing y comunicación de la Universidad ECOTEC de Guayaquil. El tipo de investigación del proyecto es: documental, de campo, descriptiva, explicativa, aplicada y de proyecto factible. La metodología corresponde a una investigación cuali-cuantitativa. Población y muestra son: directivos, docentes, estudiantes. Variable independiente: Evaluación del diseño microcurricular de la asignatura Psicología 1 Variables dependientes: Rediseño basado en competencias. Propuesta de un módulo. La importancia del proyecto fue investigar y trabajar con las falencias que existían en la asignatura de Psicología en el diseño microcurricular, se modificaron los contenidos relevantes y significativos que articulaban directamente a las competencias deseadas. La autora pone de manifiesto que fue de gran utilidad para la institución porque definió las competencias del estudiante en la asignatura y contribuyó con las competencias básicas, genéricas y específicas delineadas en el perfil profesional, además involucró a los estudiantes, las instituciones, las autoridades, docentes y la comunidad en general.

La historia del origen de las competencias para el sector educativo. Desde los años 20's se ha reconocido la

necesidad de hablar sobre una formación basada en competencias, donde ya no se visualizaba una formación masiva, sino más bien individualizada, orientada a metas, con un proceso orientado a conocimientos específicos y en donde el alumno sepa con claridad que se espera de él.

El indicador que las empresas poseían en las décadas del 70, para seleccionar su personal eran los test de inteligencia y exámenes de conocimiento. Este supuesto se basaba en la premisa de que las personas con mayor coeficiente intelectual y con mejores notas tenían mayores probabilidades de tener éxito laboral.

Sin embargo, investigaciones realizadas en Harvard demostrando que la correlación entre el coeficiente intelectual y el éxito no era tal, sino que existían otros factores que los asociaban, como atributos personales, aptitudes y motivaciones (Mc Clelland. 1996)

No se registra posteriormente ningún otro avance, aporte importante a nivel internacional hasta que en 1993 la UNESCO plasma en su Informe Mundial sobre la Educación la siguiente afirmación:

“Quizás ahora más que nunca —comenzaba diciendo— la educación es centro de la atención mundial y objeto de consideración crítica. Las filosofías de los valores educativos se hallan en tela de juicio, la eficacia de los sistemas

educativos se pone frecuentemente en entredicho... La educación se enfrenta a la vez con una crisis de fe y con una avalancha de esperanzas y aspiraciones a las que responder en un mundo que busca solución a tantos complejos problemas”. UNESCO

A partir de entonces se realizó un largo proceso convocado por la UNESCO que comenzó con la realización de Conferencias Regionales sobre Políticas y Estrategias para la Transformación de la Educación Superior en América Latina, África, Asia, Europa y los Países Árabes, y que culminó en la Conferencia Mundial “La Educación Superior en el Siglo XXI. Visión y Acción” que tuvo lugar en París durante octubre de 1998, misma que tiene un gran valor emblemático, expresado en su precepto: “Educación para todos a lo largo de toda la vida”.

Quizá la expresión más acertada que marcó definitivamente las bases de una educación basada en competencias, fue y es encontrada en el informe de la UNESCO “La Educación Encierra un Tesoro” (1996), escrita por Jacques Delors.

“La educación debe facilitar a todos, lo antes posible el pasaporte para la vida, que le permitirá comprenderse a sí mismo, entender a los demás y participar así en la obra colectiva y la vida de la sociedad La educación a lo largo de la vida se basa en cuatro pilares: Aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir

juntos, aprender a ser. Aprender a conocer, combinando una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias. Aprender a hacer a fin de adquirir no solo una calificación profesional, sino más generalmente, una competencia que capacite al individuo para hacer frente a gran número de situaciones y a trabajar en equipo. Aprender a vivir juntos desarrollando la comprensión del otro y la percepción de las formas de interdependencia respetando los valores del pluralismo, en condiciones de obrar con creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal. Mientras los sistemas educativos formales propenden a dar prioridad a la adquisición de conocimientos, en detrimento de otras formas de aprendizaje, importa concebir la educación como un todo. En esta concepción deben buscar inspiración y orientación las reformas educativas, tanto en la elaboración de los programas como en la definición de las nuevas políticas pedagógicas” . Jack Delors .1996

A partir de ese momento se desbordó una serie de acciones, que buscaron atender las brechas que existían en el sentido de que las instituciones de educación superior deben de reforzar su cooperación con el mundo de trabajo y el análisis y la previsión de las necesidades de la sociedad.

Por lo tanto, los proyectos educativos o de formación han de centrarse en la elaboración, de ambientes pedagógicos y didácticos que favorezcan experiencias de aprendizaje, de manera que los futuros profesionistas adquieran competencias que les permitan integrarse con éxito en el mercado laboral.

Tobón, S. Formación integral y aprendizaje de las competencias. (2010) Bogotá: pág 22. Dice: “Las competencias deben entenderse desde un enfoque sistémico como actuaciones integrales para resolver problemas de contexto con base en el proyecto ético de vida”

El ser humano encierra un conjunto de actitudes y aptitudes que fomenta y cuida su crecimiento, para ponerlo en práctica en la solución de problemas. Son muchos los autores que hablan de las competencias y los tipos que surgen de estas, cada una se enfocada en un área específica con una organización y desarrollo de sus procesos personalizados.

La noción de las competencias lo encontramos en los diferentes ámbitos y son aplicadas en todas sus actividades, el nivel de aplicación depende del nivel de formación del ser humano, reflejada a través del cambio curricular y la capacidad de responder eficazmente durante el proceso. Esto cuando hablamos del sistema educativo, pero estas competencias en lo laboral son muy importantes en las distintas categorías que ellas se encuentren, considerando que su definición es muy amplia, compleja y completa tiene tanto diferentes enfoques, también elementos comunes.

Para este autor las competencias son todas las actuaciones integrales, de esta manera se considera que el hombre tiene la capacidad explicar, discutir, refutar en la solución de problemas dentro de un determinado contexto, actuando con responsabilidad y juicio crítico para éxito en la excelencia.

Marketing

El marketing tiene sus orígenes en el hombre primitivo, desde la era paleolítica, asumía autosuficiencia pero con el correr del tiempo, se fueron relacionando y se crearon grupos en los cuales se inician las primeras formas de mercadeo con el trueque, mismo que consistía en el intercambio de bienes y servicios.

En el período comprendido entre 1450 y 1900, se da la revolución industrial y se inventa la imprenta, lo que permite la difusión masiva de textos por primera vez en la historia; también se hacen populares los posters, originándose la publicidad impresa.

En el período comprendido entre 1920 y 1949, se da inicio a la publicidad radiofónica, llegando al 55.2% de la población estadounidense, a tener aparatos receptores de radio en los hogares y en 1941 surge la publicidad televisiva.

Entre 1950 y 1972 el marketing prospera, llegando los ingresos por publicidad televisiva a superar a los procedentes de radio

y de revistas. El telemarketing emerge como un medio de contacto entre las marcas y el consumidor.

En 1973, Martin Cooper, investigador de Motorola, realiza la primera llamada telefónica, a través de un teléfono móvil, en 1981 IBM lanza su primer ordenador personal, en 1984 Apple presenta el nuevo Macintosh en un spot emitido durante la Super Bowl. El anuncio tuvo un coste de 900.000 dólares y llegó el 46,4% de los hogares estadounidenses.

La publicidad impresa vive un nuevo boom en 1985, los ingresos derivados de la publicidad en periódicos llegaron a los 25.000 millones de dólares. Y entre 1990 y 1994, se producen importantes avances en la tecnología 2G, que sentaría las bases de la futura explosión de la televisión móvil. En este periodo, la televisión desplaza por primera vez a los periódicos como soporte publicitario base. Entre 1990 y 1998, la inversión en la publicidad por televisión dobla los 2.400 millones de dólares.

Del 2003 al 2013, el marketing vive la era del inbound; se lanzan tres redes sociales: LinkedIn, MySpace y Facebook; Google inicia las búsquedas personalizadas, basadas en el historial de búsquedas del internauta; se lanza Twitter y Amazon alcanza unas ventas de 10.000 millones de dólares en 2006; El 90% de los hogares estadounidenses tiene teléfono móvil en el año 2010. El coste del inbound marketing es un 62% menor del outbound marketing; En 2012, los anunciantes tienen previsto aumentar sus inversiones en los social media en un 64%; Los espectadores de vídeos online llegarán a los 169,3 millones en 2012 y los compradores online serán ya 184,3 millones en 2013.

Importancia del Marketing

Existen tres situaciones de mercado, cuando la oferta es menor que la demanda, cuando la oferta es igual que la demanda y cuando la oferta es mayor que la demanda, siendo esta última una de las razones principales por lo cual el marketing es pieza importante para la creación del deseo en el cliente potencial.

El marketing debe constituir el timón, de toda empresa de bienes y servicios, para ofrecer momentos positivos y generar prescripción del producto; pues un producto, no siempre se vende, porque sea el mejor, sino, se vende porque tiene buena prescripción.

Por medio del marketing, se hace uso de los puntos débiles del cliente / consumidor potencial ofreciendo tentaciones apetecibles y buscando siempre su satisfacción, asociando el concepto de calidad y valor agregado.

El empresario necesitara conocer, de métodos, técnicas y tácticas, para convencer al mercado potencial y posicionarse en el mercado de bienes y servicios. Una empresa puede gestionar publicidad y mercadotecnia en gran cantidad día a día, las cuales no pueden hacerse de cualquier forma, es necesario que siga un proceso claro, ordenado y metódico.

Marketing Internacional y su evolución.

El Marketing internacional, en cuanto a disciplina de estudio tiene su origen en el propio Marketing en sí, trasladado a un contexto internacional. Por tanto, su evolución ha ido paralela a la misma del Marketing y se podría decir que es tan antiguo como éste. Fundamentándose en cuatro fases:

Una primera fase de “orientación a la producción” comprendería el período que va desde la revolución industrial (1870) a los años 1930 donde el enfoque producción destaca ante la necesidad de cubrir una demanda muy superior a la limitada oferta existente. Durante esta fase las actividades de Marketing llevadas a cabo por la empresa son marginales, tienen carácter puntual y se encuentran muy dispersas por la empresa sin que se pueda decir que exista una organización formal de las mismas.

En la segunda fase de “enfoque a las ventas” que comprendería desde los años 1930 a los 1970 se produce un hecho fundamental que da lugar a esta nueva filosofía: la paridad entre la demanda y oferta, fruto del crecimiento económico experimentado en estas décadas. Lo que ahora se trata es de alcanzar a toda la población con lo que se desarrolla la política de distribución o ventas que permita cubrir toda la demanda existente. Organizativamente se crea o desarrolla un departamento de ventas que integra dentro de sí las actividades de Marketing más relacionadas con la función de ventas (promoción de ventas, distribución, etc.)

Finalmente en la tercera y última fase que comprendería a partir de los años 1970, se podría hablar de la aparición de una orientación al Marketing donde la demanda es ya objetivamente inferior a la oferta y se buscan maneras de fomentarla mediante el descubrimiento, y la satisfacción de necesidades encubiertas de los consumidores. Esta tercera era podría subdividirse en otras dos como apuntan algunos autores como Lambin y Peeters que la subdividen en una que denominan de economía de la abundancia (tercera fase) y otra de sociedad postindustrial (cuarta fase).

¿Qué factores del Marketing Internacional?

La economía mundial actual implica que las empresas deban buscar oportunidades de mercado en todo el mundo, las macro empresas buscan negocios globales y estrategias de mercadeo acordes a las exigencias de esta realidad.

El marketing internacional, es el mercadeo aplicado a diferentes realidades extrañas a nuestro entorno, por lo que se debe tener en cuenta múltiples factores en el desarrollo y penetración de productos.

Cuando una empresa busca posicionamiento internacional y compara las actividades a realizar en su país de origen, con las que debe realizar en un entorno diferente, hallará que los factores son cambiantes. Es importante recalcar que los contenidos se modificarán según las necesidades de cada región; ya que no enseñaríamos los mismos contenidos en el Continente Europeo, que en el Continente Americano.

Hay que explotar las ventajas comparativas y en cuanto a las ventajas competitivas, debemos estar conscientes de que pueden variar en relación a la competencia, los gustos y preferencias, nivel de consumo o tan sólo la manera de acercarse al consumidor.

Ante lo expuesto, es necesario que los contenidos apunten a desarrollar capacidades, aptitudes y actitudes para que los alumnos puedan desarrollar criterios propios para la resolución de problemas; con miras a la efectiva inserción laboral, y óptimo desarrollo profesional, otorgándoles herramientas necesarias para sobresalir en el país de origen, y en los mercados internacionales. Enfatizando en el estudio de factores importantes dentro del marketing internacional, como siguen:

1. La Cultura
2. Religión y costumbres
3. Estabilidad Política y legal
4. Restricciones Comerciales
5. Control monetario y estabilidad financiera

Siendo este el horizonte a discutir y actualizar permanentemente dentro los contenidos de los diseños curriculares, para fijar los conceptos, procurando que el educando pueda desempeñarse y enfrentar las exigencias del perfil profesional del siglo XXI.



Éxito y fracaso en el rendimiento académico.

Dependen de la percepción cognitiva del estudiante y tienen significado múltiple, pues existen fracasos que pueden impulsar a la razón y éxitos que pueden frenar el progreso.

Se haría mal al estimar las consecuencias del éxito o del fracaso sin conocer al estudiante y a su entorno familiar y social; más La situación de fracaso sitúa en duda la capacidad del estudiante, al momento de auto diagnosticarse y valorarse, por lo cual algunos desisten asumir el riesgo, y crean como mecanismos de defensa, la excusa desviando así su inhabilidad.

La habilidad y el esfuerzo son elementos importantes, en la vida académica, que actuando como binomio tendría efectos significativos, pues el esfuerzo tan solo, no garantiza el éxito, hace falta la habilidad o capacidad cognitiva del estudiante, que en conjunto le permita coordinar el proceso mental.

El éxito y el fracaso académico constituye un problema muy importante dentro del proceso enseñanza – aprendizaje actual, por lo tanto es indispensable estar alerta para tomar las acciones correctivas o preventivas correspondientes.

Fragmentación de saberes.

La educación actual, necesita estar sujeta a una revisión constante, sustituyendo pensamientos que distancien y reduzcan por otros que incrementen y aúnan.

La desarticulación y fragmentación de la educación constituye una barrera en el desarrollo de saberes del estudiante, obstaculizando la formación integral del hombre que se desenvolverá en mundo globalizado.

Es evidente que el estudiante aprende de manera efectiva, al no fragmentar la información que es transmitida por parte del Docente; si esta se articula y concadena de forma integral, mediante el rediseño microcurricular por competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos, se contribuirá en la reforma académica y permitirá estar a la par con las exigencias del siglo XXI.

Responsabilidad Social Universitaria

Como cualquier organización, la Universidad tiene responsabilidades y genera diversos impactos en la vida del estudiante y de su personal docente y administrativo.



Impactos educativos.- La Universidad tiene un impacto directo sobre la formación de los jóvenes y profesionales, su manera de comprender, analizar y desenvolverse en el mundo, orientándolos al cumplimiento de la ética profesional en cada una de las disciplinas y en su vinculación con la sociedad.

Impactos cognitivos.- La Universidad orienta la producción del saber y las tecnologías, influye en la definición de lo que se llama socialmente verdad, ciencia, racionalidad, legitimidad, utilidad, enseñanza y articula la relación entre tecnociencia y sociedad, posibilitando el control y la apropiación social de la ciencia.

Impactos Organizacionales.- La Universidad genera impactos en la vida de su personal administrativo, docente y estudiantil, que su política de Bienestar social debe de gestionar.

Impactos Sociales.- La Universidad tiene un impacto sobre la sociedad y su desarrollo económico, social y político. No sólo tiene un impacto directo sobre el futuro del mundo, en cuanto forma a sus profesionales y líderes, sino que ella es también un referente y un actor social, que puede promover el progreso.

Fundamentos Filosóficos

El currículo se organiza en función de los estudiantes y la sociedad, pues en el corto plazo se piensa en el bienestar del estudiante, pero a largo plazo es la sociedad la que se va a beneficiar o no del fruto profesional, de ahí el alto nivel de responsabilidad del docente y proceso académico.

Realismo de Aristóteles. La categoría filosófica para la toma de decisión curricular, se sentará sobre la posición ontológica de Aristóteles, quien nos indica que “La realidad es inherente o reside en el presente, en el mundo externo y natural”. Lo que nos lleva a entender que hay que acoplarse al mundo físico de la época, reconociendo así la existencia efectiva del mundo real y su independencia respecto de la percepción y la interpretación del individuo.

El realista utiliza el método inductivo, partiendo de datos particulares hacia la enunciación de principios generales, va de la materia a la forma. La materia es de lo que están hechos, y la forma es la esencia que los hace ser tal cual son. Por ejemplo: el individuo Carlos, que es una substancia, está compuesto de materia y forma; la materia son los huesos, la carne, etc..., la esencia de Carlos es ser hombre.

Destaca relaciones de causa y efecto, en el mundo físico. Siendo estas relaciones las que ayuden al estudiante a comprender el orden natural de las cosas, además de brindarle herramientas y conceptos del funcionamiento de las leyes naturales, que faciliten su adaptación y desenvolvimiento adecuado.

En la elaboración del currículo, los Realistas se esfuerzan por organizar los hechos en diferentes áreas de contenido de manera interdisciplinaria, colaborando a la preparación del estudiante ante la realidad del entorno.

Aristóteles sostuvo lo que en la actualidad denominamos ética de virtudes. Según Aristóteles, las virtudes más importantes

son las virtudes del alma, principalmente las se refieren a la parte racional del hombre.

Divide la parte racional en dos: el intelecto y la voluntad. Cuando el intelecto está bien dispuesto, para aquello a lo que su naturaleza apunta, es decir para el conocimiento o posesión de la verdad, decimos que dicho intelecto es virtuoso y bueno; a través de las virtudes, el hombre domina su parte irracional. Las virtudes intelectuales perfeccionan al hombre en relación al conocimiento y la verdad, y se adquieren mediante la instrucción.

La voluntad, es de acceso libre como manifestación de la libertad nativa, pero no puede actuar libremente si no conecta con el intelecto; actúa con libertad cuando la inteligencia apoya con motivos esa tendencia y es más libre cuando después de la intervención de la inteligencia, la voluntad refuerza sus propias tendencias por medio de los hábitos.

Fundamentación Pedagógica

El constructivismo es una corriente pedagógica, que postula la necesidad de entregar al estudiante herramientas y atributos que le permitan crear sus propios procedimientos para resolver una situación problemática, lo cual implica que sus ideas se modifiquen y siga aprendiendo.

El proceso de enseñanza se percibe y se lleva a cabo como un proceso dinámico, participativo e interactivo del sujeto, de modo que el conocimiento sea una auténtica construcción

operada por la persona que aprende. Se aplica como concepto didáctico en la enseñanza orientada a la acción.

Para Jean Piaget, la inteligencia tiene dos atributos principales: la organización y la adaptación. El primer atributo, la organización, se refiere a que la inteligencia está formada por estructuras o esquemas de conocimiento, cada una de las cuales conduce a conductas diferentes en situaciones específicas. En las primeras etapas de su desarrollo, el niño tiene esquemas elementales que se traducen en conductas concretas y observables de tipo sensoriomotor: mamar, llevarse el dedo en la boca, etc.

En el niño en edad escolar aparecen otros esquemas cognoscitivos más abstractos que se denominan operaciones. Estos esquemas o conocimientos más complejos se derivan de los sensoriomotores por un proceso de internalización, es decir, por la capacidad de establecer relaciones entre objetos, sucesos e ideas. Los símbolos matemáticos y de la lógica representan expresiones más elevadas de las operaciones.

La segunda característica de la inteligencia es la adaptación, que consta de dos procesos simultáneos: la asimilación y la acomodación. La asimilación (del Lat. ad = hacia + similis = semejante) es un concepto psicológico introducido por Jean Piaget para explicar el modo por el cual las personas ingresan nuevos elementos a sus esquemas mentales preexistentes, explicando el crecimiento o sus cambios cuantitativos. Es, junto con la acomodación, uno de los dos procesos básicos, para este autor en el proceso de desarrollo cognitivo del niño. Se diferencia de ésta que en este caso no existe modificación en el esquema sino sólo la adición de nuevos elementos. El

esquema (o esquema de la conducta) viene a ser la trama de acciones susceptibles de ser repetidas (Merani, 1979).

Enfoque Holístico – Sistémico – por Procesos

El enfoque Holístico – sistémico- por procesos, es una alternativa pedagógica promovida por el Vicerrectorado académico de la Universidad de Guayaquil, debido al énfasis en la formación integral del estudiante y el aprendizaje a lo largo de la vida. Desde el punto de vista de no sólo formar profesionales sino ciudadanos del mundo.

Es indiscutible confirmar que el estudiante nada aprende, de manera aislada o fragmentada, sino de un ámbito totalizador. Una nueva perspectiva del aprendizaje, lo cual coadyuva a lo que requiere las exigencias del siglo XXI. Esta nueva propuesta pedagógica implica mucho trabajo de integración, por ello el docente debe estructurar y dinamizar el aprendizaje incluyendo la interdisciplinariedad, la transdisciplinariedad, la multidisciplinariedad y un término que ha creado Edgar Morín, la ecodisciplinariedad, que es todo lo que tiene que ver con los entornos del aprendizaje.

La formación de mentes holísticas - sistémicas, contribuye a la mejora continua del proceso enseñanza – aprendizaje, preparando al estudiante a hacer frente a los impactos del entorno, permitiendo su desenvolvimiento activo y ajustándolo a los cambios sociales e ideologías predominantes de la presente época y visionando épocas futuras.

Metodología Pedagógico Experiencial

Aplicando esta metodología, se crean comunidades de aprendizaje, donde no existe un conferencista o "maestro", sino un facilitador "Tutor",

quien encamina experiencias que permiten a los asistentes construir aprendizajes significativos a partir de su pre saberes y del apoyo del equipo.

El aprendizaje experiencial se enmarca dentro de los conceptos psicológicos del constructivismo donde se ubica al estudiante como un artífice de su proceso de conocimiento, a cambio de la persona pasiva a la espera de ideas, convirtiéndolo en el protagonista responsable de su proceso y del equipo. Esto desarrolla autonomía y facilita la aprehensión de diferentes temas.

Encamina al educando a un proceso de evolución, en el cual Aprende a ser, Aprende a hacer, Aprende a aprender y Aprende a desaprender. El aprender a desaprender es muy importante, pues es hacer un esfuerzo consciente para decodificar y desconocer patrones establecidos abandonando zonas de comodidad intelectual.

Se deja de hacer lo mismo de la misma manera. Es decir, se encuentra, se descubre que existen otras vías que permiten llegar al mismo lugar, dejando las limitaciones que comúnmente se tiene, por otras que no han sido experimentadas, adoptando nuevas ideas, nuevas actitudes, nuevas habilidades que posteriormente se convierten en formas de pensar.

En cuanto a los estudiantes de la asignatura de Marketing Internacional de la Carrera de Publicidad y mercadotecnia, es de suma utilidad el pasar por los procesos de formación,

entrenamiento, educación y sobre todo evolución, pues el aprender a desaprender es clave fundamental para no limitar la creatividad, la innovación, la solución de problemas y la toma de decisiones efectiva, pues no solo negocian en el ámbito nacional sino que también lo hacen con el resto del mundo, independizándose de conceptos o ideas que se infunden en la vida y en el entorno de la enseñanza y el aprendizaje.

Fundamentación Psicológica

El proceso educativo tiene que ver mucho con el desarrollo de la persona, siguiendo un proceso, como por ejemplo: primero nace, luego gatea y después camina, es decir que va evolucionando, así también la mente se va desarrollando y va adquiriendo nuevos conocimientos, que van dando origen a nuevas experiencias.

La mente asimila mucha información, eso facilita al estudiante la capacidad de seguir aprendiendo por etapas, por eso hay que respetar dichas etapas para que la información recibida por ellos sea de forma adecuada, procurando que no se distorsione el aprendizaje.

No se puede dejar a un lado la calidad de la psicología educativa para explicar las características propias de la personalidad de los educandos.

Citando así a Vygotski, Watson, Piaget, Davidov y Merani, quienes concluyeron que la psicología genética explica la

construcción del ser humano desde que nace hasta que se convierte en un experto profesional al servicio de su comunidad. Los cambios de la sociedad y la vida material producen transformaciones de conciencia y conducta en la naturaleza humana.

El docente debe conocer los fundamentos psicológicos, que le permita comprender y atender a los estudiantes, a partir del conocimiento de la lógica entre lo interno y lo externo, entre lo individual y lo social en el aprendizaje.

John Watson – Teoría Estímulo Respuesta, pertenece al conductismo y se utiliza principalmente para modificar la conducta. Refiriéndose a que ante toda acción hay una reacción.

Se entiende por estímulo, a cualquier factor externo o cambio en la condición fisiológica del educando y por respuesta, la reacción o conducta frente a tal estímulo.

De ahí que, el docente estructurará el aprendizaje para generar estímulos que sean beneficiosos para él estudiante. Pero el estímulo depende de la personalidad de cada ser. Ante lo cual es primordial identificar y conocer a cada uno para propiciarlas.

En los núcleos estructurantes y formas de organización de la docencia dentro del diseño microcurricular, se establecerán los contenidos y la metodología de cómo los estudiantes, futuros mercadólogos, deberán encaminarse a entender mejor qué estímulos darán respuestas esperadas a sus estrategias para provocar el deseo de compra.

Para un estudiante de la asignatura de Marketing Internacional, la publicidad repetitiva, es un estímulo para propiciar los hábitos de compra. Los estímulos externos son de dos tipos:

1. estímulos de marketing: conocidos como las cuatro "P" producto, precio, plaza y promoción.
2. estímulos de entorno, formados por las principales fuerzas y acontecimientos del ambiente globalizado del cliente / consumidor.

Estos estímulos pasan por la "caja negra" del cliente / consumidor e influyen en su comportamiento de compra en cuanto a la elección del establecimiento, el producto y la marca.

Para lograr una acción de compra a favor de un satisfactor, hay que provocar deseo, para provocar deseo hay que saber lo que el prospecto siente (mundo construido) y lo que el prospecto piensa (su mundo feliz/esperado); hay que buscar la redacción publicitaria adecuada, para pintar brillantemente en la imaginación del prospecto el estímulo suficiente, de modo que se produzca el despertar de la debida motivación. Así, si queremos estimular al mercado internacional a que importe la materia prima de Ecuador, está deberá presentar los atributos ideales deseados.

El Constructivismo se enfoca en cómo hacer que el hombre asimile la información, como debe hacerlo, saber hacerlo para comprender y explicar, cambiar y transformar, criticar y crear.

Hace énfasis en el desarrollo del pensamiento y en la creatividad; surge como corriente epistemológica que busca comprender los problemas del conocimiento del ser humano, y parte de un planteamiento fundamental: “los seres humanos, son producto de su capacidad para adquirir conocimientos y para reflexionar sobre sí mismos y sobre la realidad”, esto les ha concedido interpretar, comprender, explicar y controlar la naturaleza y construir cultura.

La academia juega un papel central en el progreso del pensamiento, las habilidades y los valores; implicando la participación activa de los estudiantes.

Lev Vygotski. La didáctica debe estar encaminada a estimular la zona de desarrollo próximo en los educandos, introducido por Lev Vygotski desde 1931, lo cual dependerá del nivel real, de los conocimientos y de las acciones que sea capaz de lograr independientemente y el nivel de desarrollo potencial dado por la ayuda del profesor, del instructor, del tutor y demás estudiantes del grupo de estudio, de la familia o de la comunidad.

Al desarrollar el microcurrículo de la asignatura de Marketing Internacional, se debe tomar muy en cuenta el estimular la zona de desarrollo próximo, pues el educando podría actuar de acuerdo a su realidad local, pero necesita del andamiaje e instrucción tutorada para llegar a entender, solucionar inconvenientes y construir estrategias para la negociación con el mercado internacional.

Fundamentación Sociológica

La fundamentación sociológica determina la elaboración del currículum y este refleja a la sociedad. Las mismas escuelas responden a las características de la sociedad local.

En cuanto a la asignatura de Marketing Internacional, responde a una sociedad local pero indaga a la sociedad, cultura y sistema de valores del resto del mundo con quien se visiona negociar.

La acción curricular se ve influenciada y llega incluso a ser afectada por la Sociedad y la Cultura, de la siguiente manera:

- 1.- Impide el cambio a través de las tradiciones
- 2.- Apresura el cambio que resulta de las transformaciones socio – culturales.
- 3.- Ejerciendo presiones producidas en los segmentos principales de la sociedad y la cultura.

La sociedad está en un constante cambio, a lo cual el currículum debe ajustarse y rediseñarse, para atender las demandas de la misma.

Justificándose así que, los cambios a nivel de educación, se dan porque el entorno social lo amerita; hay que romper paradigmas, como indico en la Fundamentación Pedagógica, hay que aprender a desaprender, para romper contextos establecidos y enfocarse en otro que nos conecte al mundo globalizado actual. Para esto es necesario aplicar nuevas

políticas que conlleven a la mejora de la calidad de los profesionales en formación.

Álvarez Méndez, J.M, 2000, indica: La sociedad tiene mecanismos para facilitar el cambio, tales como las estructuras legales y legislativas. Existen ciertas áreas en la sociedad donde el ajuste se hace más difícil. Entre estas están la moral, la religión, los aspectos sexuales y otras.

Tradicionalmente la educación ha ayudado a que se reconozcan y mantengan en forma continua ciertos patrones. Entre estos:

- a) La organización de la experiencia educativa por niveles.
- b) La formación de objetivos que enfatizan mayormente la dimensión cognoscitiva del aprendizaje.
- c) El énfasis en la organización tradicional del contenido en asignaturas.
- d) La evaluación basada principalmente en el aprovechamiento.

El cambio está acompañado por la inestabilidad. Algunos de los cambios afectan las instituciones educativas inmediatamente, otros ocurren en forma gradual. Cambios tales como el continuo desarrollo y comunicación del conocimiento, el activismo intenso de la población respecto a asuntos político-sociales y la movilidad poblacional presentan nuevos retos para la educación y por ende al currículo.

La presión de un cambio es evidente, el estudiante necesita de contenidos, metodologías y estrategias acordes a las

exigencias del Perfil profesional del Siglo XXI. Y es ahora cuando el Docente debe ser partícipe del cambio y rediseñar el currículo, utilizando la pedagogía constructivista para lograrlo.



Análisis y presentación de los resultados

El presente análisis se desarrolla en base a la aplicación de la estadística descriptiva, en forma cuantitativa, cualitativa, en valor absoluto y relativo, representando de manera gráfica los resultados de los instrumentos empleados a los estudiantes, docentes y directivos de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social, que recoge la información en pro de la comunidad educativa y de la sociedad en general.

La intención de la encuesta ha sido obtener información acerca de la necesidad de rediseñar el microcurrículo con enfoque holístico, sistémico por procesos de la asignatura Marketing Internacional en la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social, que permita la articulación de saberes; los cuestionarios están basados en la escala de Likert, cuya valoración es como sigue:

1 Nunca; 2 A veces; 3 Casi siempre; 4 Siempre.

También existen dos preguntas cerradas, que se deben contestar con si o no.

Toda vez que se lleve a cabo la recolección, tabulación y procesamiento de la información, se valora el diagnóstico del problema planteado, determinando el grado de necesidad que posee la Institución respecto al rediseño microcurricular, dando pie así, a la formulación de la propuesta.

Análisis de las encuestas aplicadas a los estudiantes

Pregunta N° 1.- ¿Al iniciar el período lectivo, el Docente hace la entrega del Syllabus de Marketing Internacional?

CUADRO 2.1

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SI	24	33 %	24	33 %
2	NO	48	67 %	72	100 %
	TOTAL	72	100		

Fuente: Encuesta a estudiantes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: De 72 estudiantes encuestados, el 33% responde que si conoce desde el inicio de clases el syllabus de la asignatura y el 67% que no; lo cual indica claramente que los estudiantes no tienen la guía articulada necesaria para una preparación diaria e interacción áulica

Pregunta N° 2.- ¿Los temas y contenidos enseñados por el Docente en la asignatura de Marketing Internacional, están acordes a los que les requieren en el ámbito laboral?

CUADRO 2.2

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SIEMPRE	4	6%	4	6%
2	CASI SIEMPRE	7	10%	11	15%
3	A VECES	48	67%	59	82%
4	NUNCA	13	18%	72	100%
	TOTAL	72	100%		

Fuente: Encuesta a estudiantes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: De los 72 estudiantes encuestados, el 67% indica que los contenidos que los docentes enseñan en cuanto a la asignatura de Marketing Internacional, “a veces” resulta servirles, al momento de desenvolverse en el ámbito laboral, lo cual es un indicador alto para poner énfasis en el rediseño de los contenidos y la eficiente participación de los estudiantes en el medio.

Pregunta N° 3. ¿El Docente, les explica las estrategias para demostrar el desarrollo de las Competencias profesionales, a partir de la asignatura de Marketing Internacional?

Cuadro 2.3

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SIEMPRE	12	17%	12	17%
2	CASI SIEMPRE	18	25%	30	42%
3	A VECES	40	56%	70	97%
4	NUNCA	2	3%	72	100%
	TOTAL	72	100%		

Fuente: Encuesta a estudiantes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: De 72 estudiantes encuestados, las respuestas representativas se encuentran en el 55% A veces y en el 25% casi siempre; dándonos a entender que de una manera superficial se aplican estrategias, así en el plano teórico y no práctico.

Pregunta N° 4. ¿El Docente de la asignatura de Marketing Internacional, aplica métodos constructivistas dentro del proceso de enseñanza - aprendizaje?

Cuadro 2.4

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SIEMPRE	12	17%	12	17%
2	CASI SIEMPRE	17	24%	29	40%
3	A VECES	41	57%	70	97%
4	NUNCA	2	3%	72	100%
	TOTAL	72	100%		

Fuente: Encuesta a estudiantes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: Se observa una mayoría del 57% que responde A veces. Lo que corrobora con la respuesta a la pregunta anterior, en que si se aplican estrategias y cierta intervención bilateral, pero falta mucho para lograr un proceso integral y participativo.

Pregunta N° 5. ¿Considera usted que, los contenidos se encuentran fragmentados entre cada uno de los capítulos de la asignatura de Marketing Internacional?

Cuadro 2.5

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SIEMPRE	38	53%	38	53%
2	CASI SIEMPRE	24	33%	62	86%
3	A VECES	10	14%	72	100%
4	NUNCA	0	0%	72	100%
	TOTAL	72	100%		

Fuente: Encuesta a estudiantes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: Definitivamente nos damos cuenta que el 53% de los estudiantes encuestados y el 33% indican que Siempre y Casi siempre respectivamente, los contenidos no están articulados de tal manera que se encuentre el seguimiento entre cada capítulo, perdiendo el interés y el énfasis en su aprovechamiento.

Pregunta N° 6. ¿Estaría de acuerdo en que se rediseñe el microcurrículo con enfoque holístico, sistémico por procesos de la asignatura de Marketing Internacional?

Cuadro 2.6

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SI	67	93%	67	93%
2	NO	5	7%	72	100%
	TOTAL	72	100%		

Fuente: Encuesta a estudiantes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia
Elaboración Autores

Análisis: El presente resultado de 93% de Si ante el 7% de No, demuestra claramente la necesidad del Rediseño por competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos de la asignatura de Marketing Internacional; que permita al Docente desarrollar en los estudiantes, las competencias necesarias, pluridisciplinarias, transversales y globales, que le permitan desarrollarse a corto plazo en sus pruebas áulicas, a mediano plazo cuando tengan que cumplir a nivel profesional y a largo plazo cuando sean portadores transnacionales de una formación holística a través de la asignatura de Marketing Internacional.

Análisis de la encuestas aplicadas a los Docentes

Pregunta 1.- ¿Da a conocer a sus estudiantes el Syllabus de Marketing Internacional, al inicio del periodo lectivo?

Cuadro 2.7

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SI	1	33%	1	33%
2	NO	2	67%	3	100%
	TOTAL	3	100%		

Fuente: Encuesta a docentes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: De los 3 docentes entrevistados, uno que corresponde al 33% responde que SI; y los otros dos que no; esto evidencia la falta de cultura de coparticipación en la estructura de contenidos, lo que dificultará el proceso enseñanza – aprendizaje e incluso desmotivará al estudiante.

Pregunta 2.- ¿Los contenidos de la asignatura de Marketing Internacional que enseña a sus estudiantes, son actualizados y acordes a las tendencias del profesional del Siglo XXI?

Cuadro 2.8

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SIEMPRE	0	0%	0	0%
2	CASI SIEMPRE	2	67%	2	67%
3	A VECES	1	33%	3	100%
4	NUNCA	0	0%	3	100%
	TOTAL	3	100%		

Fuente: Encuesta a docentes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: Podemos apreciar que los contenidos que dicen impartir son 67% Casi siempre actualizados, pero se necesita realmente de innovación, investigación y análisis de contenidos que se acoplen, con las tendencias del Siglo XXI. Para que los estudiantes sepan desenvolverse y distinguirse de entre la competencia.

Pregunta 3.- ¿Aplica métodos y estrategias constructivistas para desarrollar las Competencias profesionales y fortalecer el proceso de enseñanza - aprendizaje en los estudiantes?

Cuadro 2.9

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SIEMPRE	0	0%	0	0%
2	CASI SIEMPRE	3	100%	3	100%
3	A VECES	0	0%	3	100%
4	NUNCA	0	0%	3	100%
	TOTAL	3	100%		

Fuente: Encuesta a docentes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia
Elaboración Autores

Análisis: Las respuestas fueron alentadoras al indicarnos los tres docentes (100%) que, Casi siempre aplican métodos y estrategias constructivistas, sin poder señalar que Siempre, puesto que encuentran rigurosidad en el cumplimiento de un Syllabus tradicionalista y de falta de instrumentos que dificultan su labor.

Pregunta 4.- ¿Considera usted que, los contenidos del Syllabus en marcha, se encuentran fragmentando los capítulos de la asignatura de Marketing Internacional?

Cuadro 2.10

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SIEMPRE	1	33%	1	33%
2	CASI SIEMPRE	2	67%	3	100%
3	A VECES	0	0%	3	100%
4	NUNCA	0	0%	3	100%
	TOTAL	3	100%		

Fuente: Encuesta a docentes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

Elaboración Autores

Análisis: El 67% indica que casi siempre y el 33% que siempre se encuentra fragmentándose los contenidos en el syllabus en marcha, debido a que surgen incongruencias al momento de concatenar los capítulos, dificultando la captación de interés por parte del estudiante y al mismo tiempo la desorbita de ideas que no logran ser concretadas.

Pregunta 5.- ¿Estaría de acuerdo en rediseñar el microcurrículo con enfoque holístico, sistémico por procesos de la asignatura de Marketing Internacional, con la participación de los estudiantes?

Cuadro 2.11

Opción	Categorías	Frecuencia Absoluta(ni)	Frecuencia relativa (fi)%	Frecuencia absoluta acumulada (ni)	Frecuencia relativa acumulada (fi)%
1	SI	3	100%	3	100%
2	NO	0	0%	3	100%
	TOTAL	3	100%		

Fuente: Encuesta a docentes de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia
E Elaboración Autores

Análisis: Los tres docentes concuerdan, en que es necesario el Rediseño por competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos de la asignatura Marketing Internacional, que permitan al estudiante comprender la complejidad de la vida, transformar su entorno mediante procesos de vinculación, totalización y conceptualización de conocimientos de la realidad.

Discusión de los resultados

Toda vez que se ha realizado la recolección y procesamiento de la información a estudiantes, docentes y directivos de la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, se establecen las siguientes conclusiones:

Los estudiantes dejan sentada la necesidad de organización, reestructuración y actualización en los contenidos, que les permita desenvolverse, en el ámbito académico y laboral, atendiendo las exigencias del Profesional del siglo XXI.

Objetan los procesos tradicionales que buscan crear contextos o paradigmas desactualizados y unilaterales, en los cuales no se da una retroalimentación y es escaso el desarrollo cognitivo y cognoscitivo.

Los docentes concuerdan en que es necesario el Rediseño por competencias con enfoque holístico, sistémico por procesos de la asignatura Marketing Internacional, que permitan al estudiante comprender la complejidad de la vida, transformar su entorno mediante procesos de vinculación, totalización y conceptualización de conocimientos de la realidad, evitando la fragmentación y desarticulación de los mismos.

Los directivos añaden que, la predisposición y preparación del Docente juega un papel importantísimo, pues el proceso holístico, sistémico por procesos debe tener como tinte principal la motivación, experticia y grado de conocimiento, que permita la transmisión efectiva de saberes para un productivo proceso de enseñanza–aprendizaje.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la presente investigación sobre Rediseño microcurricular por competencias con enfoque Holístico, sistémico por procesos de la Asignatura de Marketing Internacional en la Carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil he llegado a las siguientes conclusiones y recomendaciones, en su orden:

CONCLUSIONES

1. A lo largo de la presente investigación, se analizaron diferentes componentes importantes, que coadyuvan a la formación humana, científica y social del estudiante; desde el diagnóstico, determinación de causas, visión de pronósticos hasta el control de los mismos, mediante una propuesta estable y válida.
2. Se estudió los fundamentos teóricos del diseño curricular por competencias, determinándose los mismos a partir de su desarrollo en el marco teórico, comprendiendo desde orígenes históricos, base conceptual hasta sus implicaciones y aportes al entorno educativo.
3. Mediante la utilización de los instrumentos de investigación, se diagnostica que, el actual programa de

la asignatura de Marketing Internacional, tiene dificultades que afectan la calidad del proceso enseñanza - aprendizaje, mismas que no establecen con claridad las competencias a desarrollar en cada unidad didáctica, ni los estándares, ni tablas de desempeños que evalúen la parte cualitativa y cuantitativa, lo que facilita la ruptura de metodologías e instrumentos tradicionales.

4. Ante tal situación, y mediante la aplicación del enfoque holístico, sistémico por procesos y en conformidad, con La Constitución de la República vigente desde el 2008, la Ley Orgánica de Educación Superior del 2010, LOES y su Reglamento, así como el Estatuto Orgánico de la Universidad de Guayaquil para optar por la acreditación institucional, sustentan la propuesta de Rediseño microcurricular por competencias de la asignatura de Marketing Internacional de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil; estableciendo relaciones lógicas entre los diferentes tipos de competencias, vinculados con la carrera del área social, específicamente Publicidad y Mercadotecnia, permitiendo la proyección interdisciplinar del Microcurrículo y de un sistema de tareas docente – estudiante, visualizado en la tabla de desempeños, mismo que evidencie el dominio de competencias y estándares, direccionando dicha estructuración hacia la formación integral del estudiante, garantizando así el mejoramiento continuo del proceso enseñanza – aprendizaje.

RECOMENDACIONES.

1. Rediseñar el microcurrículo de la asignatura de Marketing Internacional a partir de los fundamentos del diseño curricular con enfoque Holístico, sistémico por procesos, acorde a las exigencias de la Ley de Educación Superior y Estatuto Orgánico de la Universidad de Guayaquil; utilizando las directrices dadas en la Malla Curricular por competencias basadas en los formatos establecidos por el Vicerrectorado Académico.
2. La proyección holística deberá estar presente a lo largo del desarrollo de la asignatura, lo que permitirá una visión interdisciplinaria, que beneficie la comprensión integral y personalizada, misma que deberá sustentarse en una tabla de control de desempeños y estándares en cada una de las unidades didácticas, tal como se establece en la propuesta del presente trabajo.
3. Las competencias básicas, genéricas y específicas determinadas para las áreas personal, social, intelectual y laboral, serán constituidas a través de metodologías no convencionales, propias de la enseñanza académica, cognitiva, desarrollista y socio-constructivista, permitiéndole al estudiante cumplir con un perfil profesional del siglo XXI.
4. La articulación de la asignatura dentro de la malla curricular, deberá ser de dimensión horizontal y vertical,

manteniendo así la interdisciplinariedad en la que el estudiante perciba la integración de los conocimientos.

5. El monitoreo hacia docentes y estudiantes deberá ser constante, en períodos modulares, la evaluación a los docentes por parte de los estudiantes deberá ser modular y viceversa, mientras que la evaluación por parte de los coordinadores académicos hacia docentes y estudiantes será cuatrimestral.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AEBLI, Hans, Una didáctica fundada en la psicología de Jean Piaget. E. Kapelusz Bs.Aires, 1992
2. ALCON ÁLVAREZ C. et al: El proceso de enseñanza aprendizaje en la Contabilidad, Secretaría de Educación y cultura de la ciudad de Buenos Aires, dirección de capacitación, Bs.Aires, 1994
3. AMAT SALAS, Oriol: "Aprender a enseñar". Edic. Gestión 2000. Barcelona
4. ASOCIACIÓN INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD: Anales BARONE,
5. Ayaviri, García Daniel. CONTABILIDAD BÁSICA Y DOCUMENTOS MERCANTILES. 1ª Edición. Editorial "N-DAG".
6. Calderas, R.; Calderas H. (2011). Desafíos de la gestión del conocimiento en la educación actual dentro de las pasantías universitarias. Revista Negotium, vol. 7, núm. 19, julio, 2011, pp. 29-44. Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela.
7. Campos Hermina y Otros. Diplomado de formación docente Módulo de Didáctica por competencias. Disponible en: <http://didacticaxcompetencias.blogspot.com/>
8. CARABALLO MELVA L. RIVERA MLS. COMO PREPARAR REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS SEGÚN EL MANUAL DE ESTILO DE PUBLICACIONES DE LA AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASOCIATION (APA).

Disponible en: <http://clubensayos.com/Temas-Variados/CITAS-APA/263093.html>

9. CARRETERO, Mario: "Constructivismo y educación". Ed. Aiqué. Bs. Aires. 1994
10. Cocheado A. (2011). Modelización multivariante de los Procesos de Enseñanza de Enseñanza – Aprendizaje basado en Competencias en Educación Superior. Editorial Universidad Politécnica de Valencia, España.
11. CUADRADO EBRERO Y L. VELMAYOR : Metodología de la investigación contable. Mac. Grw Hill Madrid 1999
12. DAVINI, M. C.: Estrategias de enseñanza y aprendizaje. Programa de Formación docente Continua. Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Buenos Aires. 1999
13. Diseño Curricular. Glosario. (2014). <http://pedagogiaymedios.tripod.com/dc/id9.html>
14. DONOSO ANES J:A. Dirección "La docencia de la contabilidad a debate" Ed. Kronos, Sevilla 1996
SENIGE, Peter(et alt): "La quinta disciplina en la práctica". Granica SA. Barcelona 1995.
15. Eric: "Aprender a aprender". Ruy Díaz SA. Bs. Aires, 1990.
16. Freire, M. y Salcine, V. (2010). Análisis de las competencias profesionales de los titulados universitarios españoles. La visión de los egresados. 123 Revista Perfiles Educativos, vol. XXXII, núm. 130, 2010, pp. 103-120. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
17. JARAMILLO, Escobar Bladimir Heriberto. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL en la UNIDAD DE POSGRADO INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

MAESTRÍA EN DOCENCIA Y GERENCIA EN EDUCACIÓN SUPERIOR, (2013). "Evaluación del sistema de pasantías pre profesionales de los estudiantes de cuarto año de Economía para optimizar sus competencias laborales y propuesta de reingeniería".

18. LEY DE EDUCACIÓN Y CULTURA, Ley N° 127. RO/484 DE 3 DE MAYO DE 1983. http://portal.unesco.org/education/en/files/27613/107175_14611_leyequador.pdf/leyequador.pdf
19. Marketing Internacional. (2013). Disponible en: <http://valeria19flores.blogspot.mx/2009/07/evolucion.html>
20. Mazacón Burgos Amaranta Yolanda.(2013). UQUIL. Unidad de Posgrado investigación y desarrollo Maestría en Docencia y Gerencia en Educación Superior. Evaluación del Diseño Microcurricular de la asignatura Realidad Nacional Y rediseño basado en competencia. Propuesta de un módulo. tecnológico Ana Paredes de Alfaro
21. Ordóñez García Sandra. (2012). UQUIL. Unidad de Posgrado investigación y desarrollo Maestría en Docencia y Gerencia en Educación Superior.. EVALUACIÓN DEL DISEÑO MICROCURRICULAR DE LA ASIGNATURA PSICOLOGIA 1 Y REDISEÑO BASADO EN COMPETENCIAS. PROPUESTA DE UN MÓDULO CARRERA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN UNIVERSIDAD ECOTEC DE GUAYAQUIL.
22. Quintero Castillo Genoveva Adela. (2011). UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACION CONTINUA A DISTANCIA Y POSTGRADO PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN

CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, MENCIÓN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN TÍTULO DEL PROYECTO. METODOLOGÍA PARTICIPATIVA EN EL DESARROLLO DE DESTREZAS DE LA CONTABILIDAD” 8° A.B.

23. Rama, V. (2011). La incorporación de la práctica estudiantil en las universidades latinoamericanas como nuevo paradigma educativo. *Revista Universidades*, vol. LXI, núm. 48, enero-marzo, 2011, pp. 33-45. Unión de Universidades de América Latina y el Caribe Distrito Federal, México.
24. Ruiz, M.; Jaraba, B.; Romero, L. (2005). Competencias laborales y formación universitaria. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Sistema de Información Científica. Psicología desde el Caribe*, diciembre, número 016.
25. Seltzer Juan Carlos. LA APLICACIÓN DE UNA DIDÁCTICA CREATIVA EN LA ENSEÑANZA DE CONTABILIDAD. Disponible en: http://educacion.ucv.cl/prontus_formacion/site/artic/20070724/asocfile/ASOCFILE120070724162000.doc
26. TORRE, Saturnino de la: “Creatividad aplicada”. Ed.Escuela Española. Madrid, 1995
27. TORRE, Saturnino de la: “Innovación curricular”. Ed.Dykinson, Madrid, 1994.
28. Universidad del Norte, Barranquilla Colombia. Sánchez, M. (2005). El aprendizaje en contextos laborales reales: el caso de las pasantías de los estudiantes universitarios. *Revista Educare*, julio-septiembre, año/vol.9, número 030, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela.
29. UNIVERSIDAD DEL NORTE, BARRANQUILLA, COLOMBIA. 25 Y 26 DE JULIO DE 2005. CURRÍCULO

UNIVERSITARIO BASADO EN COMPETENCIAS 2
MEMORIAS DEL SEMINARIO INTERNACIONAL.

30. UQUIL. Vicerrectorado Académico. Facultad de ciencias administrativas: Ingeniería Comercial. Syllabus de la asignatura de Desarrollo Organizacional. Ing. Comercial. Rafael Espinoza. Disponible en: <http://fcaug.edu.ec/web2.0/images/syllabus/4toNivel/Gestion/3DESARROLLOORGANIZACIONAL.pdf>
31. VYGOTSKI, L.S. Pensamiento y Lenguaje. Buenos Aires

BIBLIOGRAFÍA

1. Abreu. 1996. Didáctica problematizadora y aprendizaje basado en problemas. disponible en: <https://docs.google.com/document/preview?hgd=1&id>.
2. AEBLI, Hans, (1958). Una didáctica fundada en la psicología de Jean Piaget. E. Kapelusz. Buenos Aires.
3. AISENBERG B. et al, (1994). "Didáctica de las Ciencias Sociales Paidós, Buenos Aires.
4. ÁLVAREZ DE ZAYAS RM.. (1995). Didáctica y Curriculum del Docente. Ediciones CIPPOE-Varona. Habana.
5. ÁLVAREZ MÉNDEZ, J.M, (2000). Didáctica, currículo y evaluación. Miño y Dávila Buenos Aires.
6. Argüelles. (1995). Competencia laboral y educación basada en normas de competencia p. 12.
7. Argüelles. 1995. Competencia laboral y educación basada en normas de competencia. p. 12.
8. Armas A. José. (1995) La planificación curricular. Curso básico para formación de profesores. Instituto Superior de Pedagogía. México. p.p. 15-17
9. ARREDONDO, P. RIVERA et al, (2000). Didáctica General. Ed. Limos, México.
10. Asamblea Nacional. (2010). Ley orgánica de Educación Superior, Ecuador, editorial Universidad de Guayaquil.
11. Attali Jacque. (1998). Mañana una élite mundial. El Correo de la UNESCO (Sept): 37.
12. Asamblea. Segundo debate de la ley de Educación Superior. Disponible en:

<http://solnacientenews.blogspot.com/2010/06/concluye-segundo-debate-del-proyecto-de.html>

13. AUSUBEL, B. P. (1976). Psicología educativa. Un punto de vista cognoscitivo. Trillas, México.
14. Bolaños Jara Gastón(1982) LA Didáctica de la Contabilidad.
15. Broveto Jorge. (1998). La educación superior: responsabilidad de todos. En: La educación superior Attali Jacque. Mañana una élite mundial. El Correo de la UNESCO (Sept): 37.
16. Cárcano Ángel. La motivación y una didáctica creativa en la Contabilidad. ISP N° 4 .España. Sevilla
17. Carretero, M. Prólogo del libro.(1987). El aprendizaje de las Ciencias.
18. Carretero, M. y Limón, M. (1996).Problemas actuales del constructivismo. De la teoría a la práctica. En: Rodrigo, M.J. y Arnay (Eds) La construcción del conocimiento escolar. Ecos de un debate. Buenos Aires: Aique
19. Castillo Carolina. (2009). Rodolfo Walsh en el contexto setentista latinoamericano. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. UNM dP castillo@mdp .edu.ar El URL de este documento es <http://www.ucm.es/info/especulo/numero43/rowalsh.html>.
20. Castillo, S y Cabrerizo, J. (2006). Formación del profesorado en Educación
21. CEPAL/UNESCO. Educación y conocimiento: Eje de la transformación productiva con equidad, p. 9.
22. Chomsky Noam. Una aproximación naturalista a la mente y al lenguaje. Prensa Iberoamerica. Barcelona.
23. Clery Arturo. Diccionario Técnico de Educaión. Disponible en:

<http://www.monografias.com/trabajos81/diccionario-tecnico-educacion/diccionario-tecnico-educacion2.shtml>

24. CONFEDEC. (1999). Técnicas Activas Generadoras de Aprendizajes Significativos. Quito- Ecuador.
25. CONGRESO NACIONAL(2010)<http://www.sri.gob.ec>>...>Guía básica tributaria>comprobantes de ventas.
26. CONGRESO NACIONAL(2011)www.elyex.com/.../7-código-civil-actualizado-y-codificado-del-ecuad.
27. Constructivismo- Monografías. Com. Concepción social del constructivismo.. www.monografias.com.Educación
28. Coordinación General de Universidades tecnológicas. (2008). Manual para la Difusión del Modelo de Educación Basada en Competencias del Subsistema de Universidades Tecnológicas (MEBCSUT) septiembre 2008. Disponible en: http://www.utj.edu.mx/exu/documentos_anteriores/MEBCSUTMANUAL.pdf
29. Decreto presidencial. (2010). Reglamento a la nueva ley de Educación Superior, Ecuador, editorial Universidad de Guayaquil, 2010.
30. DESAULNIERS (2001); Revista científica
31. DEVELOPMENT. (En prensa) (2000); Revista Científica
32. Diccionario Español- Acanomas.com
33. Donoso Anes, Alberto (Coeditor), Hernandez Borreguero, Jose Julian (Coeditor). 2012. Contribuciones a la Historia de la Contabilidad. Libro Homenaje a Rafael Donoso. AECA. AECA. 2012. 192. ISBN 9788415467564.
34. Dr. Pérez, Gastón; Dr. García, Gilberto; Lic. Nocado, Irma; Lic. García, Miriam. (2009). Metodología de la Investigación Educativa. Primera Parte. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de la Habana-Cuba.

35. Draper, Jean; Klingman, Jame Matemáticas para Administración y Economía. (1994) Interamericana Editores, S. A. de C.V. p. 95
36. Escaño José, Gil de La Serna María. 2006. La Enseñanza de la Motivación y el Esfuerzo. Barcelona. España.
37. Exitoso Encuentro Nacional de Educación Superior; Fecha de publicación: 2007-02-12; Formación por Competencia.
38. FLOR MARÍA ÁLVAREZ ZAMBRANO; octubre del 2009.
39. Flores, Marcos. Desarrollo de la creatividad. (1999) Editorial San Marcos p.17
40. Fraga R, Rafael Dr. Cortijo J René MSc. Herrera P. Caridad. MSc. Diseño Curricular. Moderación del proceso de formación de profesionales. (1998) ISPETP. La Habana – Cuba.. p. 25
41. Gómez-Martínez José Luis. Antología del Ensayo: Ortega y Gasset “Ideas y Creencias” Disponible en: <http://www.ensayistas.org/antología/XXE/ortega/ortega5.htm>.
42. Grupo Editorial Océano (2001) Enciclopedia general de la educación- Tomo II p.p. 25-27.
43. Juan Jesús Ruiz Nebrera; (2006). Las Competencias Básicas en la Educación Primaria
44. Katz Robertz L. ¿El Rol Directivo Conduce, Dirige O Gestiona?. Disponible en: <http://www.educacioninicial.com/ei/contenidos/00/1850/1894.ASP>
45. Koch, Richard. La Guía de estrategia. (2001) Impreso en España. P. 9
46. LIVIA PALACIOS LÓPEZ Msc. Contabilidad Básica por Destrezas. vigésima cuarta edición.
47. Marketing Internacional. (2009). Disponible en: <http://valeria19flores.blogspot.com.es/>

48. Merino, W. Filosofía y Epistemología de la Educación Agropecuaria y el desarrollo sostenible. (2001). Programa de Maestría en Educación Agropecuaria y Desarrollo Sostenible. Centro de Estudio de Postgrado y Educación Continua. Universidad Técnica de Babahoyo. p.p. 15 – 31
49. Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2002).
50. MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA(2010) Actualización y Fortalecimiento Curricular.
51. Ministerio de Educación y Cultura. (2006). Proyecto de reforzamiento de la educación técnica.- Formación basada en competencias.
52. Ministerio de Educación y Cultura: Dirección Nacional de Educación Técnica. (2006). Proyecto de reforzamiento de la educación técnica.- Planificación y gestión del cambio institucional.

53. Mitjás A. (1989) “La creatividad como proceso de la personalidad”. Ed. Pueblo y Educación. La Habana. p.p.. 15-17.
54. Morin, Edgar. 2010. La cabeza bien puesta. Editorial Universidad de Guayaquil.
55. Morin, Edgar. 2011.Los siete saberes necesarios para la educación del futuro
56. Navas Sonia (2004) Tesis de postgrado. Diseño Curricular para la formación en “Gestión de la Educación Superior” Universidad Regional Autónoma de los Andes. UNIANDES. Ambato. Pág. 19.
57. Quintero Castillo Genoveva Adela. 2011. Metodología participativa en el desarrollo de destrezas de la contabilidad” 8° A.B. Proyecto de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Educación, Mención Comercio y Administración.

58. Sampieri. (2000).- Técnica de la Investigación
59. Segundo suplemento (31 de Marzo de 2011); Ley Orgánica de Educación Intercultural
60. Seltzer Juan Carlos. 2002. La aplicación de una didáctica creativa en la enseñanza de Contabilidad. Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla. Revista Fuentes 3.

61. Tobon, Sergio; García, Juan; López, Nelly; Fernández, Beatriz. Estrategias didácticas para la formación de competencias. Editorial Universidad de Guayaquil.
62. TORRES NÈSTOR ANÍBAL(2012), disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos82/codigo-comercio-ecuatoriano-compraventa/codigo-comercio-ecuatoriano-compraventa2.shtml>
63. UNAD. 2010. Alejandra González Dávila, Gimeno, J. y Pérez, A. Ángel I. Pérez Gómez José Bernardo Carrasco, Frida Díaz Barriga y otros. SISTEMAS DE APRENDIZAJE PARA UN APRENDIZAJE AUTÓNOMO.

64. UNESCO. Informe de Seguimiento de la Educación para Todos en el Mundo. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/efareport/>
65. Universidad de Guayaquil Vicerrectorado Académico .2011, Diseño Curricular documentos de consultas. Editorial Universidad de Guayaquil.
66. Universidad de Guayaquil Vicerrectorado Académico, Declaración final de la XX cumbre Iberoamericana Declaración de Mar del Plata. Impreso en la Editorial de la Universidad de Guayaquil.

67. Universidad de Guayaquil Vicerrectorado Académico, Habilidades y competencias del siglo XXI para los aprendices del nuevo milenio en los países de la OCDE. Impreso en la Editorial de la Universidad de Guayaquil.
68. Universidad de Guayaquil Vicerrectorado Académico, Ley Orgánica de Educación Intercultural. Registro oficial N° 417. Editorial Eduquil.
69. Universidad de Guayaquil Vicerrectorado Académico, Metas Educativas 2021. Impreso en la Editorial de la Universidad de Guayaquil.
70. Universidad Técnica del norte. Repositorio de tesis. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/306/3/PG%20137%20TESIS%20DEFENSA.pdf>
71. Universidad Tecnológica de Monterrey. 29 de julio de 2013. Currículo Universitario en diversas partes del mundo. Problemática del Currículo. Disponible en: http://curriculouniversitarioenekmundo.blogspot.com/2013_04_01_archive.html
72. UQUIL. Vicerrectorado Académico. Carrera de Economía Internacional y Gestión en Comercio Exterior. Diseño Micro Curricular por Competencias. Syllabus de la asignatura de Contabilidad I. disponible en: <http://www.slideshare.net/Economiaconmencion/syllabus-contabilidad-i>
73. UQUIL. Vicerrectorado Académico. Facultad de Ciencias Químicas. Syllabus de la asignatura Química Analítica II. Vicente Noblecilla Lauguier DPL. S y Q.F. José Navas Cuzme. Disponible en: <http://lucioraul.blogspot.com/2013/03/silabo.html>
74. UQUIL. Vicerrectorado Académico. Facultad de Ingeniería Industrial. Syllabus Tecnología de los materiales

- 2014-2015. Vera Rumba Diógenes. Disponible en:
<http://ingivanfuentes.es.tl/PROGRAMA-ANALITICO-.htm>.
75. UQUIL. Vicerrectorado Académico. Facultad de Ciencias Químicas. Syllabus de la asignatura Química Analítica II. Vicente Noblecilla Lauguier DPL. S y Q.F. José Navas Cuzme. Disponible en:
<http://lucioraul.blogspot.com/2013/03/silabo.html>
76. UQUIL. Vicerrectorado Académico. Facultad de Ingeniería Industrial. Syllabus Tecnología de los materiales 2014-2015. Vera Rumba Diógenes. Disponible en:
<http://ingivanfuentes.es.tl/PROGRAMA-ANALITICO-.htm>.
77. Vigotsky.- Monografias.com. Aportes a la Educación y la Pedagogía. www.monografias.com. Bibliografías
78. Villarreal, Jorge (2003). Habilidades y estrategias de aprendizaje. Ibarra: Editorial Universitaria.
79. Watson Jhon. 1920. Psicología del Aprendizaje. disponible en:
https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=7hplU8OGAeLd8geR2IGQDw#q=TEORIA+ESTIMULO+RESPUESTA+John+Watson%2C+Una+investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica+s%C3%B3lo+puede+fundarse+en+el+estudio+de+hechos+observables%3A+un+est%C3%ADmulo+que+produce+una+respuesta.+Es+la+clave+para+la+estructuraci%C3%B3n+del+Aprendizaje
80. WILMAFOREST(2009).disponible en:
<http://www.slideshare.net/wilmaforest/tema-4-calidad-educativa-y-el-enfoque-por-competencias>.

Glosario de términos

ACTITUD: Contenido del currículo referido a la tendencia o disposición adquirida y relativamente duradera a evaluar de un modo determinado un objeto, persona, suceso o situación y a actuar en consonancia con dicha evaluación.

ADAPTACIÓN CURRICULAR: Conjunto de acciones dirigidas a adecuar el currículo a las necesidades de un alumno o grupo determinado. Ello es posible gracias al establecimiento de un currículo abierto, y flexible en nuestro estado y a la importancia que en este currículo se concede a principios educativos como partir del nivel de desarrollo del alumno, favorecer la construcción de aprendizajes significativos y conferir una dimensión personalizada al proceso de enseñanza-aprendizaje.

APRENDER A APRENDER: Principio de intervención educativa. Implica emprender una serie de medidas orientadas a que el alumno desarrolle habilidades y estrategias que faciliten futuros aprendizajes de una manera autónoma. Se materializa, entre otras acciones, y elementos en orientar la educación al desarrollo de capacidades relacionadas con el interés por buscar información y tratarla de manera personal. Conlleva prestar una consideración especial a los contenidos procedimentales (búsqueda de información, análisis y síntesis de la misma, etc.)

APRENDIZAJE: Proceso en el cual se adquieren nuevos conocimientos y se desarrollan distintas habilidades para la vida.

APRENDIZAJE MECÁNICO: Aquel que aparece caracterizado por notas como: incorporación arbitraria de los nuevos

conocimientos, falta de integración de los mismos en la estructura cognitiva del sujeto que aprende, adquisición memorística sin significado (opuesto a memorización comprensiva) que dificulta su aplicación a diferentes situaciones y contextos.

APRENDIZAJE POR DESCUBRIMIENTO: Aquel en el que el alumno construye sus conocimientos asumiendo una actitud protagonista, sin la ayuda permanente del enseñante que puede, no obstante, guiar el proceso y facilitar medios. Esta forma de entender el aprendizaje requiere un método de búsqueda activa por parte del que aprende, que puede apoyarse en estrategias relacionadas con el método inductivo o con el hipotético-deductivo.

APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO: Tipo de aprendizaje caracterizado por suponer la incorporación efectiva a la estructura mental del alumno, de los nuevos contenidos, que así pasan a formar parte de su memoria comprensiva. El aprendizaje significativo opera mediante el establecimiento de relaciones no arbitrarias entre los conocimientos previos del alumno y el nuevo material. Este proceso exige: que el contenido sea potencialmente significativo, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, y que el alumno esté motivado. Asegurar que los aprendizajes escolares, respondan efectivamente a estas características, se considera en la actualidad principio de intervención educativa.

ÁREA CURRICULAR: Forma de organización curricular de un campo de conocimientos caracterizada por la generalidad, a partir de la reunión de un conjunto de disciplinas más específicas.

AUTOEVALUACIÓN: Tipo de evaluación caracterizada conforme al agente que la lleva a efecto. En ella, un mismo sujeto asume el papel de evaluador y evaluado (el profesor evalúa su actuación docente, el alumno evalúa su propia actividad de aprendizaje, etc.) Es muy importante que, de manera gradual, se estimule al alumno para que vaya formulando opiniones sobre su propio trabajo, puesto que constituye una variable clave en la autorregulación del aprendizaje de conceptos, procedimientos y actitudes y por tanto, en el desarrollo de las capacidades de aprender a aprender, aprender a ser persona y aprender a convivir.

AYUDA PEDAGÓGICA: situación en la cual el sujeto que aprende recibe orientación y apoyo (emocional o intelectual) de otros (docente o compañeros) para progresar tanto en el desarrollo intelectual como socio afectivo y motriz.

BLOQUE DE CONTENIDO: Elemento del Currículo Prescriptivo que consiste en una unidad coherente y organizada de contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales sobre un tópico determinado dentro de un área o materia. Los bloques de contenido que integran un área o materia no deben ser entendidos como "temas" al modo tradicional, ni como apartados independientes entre sí. Tampoco su presentación supone orden o secuencia de enseñanza. En las tareas de desarrollo curricular llevadas a cabo en los centros (Proyectos Curriculares y programaciones de aula), se debe fijar su secuencia para la enseñanza y el aprendizaje, y analizar y establecer relaciones entre los mismos, desde una perspectiva flexible y abierta.

CAPACIDAD: Poder que un sujeto tiene en un momento determinado para llevar a cabo acciones en sentido amplio (hacer, conocer, sentir...).

CICLO EDUCATIVO: Forma peculiar de organización en las etapas de la Educación Infantil, Primaria y Secundaria Obligatoria. Implica una unidad en el desarrollo del currículo en los centros a efectos de programación, evaluación. Dicha unidad lo es también de promoción en el caso de los tres ciclos de la Educación Primaria y en del primer ciclo de la Educación Secundaria Obligatoria.

CICLO FORMATIVO: Estructura organizativa propia de las enseñanzas correspondientes a la Formación Profesional Específica, conforme a la cual se establece Ciclos Formativos de Grado Medio y Ciclos Formativos de Grado Superior. Ambos poseen una organización modular y tienen una duración variable, en función de las características propias de cada uno de ellos. Sin embargo, poseen sus propios requisitos de acceso y su propia titulación (Título de Técnico en el caso de Grado Medio y de Técnico Superior en los Ciclos Formativos de Grado Superior).

COEVALUACIÓN: Tipo de evaluación caracterizada según los agentes que la llevan a efecto. Implica una situación evaluadora en la cual unos sujetos o grupos intercambian alternativamente su papel de evaluadores y evaluados (profesor-alumno, alumno-alumno, grupos de alumnos entre sí, etc.).

COMPETENCIAS: Conjunto de habilidades y conocimientos y normas seleccionadas y organizados para conseguir aprendizaje.

CONFLICTO COGNITIVO: Fenómeno psicológico de contraste producido por la incompatibilidad entre las preconcepciones y significados previos de un alumno en relación con un hecho, concepto, procedimiento, etc., determinado, y los nuevos significados proporcionados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

CONOCIMIENTOS PREVIOS: Conjunto de concepciones, representaciones y significados que los alumnos poseen en relación con los distintos contenidos de aprendizaje, que se proponen para su asimilación y construcción. Los alumnos se valen de tales conocimientos previos para interpretar la realidad y los nuevos contenidos, por lo que resulta necesario identificarlos (en muchos casos serán parciales, erróneos) y activarlos, para convertirlos en punto de partida de los nuevos aprendizajes.

CONTENIDO: Elemento del currículo que constituye el objeto directo de aprendizaje, para los alumnos, el medio imprescindible para conseguir el desarrollo de capacidades.

CRITERIAL. Cuando se refiere a los procesos y resultados de los aprendizajes de los alumnos, éstos se interpretan y valoran comparándolos con los objetivos previamente fijados.

CRITERIO DE EVALUACIÓN: Enunciado que expresa el tipo y grado de aprendizaje que se espera que hayan alcanzado los alumnos en un momento determinado, respecto de algún aspecto concreto de las capacidades indicadas en los objetivos generales. El Currículo Prescriptivo fija el conjunto de criterios de evaluación correspondientes a cada área para cada etapa educativa, bajo la forma de un enunciado y una breve explicación del mismo. Posteriormente los centros, en sus respectivos Proyectos Curriculares, y los profesores en sus

programaciones de aula, deberán adaptar, secuenciar y desarrollar tales criterios.

CURRÍCULO: Compendio sistematizado de los aspectos referidos a la planificación y el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Se considera equivalente a términos como plan o programa (aunque con un fuerte componente técnico-pedagógico).

DESARROLLO CURRICULAR: Puesta en práctica del Diseño Curricular Prescriptivo, aplicación que necesariamente incorpora las adecuaciones y aportaciones precisas para su contextualización, en una realidad social y escolar determinadas. Esta tarea de contextualización, propia del desarrollo curricular, se materializa, en primer lugar, en el Proyecto Curricular, y en un segundo momento en las Programaciones de aula.

DISEÑO CURRICULAR: Es el primer paso de todo proceso formativo, donde se traza el modelo a seguir y se proyecta la planificación, organización, ejecución y control del mismo. Este se refiere al proceso de estructuración y organización de los elementos que forman parte del currículo, hacia la solución de problemas detectados en la praxis social, lo que exige la cualidad de ser flexible, adaptable y originado en gran medida por los alumnos, los profesores y la sociedad, como actores principales del proceso educativo (de Zayas. C A, 1966).

DISEÑO CURRICULAR POR COMPETENCIAS: Es un enfoque curricular que prioriza las habilidades sobre los conocimientos, poniendo las asignaturas y temas al servicio del desarrollo de las habilidades. (Morales Gómez, Gonzalo 2011)

DISEÑO MICROCURRICULAR POR COMPETENCIAS: Constituye la estructura fundamental, para el diseño curricular por competencias de una Asignatura o Módulo. (Morales Gómez, Gonzalo 2011)

ETAPA EDUCATIVA: Cada uno de los grandes tramos en los que se estructura el Sistema Educativo en la actualidad. Estas etapas son: Educación Infantil (hasta los seis años), Educación Primaria (de seis a doce años), Educación Secundaria Obligatoria (de doce a dieciséis años) y Bachillerato (de dieciséis a dieciocho años).

EVALUACIÓN EDUCATIVA: Proceso sistemático y planificado de recogida de información relativa al proceso de aprendizaje de los alumnos, al proceso de enseñanza, al centro educativo, etc., para su posterior valoración, de modo que sea posible tomar las decisiones oportunas sobre la base de los datos recabados (reconducción, ajuste, etc.)

FORMACIÓN PROFESIONAL ESPECÍFICA: Designa el conjunto de enseñanzas que, dentro del sistema educativo, se orientan a proporcionar los conocimientos y competencias necesarias para la actividad en un campo profesional determinado.

FORMATIVA/CONTINUA/PROCESUAL. Cuando se refiere a los aprendizajes de los alumnos, se orienta al ajuste y adaptación continuos del proceso de enseñanza a los procesos de aprendizaje de los alumnos en el momento en que estos se producen.

HABILIDADES COGNITIVAS: son aquellas que se ponen en marcha para analizar y comprender la información recibida, cómo se procesa y como se estructura en la memoria. Desde

el punto de vista cognitivo, se concibe el aprendizaje como un conjunto de procesos que tienen como objeto el procesamiento de la información.

INTEGRACIÓN: Complejo conjunto de medidas y acciones (de ordenación académica, recursos didácticos y actividades de formación y cambio de actitudes) dirigidas a hacer posible la escolarización y la educación (en el pleno sentido del término) de alumnos con necesidades educativas especiales en los centros ordinarios de las diferentes etapas.

INTERDISCIPLINARIEDAD: Enfoque metodológico que facilita la concreción del principio de aprendizaje significativo. Puede aplicarse en la Educación Secundaria.

LOES: Ley Orgánica de Educación Superior. Registro Oficial N° 298 Año II -- Quito, Martes 12 de Octubre del 2010

MATERIA CURRICULAR: Unidad de organización curricular que se corresponde con la estructuración, para la enseñanza, de un ámbito disciplinar específico, del que forman parte los conceptos, principios, procedimientos, métodos de investigación, etc., que le son propios.

MATERIALES CURRICULARES: Instrumentos y medios elaborados con una intención original y primariamente didáctica, que se orientan a la planificación y desarrollo del currículo.

MODALIDAD: En la etapa de Bachillerato, designa al conjunto de materias propias o básicas, y materias optativas afines a un ámbito del saber y relacionadas con un campo profesional determinado.

MÓDULO PROFESIONAL: Unidad básica de organización curricular en la Formación Profesional Específica.

NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES: Carencias formativas que para ser superadas necesitan de recursos menos usuales que los que ordinariamente se proporcionan, en los procesos de enseñanza-aprendizaje, y para cuya compensación, por tanto, es necesaria la elaboración y aplicación de adaptaciones curriculares de acceso y/o adaptaciones curriculares significativas.

NIVEL DE CONCRECIÓN CURRICULAR: De acuerdo con el marco curricular actualmente establecido, designa cada uno de los momentos o etapas, en los que se diseña y desarrolla el currículo. Éste queda articulado y definido en tres niveles de concreción, que implican fases sucesivas y progresivamente más concretas de elaboración y aplicación: Diseño Curricular Prescriptivo, Proyectos Curriculares y Programaciones de aula.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS: Expresión de los objetivos educativos que orientan los procesos de enseñanza-aprendizaje en el nivel correspondiente a las programaciones de aula.

OBJETIVOS GENERALES DE ÁREA: Expresan la aportación concreta que, desde una área particular, se hará al desarrollo de las capacidades expresadas en los objetivos generales de la etapa.

PERSONALIZACIÓN: Principio de intervención educativa que exige tener en cuenta tanto las peculiaridades de los grupos como los ritmos de aprendizaje y desarrollo de los alumnos, con el fin de adaptar los recursos didácticos a las diferentes situaciones de enseñanza aprendizaje. Exige considerar e

integrar en el proceso educativo las dimensiones individual y social de la personalidad.

PROCEDIMIENTOS: Contenido del currículo referido a una serie ordenada de acciones que se orienta al logro de un fin o meta determinado. Se puede distinguir, en función de la naturaleza de las acciones que implican, entre procedimientos de componente motriz y de componente cognitivo. A su vez, los procedimientos pueden presentar distinto grado de generalidad, en

PROGRAMACIÓN DE AULA: Planificación y desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje referido a un grupo de alumnos específico para una ciclo o curso determinado. Constituye el tercer nivel de concreción curricular.

RECURSO DIDÁCTICO: Genéricamente se puede definir como cualquier medio o ayuda que facilite los procesos de enseñanza-aprendizaje, y por lo tanto, el acceso a la información, la adquisición de habilidades, destrezas, y estrategias, y la formación de actitudes y valores.

TÉCNICA: Modalidad de recurso didáctico de carácter metodológico, que, próximo a la actividad, ordena la actuación de enseñanza y aprendizaje.

TRANSVERSAL (TEMA): Conjunto de contenidos referidos a sectores de conocimiento, caracterizados por su alta relevancia social (están vinculados a la fuente sociológica del currículo) y por su relación con la educación en valores.

TUTOR: Profesor que actúa como órgano de coordinación didáctica encargado de participar en el desarrollo del Plan de Acción Tutorial, de coordinar los procesos de evaluación de

los alumnos de su grupo, de encauzar las necesidades, demandas e inquietudes de los alumnos.

UNIDAD DIDÁCTICA: En el tercer nivel de desarrollo del currículo (Programación de aula), cada uno de los elementos que ordenan, desde planteamientos de aprendizaje significativo, la planificación a corto plazo del proceso de enseñanza-aprendizaje.



Abg. Mauro Leonel Fuentes Sáenz de Viteri, Mgs. Magister en Derecho Constitucional por la Universidad Espíritu Santo; Diploma Superior en Docencia Universitaria por la Universidad de Guayaquil; Diploma en Derecho Penal por la Universidad de Salamanca; Diploma en Derecho Internacional Público por la Universidad de la Habana; Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador; Licenciado en Ciencias Sociales y Políticas; Universidad de Guayaquil; Candidato a Doctor PHD en Derecho por la Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP); Docente de la Universidad de Guayaquil.

Dr. Wahington René Astudillo Orellana, Mgs. Magister en Ciencias Internacionales y Diplomacia; Diploma Superior en Criminalística; Magister en Derechos Fundamentales y Justicia Constitucional; Especialista en Procedimientos Constitucionales; Diploma Superior en Docencia Universitaria; Magister en Ciencias Penales y Criminológicas; Diploma Superior en Derecho Constitucional y Derechos Fundamentales; Especialista en Ciencias Penales y Criminológicas; Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador; Licenciado en Ciencias Sociales y Políticas; Doctor en Jurisprudencia ; Universidad de Guayaquil, Ecuador; Candidato a Doctor PHD en Derecho por la Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP); Docente de la Universidad de Guayaquil.

Lcda. Gretta Emperatriz Córdova Aragundi, Mgs. Magíster en Ciencias Internacionales y Diplomacia; Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social; Licenciada en Comunicación Visual y Diseño Gráfico; Docente de la Universidad de Guayaquil; Directora General del Programa Televisivo “3,2,1 Al Aire” creado por FACSO UG PRODUCCIONES; Ex Directora de Comunicación de la Junta Cívica de Guayaquil; Ex Reportera de noticias de Ecuavisa / GAMA /ETV Telerama; Ex Locutora de WQ Radio 102.1 FM; Coberturas Nacionales e Internacionales.

Ing. Karla Soledad Ortiz Chimbo, Mgs. Magister en Diseño Curricular por competencias; Diploma en Diseño Curricular; Ingeniera Comercial; Tecnóloga en Gestión Empresarial; Diploma de Habilitación Universitaria SNNA; Trayectoria en docencia universitaria desde el año 2008, en la Universidad de Guayaquil, Universidad Internacional del Ecuador, Tecnológico Espíritu Santo; Tutora de Tesis de pregrado y postgrado; profesional comprometida con su carrera, investigación e interacción andragógica; generadora de producción científica continua en Congresos Nacionales e Internacionales y utilización de herramientas de vanguardia; siempre al servicio de la comunidad educativa y en general.

ISBN: 978-9942-760-43-2

