
PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA -PEP-

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
COMERCIALES**

BOGOTÁ, D.C

DICIEMBRE DE 2021





UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
Facultad de Administración y Economía
Programa de Administración de Empresas Comerciales

Directivos:

MARIA RUTH HERNÁNDEZ MARTÍNEZ
Rectora

ANA ISABEL MORA BAUTISTA
Vicerrectora Académica

CARLOS ARIEL ALZATE OROZCO
Decano de la Facultad

OSCAR ORLANDO MARTÍNEZ LADINO
Director de programa

Docentes Comité de Currículo
Equipo de trabajo

1. Tabla de Contenido

1. PRESENTACIÓN	5
1.1 MISIÓN INSTITUCIONAL.....	5
1.2 VISIÓN INSTITUCIONAL	5
1.3 MISIÓN DEL PROGRAMA.....	6
1.4 VISIÓN DEL PROGRAMA.....	6
2. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA	7
2.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA.....	7
2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA PROFESIÓN.....	7
2.3 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL PROGRAMA	8
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA	11
3.1 ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE LA POBLACIÓN, DE LA REGIÓN Y DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS.....	11
3.2 FORTALEZAS DEL PROGRAMA	13
4. ASPECTOS CURRICULARES DEL PROGRAMA	24
4.1 ASPECTOS QUE ORIENTAN LOS LINEAMIENTOS CURRICULARES UNICOLMAYOR.....	24
4.2 ASPECTOS CURRICULARES DEL PROGRAMA.....	25
4.3 CURRÍCULOS EN DIMENSIÓN DE INTER Y TRANSDISCIPLINARIEDAD	28
4.4 INTERNACIONALIZACIÓN CURRICULAR COMO DEMANDA CULTURAL Y SOCIAL.....	30
4.5 CURRÍCULO CENTRADO EN EL APRENDIZAJE	31
4.6 CURRÍCULOS PARA LA FORMACIÓN EN CAPACIDADES EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN.....	35
4.7 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	36
4.8 APRENDIZAJE AUTÓNOMO Y TUTORÍAS.....	40
4.9 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL PROGRAMA	41
4.10 OBJETIVOS DE FORMACIÓN DEL PROGRAMA	44
4.11 PERFILES DE FORMACIÓN Y CAMPOS DE DESEMPEÑO	44
4.12 RASGOS PEDAGÓGICOS DEL PROGRAMA	46
5. PLAN DE ESTUDIOS	47
5.1 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS	51
6. INVESTIGACIÓN	55
6.1 INVESTIGACIÓN FORMATIVA.....	56
6.2 INVESTIGACIÓN EN EL AULA.....	57
6.3 SEMILLEROS.....	57
6.4 FORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN.....	59
6.5. INVESTIGACIÓN PROPIAMENTE DICHA.....	59
7. PROYECCIÓN SOCIAL.....	61
8. INTERNACIONALIZACIÓN	67
9. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD.....	72

10.	GESTIÓN ACADÉMICO ADMINISTRATIVA DEL PROGRAMA	74
11.	CONCLUSIONES.....	76
12.	REFERENCIAS	77

1. Presentación

El presente documento ofrece una versión actualizada del Proyecto Educativo del Programa de Administración de Empresas Comerciales, PEP – AEC, como producto de la construcción colectiva efectuada por docentes y estudiantes, con el fin de adecuar el programa a las actuales exigencias, tendencias y requerimientos de la educación superior. Dicha actualización es coherente con el Proyecto Educativo Institucional - (PEI), con los preceptos del Modelo Pedagógico Institucional- (MOPEI, 2020), con los principios de formación y los objetivos propuestos por la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca y los lineamientos curriculares institucionales.

En este sentido, el Proyecto Educativo del Programa PEP – AEC expone los referentes relacionados con los antecedentes del programa, la justificación, los aspectos curriculares, investigación, proyección social, aseguramiento de la calidad y gestión académico administrativa del programa, a través de los cuales se demarcan los lineamientos a tener en cuenta para el perfeccionamiento del mismo en los próximos años.

De esta manera, el proyecto educativo del Programa de Administración de Empresas Comerciales - AEC, constituye y expresa la concepción de formación integral y las funciones propias de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca: docencia, investigación y proyección social, en correspondencia con las normas que rigen la educación superior en Colombia, aparte de examinar las perspectivas del desarrollo socioeconómico del país, lo que impulsa un proceso de actualización permanente.

1.1 Misión Institucional

Somos una universidad pública del orden nacional, reconocida académica y socialmente, de docencia con investigación, participativa e incluyente, con presencia local y regional. Una institución comprometida con la formación de profesionales integrales, éticos, responsables y con pensamiento crítico; ciudadanos capaces de responder a las realidades, retos, demandas de la sociedad, en armonía con el ambiente. (MOPEI, 2020).

1.2 Visión Institucional

En el 2025, seremos una universidad de alta calidad, acreditada, reconocida por la comunidad académica en el ámbito local, nacional e internacional, por la pertinencia e innovación de los programas y proyectos académicos, el estímulo al emprendimiento innovador, la generación y transferencia del conocimiento, la investigación, el impacto social y el cuidado del ambiente; sustentada en una gobernanza y gobernabilidad orientadas a la gestión eficiente y eficaz para la sostenibilidad y el logro de los compromisos misionales. (MOPEI 2020).

1.3 Misión Del Programa

Somos un programa profesional de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca que forma Administradores de Empresas Comerciales integrales, fortalecidos en valores humanos y competencias ciudadanas, con espíritu emprendedor y liderazgo empresarial, capaces de aprovechar de forma innovadora los avances científicos y tecnológicos, para generar acciones que aporten al desarrollo sostenible social y ambiental de las organizaciones en Colombia y el mundo.

1.4 Visión del Programa

El programa profesional de Administración de Empresas Comerciales será reconocido nacional e internacionalmente en el año 2030, en el ámbito académico por su acreditación de alta calidad y en el ámbito del emprendimiento, por el impacto al generar modelos de negocio sostenibles que trasciendan a nivel global.

2. Antecedentes del Programa

2.1 Identificación del programa

Programa:	Administración de Empresas Comerciales - AEC
Título:	Administrador de Empresas Comerciales
Duración:	Diez (10) Semestres
Metodología:	Presencial
Jornada:	Diurna y Nocturna
Periodicidad Admisión:	Semestral
Cupo Primer Semestre:	400 estudiantes
Número de Créditos:	156
Número de créditos semestrales:	Hasta 18
Registro Calificado	109541

2.2 Antecedentes históricos de la profesión

Las primitivas organizaciones humanas (clanes), sin saberlo, se empezaron a especializar en diversas labores para mejorar sus capacidades de trabajo, y una de las funciones que surgieron desde aquella época fue la de dirección. Esto significa que, por la fuerza o la inteligencia, algunos asumieron la labor de guiar, dirigir, orientar y comandar a las incipientes agrupaciones humanas para ejercitar la autoridad sobre el resto de sus congéneres con la idea de coordinar mejor los esfuerzos individuales y grupales, para conquistar los diversos estados de desarrollo que la humanidad en su evolución ha alcanzado (Páez, 2012). Así, nació la *Administración*, como una actividad humana encaminada a alcanzar objetivos económicos, sociales, culturales, entre otros, a través del esfuerzo mancomunado y coordinado de un grupo de personas que trabajan para satisfacer necesidades, solucionar problemas, producir bienes o prestar servicios, dominar las fuerzas de la naturaleza o sencillamente mejorar las condiciones de vida.

Reconocidos pensadores de la disciplina como Brech (1996), han definido la Administración como un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado, mientras que para Fayol (2002), administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar. Por otra parte, en el documento de Torres y Mejía (2007), se señalan varios autores que exponen diversos planteamientos referentes al Concepto de Administración, entre los más significativos están: Ballina, Griffín, Hellriegel, Nickels, Ebert, Slocum, Drucker, Robbbins, Hompton, y O'Donnell, Chivenato. Así pues, la lista de las definiciones relacionadas con el término Administración es muy extensa, pero en su mayoría, los diversos autores referidos por Torres y Mejía, sostienen que se trata de la actividad humana encaminada al logro de objetivos organizacionales en forma eficiente y mediante el esfuerzo

mancomunado y coordinado de un grupo humano, que desarrolla labores con el empleo de recursos técnicos, tecnológicos y económicos.

De otro lado, en cuanto al proceso de creación de la profesión de Administración de Empresas en Colombia, según Páez (2012), ésta se empieza a gestar a partir de 1959, en las Facultades de Economía existentes en las Universidades de América, Andes, Antioquia, Atlántico, Jorge Tadeo Lozano, Cartagena, La Gran Colombia, Javeriana, Medellín, Nacional, Externado de Colombia y la del Valle, cuyos planes de estudio estaban orientados más hacia aspectos empresariales que a la Economía; esto es que contenían una elevada participación de asignaturas propias del quehacer administrativo, como organización, dirección, teoría administrativa, sociedades, relaciones industriales, contabilidad, finanzas, auditoría y comercio internacional. Ello se debió en gran medida a la fuerte presión que, desde el sector empresarial, se ejercía a las universidades; ante la necesidad de tener profesionales con formación en temas empresariales y con el fin de promover la productividad y la competitividad de las mismas. En tal sentido, estas universidades fueron pioneras en el diseño de programas de Administración de Empresas en Colombia durante la década de los 60.

En los inicios de la Profesión de Administración en Colombia, se destaca el hecho de haber nacido al interior de los programas de Economía y Derecho; iniciar con presencia únicamente masculina, pero que, con el correr del tiempo, poco a poco fue igualada y superada por la presencia femenina. Las Universidades Externado, Rosario y Javeriana, ofrecieron programas nocturnos, lo que tuvo una gran acogida por la comunidad. Ha sido una profesión basada en la concepción de independencia, libertad para crear empresa enfocada siempre hacia la solución de los problemas álgidos del país: pobreza, desempleo, formación de dirigentes y gerentes; subdesarrollo económico e informalidad. Su máximo propósito está en coadyuvar al fortalecimiento de la base empresarial colombiana, con la creación de nuevas unidades productivas, a partir de la participación de los nuevos profesionales egresados de sus programas de Administración de Empresas.

A partir de 1975, todos los programas de Administración de Empresas de estas universidades privadas capitalinas, abren la jornada diurna, tomando gran fuerza el perfil de Administradores expertos en finanzas, precisamente para apoyar el dinámico crecimiento del sector financiero colombiano; a su vez que una fuerte tendencia a desarrollar habilidades gerenciales para liderar grandes empresas, caso Universidad de los Andes. Caso distinto sucedería con los nuevos programas de otras universidades que se enfocaban hacia la pequeña y mediana empresa.

2.3 Antecedentes históricos del programa

Con la expedición de la Ley 30 de 1992 “por la cual se organiza el servicio público de educación superior”, la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se organiza administrativamente como

ente universitario académico autónomo, público de orden nacional. Reconocida como Universidad por el Ministerio de Educación Nacional, según Resolución 828 del 13 de marzo de 1996. Con base en este reconocimiento, el Consejo Superior universitario expide el Acuerdo 016 de 1995, con el cual se crea el Programa de Administración de Empresas Comerciales; éste inicia labores en el primer semestre de 1997 y se ofrece a la sociedad colombiana como primer programa de jornada nocturna, entre las universidades públicas de Bogotá. El programa tiene una duración de diez semestres en jornada de 6 a 10 p.m. y otorga el título de *Administrador de Empresas Comerciales*.

- En el Acuerdo 018 del 11 de agosto de 1995 expedido por el Consejo Académico de la Universidad, se toma la decisión para la creación del programa Administración de Empresas Comerciales.
- El Acuerdo 016 del 25 de agosto de 1995 expedido por el Consejo Directivo de la Universidad, aprueba la creación y desarrollo del Programa de Administración de Empresas Comerciales, iniciando actividades académicas en el primer período académico de 1997 con 132 estudiantes.
- Registro ICFES 46253 – 112146580001100101200 del 17 de mayo de 1996.
- En la Resolución 828 de marzo 13 de 1996 el Ministerio de Educación reconoce a la Institución como Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- El Acuerdo 007 del 16 de febrero de 2001, expedido por el Consejo Académico, reglamenta la Práctica Comercial Empresarial en el Programa.
- El Acuerdo 014 del 10 de septiembre de 2002, expedido por el Consejo Superior Universitario autoriza continuar ofreciendo y desarrollando el programa Administración de Empresas Comerciales
- El Acuerdo 025 del 19 de junio de 2003, expedido por el Consejo Académico, modifica el Acuerdo 009 del 2 de marzo de 2000 y allí se dictan otras disposiciones.
- El Acuerdo 043 del 28 de septiembre de 2004 expedido por el Consejo Académico, aprueba la reestructuración curricular en créditos académicos del Programa Administración de Empresas Comerciales.
- La Resolución 4186 del 16 de septiembre de 2005 expedida por el Ministerio de Educación Nacional otorga el registro calificado al programa de pregrado en Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, por el término de siete (7) años.

- La Resolución 8456 de 23 de julio de 2012 expedida por el Ministerio de Educación Nacional otorga la renovación del registro calificado al programa de pregrado en Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, por el término de siete (7) años. 2012 a 2019.
- La Resolución 007744 del 29 de julio de 2019 expedida por el Ministerio de Educación Nacional, otorgando la renovación del registro calificado al programa, por un periodo de siete (7) años.
- Mediante Acuerdo No 022 del 05 de mayo de 2020 emitido por el Consejo Superior por medio del cual se aprueba la actualización del modelo pedagógico institucional.
- La Resolución 9857 del 16 de junio de 2020 expedida por el Ministerio de Educación Nacional, otorgando ampliación de cupos para la oferta del programa de 200 a 400 cupos.
- Acuerdo 031 del 16 de junio de 2020 emitido por el Consejo Superior de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, por el cual se actualizan los lineamientos curriculares de Unicolmayor, orientados a fortalecer el diseño, desarrollo y evaluación curricular de los programas académicos de pregrado y posgrado.
- Mediante Acuerdo No 062 del 13 de octubre de 2020 emitido por el Consejo Académico, se expide el Reglamento de las modalidades de grado del programa de pregrado de Administración de Empresas Comerciales en la Facultad de Administración y Economía de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- El Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución No 019931 del 22 de octubre de 2020 “Por medio del cual se resuelve la solicitud de registro calificado para el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en modalidad (antes metodología) Presencial, en Funza – Cundinamarca”.
- El Consejo Académico, mediante acuerdo 085 del 09 de noviembre de 2021, aprueba la creación de la Unidad de Emprendimiento, como unidad de gestión del Modelo Institucional del Proyección Social y Extensión (MIPSE), en el que además actualiza la estructura y funcionamiento de los escenarios de práctica como parte esencial de la Unidad.

3. Justificación del programa

El programa en sus años de existencia se ha caracterizado por ofrecer a los estudiantes un plan de estudios que responda a las necesidades actuales y futuras de localidades y regiones del país, con prospectiva hacia la participación en mercados globales. Conocer las problemáticas de las organizaciones es un compromiso en la formación, se puede identificar a través del ejercicio que desarrollan los estudiantes en el escenario de práctica; espacio donde interacciona por medio de un proyecto concreto de implementación, adecuación administrativa y comercial en una empresa obteniendo resultados positivos con beneficios tanto para el estudiante como para la entidad asesorada o el escenario del que hace parte. A continuación, se presentan, describen y explican otros aspectos relacionados con el contexto y las exigencias del programa.

3.1 Análisis de las necesidades de la población, de la región y de los sectores productivos

En la actualidad cuando las economías del mundo, los países que las representan y las culturas que las contienen crecen, no solo en tamaño, sino en su capacidad de interacción se requiere un líder empresarial más ágil, dinámico y competente que responda de manera proactiva a las demandas de la globalización que con los avances de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), obligan a pensar el mundo como una aldea en la que las tendencias de los mercados y las empresas se extienden alcanzando una dimensión internacional que sobrepasa las fronteras de los países. La globalización exige entonces, que las empresas sean dirigidas por profesionales integrales para que puedan leer permanentemente el entorno y así tomar decisiones adecuadas para cada momento. Aprender a aprender y a desaprender sintetiza la necesidad de cambiar, dependiendo de los avances simultáneos e inmediatos que ordenan las tecnologías de hoy, las necesidades cambiantes de los consumidores y las cada vez más variadas formas de negocio que se presentan en la sociedad globalizada.

En este marco, el programa impulsa la formación de profesionales integrales que dinamizan la acción empresarial a través del conocimiento de las organizaciones y sus estrategias con el desarrollo de temas en mercadeo, finanzas, ambiental y competitividad. Es en esta última, en la que, el profesional genera cambios que permiten una mejor adaptabilidad de la empresa al contexto para ser más competitivo. Por tanto, también construye activos intangibles como el conocimiento y las relaciones con el entorno. Estos activos se crean y se mantienen cuando el administrador como gerente o líder de procesos en alguna de las áreas, estimula la imaginación, la creatividad y la actitud de trabajo en equipo, tal como lo propone el Plan de Desarrollo Nacional 2014-2018 denominado “Todos por un nuevo país”, en su título tres, capítulo uno: competitividad e infraestructura estratégica.

De igual manera, los principios y filosofía en la formación en valores expresados en el Proyecto Educativo Institucional como la honestidad, la solidaridad, la confianza, la libertad, la autonomía y el respeto por la otredad, son fundamentales para el desarrollo de las organizaciones y la transformación de un país con equidad.

Según Confecámaras para el año 2015 se crearon 257.835 unidades productivas; 63.029 sociedades y 194.806 personas naturales, la mayor concentración se encuentra en el sector comercio (99.811), seguido de alojamiento y servicios de comida (35.135), industria manufacturera (27.139), actividades profesionales, científicas y técnicas (17.587), construcción (15.397), servicios administrativos y de apoyo (10.617) y otras actividades de servicios (10.519). Estos sectores, por su mayor participación en la estructura empresarial, dan cuenta del 82,7% del total de unidades productivas creadas.

El sector comercio destaca por su importante participación en la creación de unidades empresariales (38,7%). En 2015, los únicos subsectores asociados a esta actividad que registraron variaciones positivas frente al año anterior fueron: comercio al por mayor de bebidas y tabaco con un crecimiento del 10,6%, seguido de comercio al por menor realizado a través de internet con 8,9% y comercio al por mayor de prendas de vestir con 8,5%. En el sector de alojamiento y servicios de comida que participa con el 12,5% del total de unidades económicas nuevas registradas, los subsectores que exhibieron una dinámica positiva fueron: alojamiento rural y alojamiento en centros vacacionales, con variaciones del 29,3% y 14,9%, respectivamente.

Mientras que la industria manufacturera concentra el 10,5% del total de unidades nuevas. En esta actividad, el registro de nuevas empresas aumentó en subsectores como elaboración de panela con un incremento del 43,1%, elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal con 29,0% y elaboración de alimentos preparados para animales con 16,1%. Además, en el sector de actividades profesionales y técnicas que concentra el 6,8% de las nuevas empresas registradas, el único subsector que registró una variación positiva fue el de ensayos y análisis técnicos (8,3%). Finalmente, en el sector de actividades de servicios administrativos y de apoyo, los subsectores donde aumentó la creación de empresas fueron: arrendamiento de propiedad intelectual y productos similares y actividades de suministro de recurso humano.

Los sectores de mayor participación en el número de sociedades nuevas en 2015 fueron: comercio al por mayor y menor (20,9%), actividades profesionales, científicas y técnicas (16,4%), construcción (13,5%), industrias manufactureras (11,2%), actividades de servicios administrativos y de apoyo (5,6%) y actividades inmobiliarias (5,1%). Estos seis sectores concentran el 72,7% del número de sociedades nuevas registradas.

3.2 Fortalezas del programa

El programa se caracteriza por la calidad humana de quienes hacen parte de los diferentes procesos que al interior se llevan a cabo, como; el proceso pedagógico enseñanza-aprendizaje, en el que intervienen docentes y estudiantes, en los procesos administrativos y en el desarrollo como profesionales en las empresas a través de los egresados, en cada uno se evidencia un compromiso institucional a partir de los preceptos axiológicos de la Universidad, que reflejan empoderamiento de las políticas institucionales desde el mismo momento de su vinculación, estas se refuerzan a través de jornadas pedagógicas que incentivan el compromiso y responsabilidad con el desarrollo académico de los estudiantes.

Es importante señalar que los estudiantes admitidos cada semestre ingresan a la Universidad, iniciando con una jornada intensa de inducción, en la que se enfatiza el desarrollo de las políticas relacionadas con la formación integral y se rescata el valor del ser humano como actor fundamental del desarrollo académico y social. Por ello el primer contacto con la formación integral se realiza a partir del primer semestre a través del Taller de vivencia en valores, componente temático que permea transversalmente todas las áreas y asignaturas del plan de estudios.

Otro de los elementos sobresalientes del programa es la Tutoría de Gestión, la cual se convierte en factor de acompañamiento permanente a los estudiantes por parte de los docentes asignados, (los cuales cumplen con rasgos especiales de carácter humano y profesional) con la finalidad de evitar la deserción y apoyar a los estudiantes en sus dificultades académicas, personales y sociales, con el respaldo de los profesionales de la división del Medio Universitario, a través de asesorías psicológicas, psicopedagógicas y sociales.

Por otra parte, el Semillero de investigación se consolida como un espacio académico que motiva el interés de los estudiantes desde los primeros semestres a involucrarse en una de las funciones sustantivas de la Universidad, a través del proceso de formación investigativa que surge del interés particular de los estudiantes y que se materializa en ponencias generadas en diferentes espacios académicos, como lo es, el escenario de creación de empresa y las líneas de profundización: Mercadeo, Financiera, Ambiental y Asociatividad y Competitividad, presentadas posteriormente en eventos institucionales e interinstitucionales.

Así mismo, la importancia de los Escenarios de Práctica se convierte en el espacio de convergencia de saberes aprehendidos en el desarrollo de la formación académica y propician en los estudiantes de últimos semestres, capacidades y competencias individuales que les permiten reconocer en las empresas, oportunidades laborales relacionadas con la gestión y liderazgo de proyectos organizacionales en diversos ámbitos.

En este contexto el Programa genera impacto social a través del escenario Consultorio Empresarial en el que se establece una relación de compromiso y responsabilidad, entre la

Universidad, el Programa y las comunidades de diversas localidades de la ciudad, a través de la cual se propende por la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y se rescatan habilidades y destrezas de los mismos, para convertirlas en oportunidad de creación de unidades productivas o microempresas con el apoyo de los estudiantes y docentes permitiendo acercamiento al conocimiento de las necesidades del sector real de la sociedad.

Del mismo modo, las Salas Abiertas de Formación SAFO, son un espacio complementario al desarrollo académico regular, que permite ampliar conocimientos en los estudiantes y acceder pedagógicamente a temas de actualidad y controversia y despiertan en ellos el espíritu analítico y crítico e incentivan la determinación de posturas frente a las problemáticas reales de las organizaciones y de la sociedad en diversos ámbitos para la toma de decisiones.

De gran relevancia resulta ser la formación y perfeccionamiento docente a través del programa Desarrollo profesoral que ofrece la universidad, representado en diplomados presenciales y virtuales en temáticas propias del desempeño docente. En este mismo sentido se destaca el espacio de Desarrollo profesoral previsto al interior del programa con la participación de conferencistas externos en el que se desarrollan temáticas disciplinares de interés general como estrategia de unidad académica.

Algunas de las temáticas trabajadas han sido los apuntes de clase, elementos de productividad académica, el plagio en la universidad y sus consecuencias, la comunicación asertiva, la tutoría de gestión, la importancia de las tutorías académicas, la utilización de las normas APA en la elaboración de trabajos escritos, el ensayo académico y el artículo científico. Lo anterior se complementa con el desarrollo de jornadas pedagógicas semestrales, con los profesores del Programa, en estas se abordan aspectos relacionados con el desarrollo académico y pedagógico como formación y evaluación por competencias, aprendizaje significativo, contenidos curriculares y revisión de programas analíticos y sintéticos dando alcance a la actualización y reflexión permanente sobre el quehacer docente y su implicación en la formación de profesionales competentes.

No se puede dejar de lado la estructuración y fortalecimiento de la línea del emprendimiento; con la entrada en vigencia del acuerdo 085 del 2021, por medio del cual se crea la Unidad de Emprendimiento como unidad de gestión del MIPSE y se reorganizan los escenarios de práctica, de tal manera que se pretende adecuar y preparar la estructura para que haga parte del ecosistema emprendedor colombiano, actualizándose a la normativa general en esta disciplina. De esta manera, tanto los estudiantes, como docentes, funcionarios, egresados y comunidad en general, tendrán la oportunidad de hacer parte de la comunidad de emprendimiento de la Universidad, generando espacios de visibilización y encuentro entre sus miembros, con diversos fines, desde la incubación y la puesta en marcha, hasta el sostenimiento y continuidad de las unidades de negocio.

3.3 Articulación del programa con planes de desarrollo nacional e institucional

En este apartado es fundamental hablar de cómo en el Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 “Todos por un nuevo país” se presenta un modelo de desarrollo económico a partir de la equidad, la inclusión y el aprovechamiento del talento de todos los colombianos, haciéndolos partícipes de los beneficios del crecimiento sin importar su procedencia y otorgarles la oportunidad de acceder a mejores servicios públicos contándose entre ellos los servicios educativos en el que se definen tres pilares fundamentales:

- Paz. El Plan refleja la voluntad política del Gobierno para construir una paz sostenible bajo un enfoque de goce efectivo de derechos.
- Equidad. El Plan contempla una visión de desarrollo humano integral en una sociedad con oportunidades para todos.
- Educación. El Plan asume la educación como el más poderoso instrumento de igualdad social y crecimiento económico en el largo plazo, con una visión orientada a cerrar brechas en acceso y calidad al sistema educativo, entre individuos, grupos poblacionales y entre regiones, acercando al país a altos estándares internacionales y logrando la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos.

Al mismo tiempo, se plantea la generación de políticas públicas orientadas hacia la inclusión, la promoción social y la construcción de escenarios con igualdad de oportunidades como un objetivo para el cierre de brechas poblacionales y territoriales, promoviendo, entre otras, la calidad en la educación en las diferentes regiones del país con la expansión y creación de nuevas empresas y líneas de negocios y consecuentemente la generación de empleo para todos los niveles de la población colombiana. Esto solo es posible en la medida que se articulen políticas de desarrollo económico y social que integre tanto al gobierno central como al local, así como a los sectores empresarial y educativo.

De este modo es necesario que las instituciones de educación superior creen y renueven programas hacia la formación de profesionales en disciplinas que desarrollen competencias laborales soportadas en ciencia, tecnología, e innovación (CTI) para así lograr su inclusión en sectores de mayor productividad mejorando no solamente sus niveles de ingreso sino también la provisión de productos y servicios. En este sentido por medio del Acuerdo 23 de abril de 2015, el Consejo Superior expide el “*Plan de Desarrollo Institucional 2015 – 2019*” el cual se concibe como una herramienta de gestión para el direccionamiento estratégico buscando articular los planes nacionales con los principios (identidad, autonomía, apertura, calidad, transparencia, responsabilidad social, unidad, participación, democracia, igualdad), valores (compromiso, respeto, responsabilidad, sentido de pertenencia, solidaridad, tolerancia), misión, visión y el fortalecimiento de la docencia, investigación, proyección social y la gestión administrativa de la universidad. A su

vez, siendo este direccionamiento aplicado en el programa formando profesionales integrales como directivos o empresarios capaces de gestionar empresas en mercados globales para el desarrollo económico y social del país al adquirir conocimientos básicos y profesionales de un administrador que se vincula con las necesidades de transformación de las realidades de las organizaciones.

El nuevo plan Nacional de desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la equidad”, busca alcanzar la inclusión social y productiva, bajo los pilares de legalidad + emprendimiento = equidad; siendo la legalidad elemento importante para garantizar la convivencia, el emprendimiento la transformación productiva para avanzar en la economía incluyente hacia todos los talentos y la equidad centrada en la familia eficiente y de calidad, que busca igualdad para todos los colombianos y así construir el futuro de Colombia (PND, 2018-2022. p.7).

Estos aspectos relevantes del PND, son también factores estimados dentro del proceso de formación de los estudiantes del programa de Administración de empresas de Uicolmayor, debido a que cuentan con aspectos de formación legal orientada hacia los compromisos con las personas, comerciales, tributarios y ambientales entre otros, aspectos que servirán de insumo para una interacción con el entorno de paz y justicia. Así mismo, el emprendimiento se desarrolla en los estudiantes de modo transversal, para que sean portadores de ideas novedosas, productivas y sostenibles llevadas a la acción, como aporte al desarrollo de las empresas, localidades y regiones. Por último, en términos de equidad, el programa AEC tiene una oferta académica incluyente que busca la igualdad de oportunidades en el ámbito local, regional, nacional y de intercambio internacional. (PND 2018-2022)

Con relación al Plan de desarrollo institucional vigencia 2020-2025, el programa se relaciona con los principios institucionales de autonomía, participación, responsabilidad, respeto, excelencia, liderazgo y transparencia, mismos que se inculcan a través del desarrollo de las competencias del ser, saber y el saber hacer, con su participación voluntaria en los diferentes procesos de gestión institucionales, con preponderancia de la ética y el liderazgo para la toma de decisiones innovadoras conducentes a las demandas de la sociedad. (PDI 2020-2025)

3.3.1 Relación del programa con la Misión de la universidad

Con relación a la misión institucional, como universidad pública del orden nacional, el programa propicia el mejoramiento de la calidad, propugnando por la consolidación de la comunidad educativa y disciplinar, el mejoramiento de los procesos, el desarrollo del currículo y el modelo pedagógico, el apoyo al espíritu emprendedor, el impulso a la capacidad gerencial, la formación de líderes críticos, reflexivos y creativos, para responder al compromiso social y profesional.

Como resultado de la actualización del modelo pedagógico institucional MOPEI, se planteó una nueva misión para la Universidad para que se exalten algunos aspectos coherentes con el

programa, como son: se *“reconocida académica y socialmente, de docencia con investigación, participativa e incluyente, con presencia local y regional”* (MOPEI 2020. p.6) y sobre ello, el programa ha ampliado su cobertura para que las personas del entorno local y regional tengan acceso a los servicios que brinda la Institución garantizando los derechos, libertades y oportunidades, sea cual fuere su condición social o credo religioso o político.

Es así que, actualmente cuenta con nuevas sedes a nivel local como el Tintal, que mediante convenio de cooperación No 27 entre la universidad Colegio Mayor de Cundinamarca y la Escuela Tecnológica Instituto Técnico Central para el ofrecimiento de programas académicos en la localidad de Kennedy, en la ciudad de Bogotá y regional, conforme a la Resolución número 019931 del MEN, donde aprueban la oferta del programa en Funza Cundinamarca. En cuanto a la investigación, se cuenta con convenios regionales con los que se participa en la generación de propuestas de investigación, como es el caso del convenio 03 suscrito en el año 2015 con la Cámara de Comercio de Facatativá.

De igual manera, en el postulado *“es una institución comprometida con la formación de profesionales integrales, éticos, responsables y con pensamiento crítico”* (MOPEI 2020. p.6), mediante el plan de estudios se promueve la formación integral y el pensamiento crítico a través de los diferentes componentes que refuerzan los valores y les permiten actuar conforme a las normas legales e Institucionales. En el apartado *“ciudadanos capaces de responder a las realidades, retos, demandas de la sociedad, en armonía con el ambiente”* (MOPEI 2020. p.6), en las actividades curriculares y extracurriculares, así como en los escenarios de práctica, que, en acompañamiento de las electivas de profundización ambiental, se pretende que los estudiantes aporten a la preservación del medio ambiente y la sostenibilidad de organizaciones, con un profundo respecto por el medio ambiente.

3.3.2 Relación del programa con la Visión de la universidad

En el Proyecto Educativo Instruccional se propende por una comunidad académica líder en la interacción con las organizaciones a través de la construcción, apropiación, enseñanza y divulgación del conocimiento administrativo para el desarrollo de una sociedad justa y equitativa a partir de la ilustración de los fundamentos del proyecto educativo institucional en relación con la formación integral, el desarrollo de una educación para la diversidad y la inclusión y la construcción y desarrollo de las comunidades académicas (PEI, 2021, p. 20-25)

Así como la misión fue reestructurada con la actualización del MOPEI 2020, la visión también adoptó una nueva proyección hacia el año 2025, donde se involucran aspectos relacionados con la calidad, acreditación y reconocimiento de sus programas y proyectos académicos en al ámbito local, nacional e internacional; por esto, el programa se encuentra en permanente mejora de sus políticas

y procesos, ampliando su visibilidad para acceder al reconocimiento y acreditación. De otra parte, se creó la unidad de emprendimiento, donde se generan propuestas innovadoras y de impacto para dar respuesta a los problemas sociales del entorno y la región de modo que se produzca valor social; todo ello, de conformidad también con la visión del programa.

3.3.3 Relación del programa con el Proyecto Educativo Institucional

El Programa es coherente con el Proyecto Educativo Institucional, aprobado por el Consejo Superior Universitario CSU, mediando acuerdo 029 del 11 de noviembre de 2021, dado que es formulado a partir de sus lineamientos así:

El programa tiene una relación directa con lo declarado en los principios institucionales de transparencia, identidad, autonomía, participación, democracia, respeto, excelencia, liderazgo, equidad, solidaridad, interculturalidad y sostenibilidad (PEI, 2021, p. 25-30), que constituyen la base para que la *“Universidad promueva la educación como bien público, que posibilita el desarrollo social, económico, político y cultural tanto en el país, como en la región de América Latina; se reconoce como una institución que aporta a la formación de valores sociales como el respeto, la empatía, la solidaridad, y la paz”* (PEI, 2021, p. 5). Tanto los aspectos académicos, como de docencia, investigación y proyección social están fundamentados en los valores institucionales, que privilegian y orientan las nuevas formas del pensamiento en la disciplina de la administración.

La docencia en el programa está sustentada en la formación integral concebida en el PEI como: *“la apuesta para que “sus estudiantes tengan las capacidades para aprender, para conocer, para relacionarse con los otros, y para potenciar su autonomía y libertad. Por ello, las diferentes prácticas institucionales (administrativas, académicas, de bienestar, de investigación, de proyección y extensión), apuntan a que los sujetos en formación encuentren experiencias que fortalezcan cada una de estas dimensiones”* (PEI, 2021, p. 21).

El programa asume su modelo curricular y pedagógico desde la perspectiva de formación integral y humanística, considerando las características y competencias necesarias que se espera adquiera y desarrolle el profesional en administración; de igual manera, comprende la investigación como una exigencia y un proceso de formación permanente, a la interdisciplinariedad como encuentro entre saberes, la educabilidad como capacidad adquirida para adaptarse al cambio a través de la adquisición de nuevas conductas que le permitan su ubicuidad y la necesidad permanente de actualizarse; a la enseñanza como la capacidad comunicativa pedagógica (didáctica) de los actores, especialmente, el docente permite poner en común los saberes propios de la disciplina y el diálogo constructivo con la realidad a través de la investigación, apoyado en ambientes y técnicas que propicien la aprehensión, circulación y uso del conocimiento.

A partir de los objetivos del programa se resalta la formación integral, proyección y vivencia de los valores y principios éticos, la excelencia académica, el fomento y desarrollo de actividades científicas e investigativas, la consolidación de comunidades académicas, la promoción y fomento de acciones de proyección social, el ofrecimiento de servicios académicos calificados excelentes y el cultivo de la mística, la lealtad, el respeto, la tolerancia y el sentido de pertenencia, criterios relacionados con el sentir de UNICOLMAYOR con prospectiva en la formación integral.

3.3.4 Relación del programa con el Modelo Pedagógico de la Universidad

Apuesta por un modelo en construcción y resignificación permanente bajo el lema Ética, Servicio y Saber. El Modelo Pedagógico Institucional, bajo el lema de Ética, Servicio y Saber proyecta un horizonte de sentido a todos los miembros que participan de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Nuestros profesionales de Administración de Empresas Comerciales en su formación integral se sustentan en el hecho que sus decisiones gerenciales no solo deben impactar en beneficio de las organizaciones, sino que también deben estar en armonía con la comunidad en que interactúan. Deben gestionar empresas sostenibles y sustentables, lo cual no se logra sin la intervención del comportamiento ético de los profesionales. La conciencia social y el respeto por el medio ambiente están íntimamente relacionadas con la crisis de valores que hoy por hoy vive nuestro país y el mundo.

La ética profesional se asume como un compromiso en el sentido de apoyar y sensibilizar a nuestros estudiantes sobre la necesidad de generar cambios en las nuevas generaciones, que tengan como insignia el comportamiento ético en las decisiones y actuaciones, bajo un profundo respeto por los derechos de los demás y el buen uso de los recursos naturales; por ello, también hace parte del plan de estudios a través del micro currículo de ética profesional ubicada el séptimo semestre. En nuestro programa hace parte de la formación integral de los estudiantes desde el inicio de su formación académica hasta finalizar su plan de estudio.

El servicio lo reflejan y colocan en funcionalidad los estudiantes que hacen parte de los escenarios de práctica como, el Consultorio Empresarial que se compone de los escenarios de práctica Asesoría y Consultoría a Emprendedores y Empresas, orientado a fomentar las relaciones entre universidad-Empresa-Estado y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, a través de las asesorías, consultorías, investigaciones y capacitaciones en creación y mejoramiento continuo de las empresas, ya sea de forma remota, fortaleciendo las competencias emprendedoras de los estudiantes y fomentando la cultura emprendedora de las comunidades atendidas, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental del país. Planes de Mejoramiento orientados a detectar, diagnosticar y analizar problemas en cualquier área de la empresa formal, de más de 10 empleados,

donde labora el practicante para proponer e implementar planes de mejoramiento que impacten el desarrollo y crecimiento de las organizaciones, fortaleciendo la relación Universidad – Empresa.

Muestra Empresarial el cual desarrolla la gestión para la realización de eventos empresariales, como son la Feria Empresarial, donde los diferentes actores de la comunidad universitaria pueden presentar sus proyectos de creación de empresa. Así como en la Rueda de Negocios, actores empresariales externos ya conformados, pueden impulsar la comercialización de sus bienes y servicios, generando y fortaleciendo los vínculos Universidad – Empresa.

Salas Abiertas de Formación – SAFOS donde se presentan conferencias, conversatorios y charlas con expertos que fortalecen las competencias de los emprendedores. También se tiene el escenario de Observatorio Laboral y Seguimiento a Egresados que impulsa la empleabilidad de los estudiantes y de la comunidad universitaria en general y da cuenta de los logros de los egresados de la universidad y el desarrollo de sus emprendimientos

El saber está dirigido en la construcción del conocimiento y este en el programa de AEC, se observa en uno de los objetivos específicos del semillero Pigmalión que es “Incentivar la producción de conocimiento, a través de la investigación, la innovación y el emprendimiento”.

Sobre el humanismo desde un enfoque ecológico. En el programa de AEC se promueve una formación humana integral esto lo vemos desde primer semestre con el componente temático Taller de vivencia en valores, pasando a tercer semestre con la primera electiva de profundización Epistemología de la ciencia, los diferentes derechos que componen nuestro plan de estudios, derecho constitucional, laboral y comercial, en séptimo semestre con ética profesional y terminando en décimo semestre con ecología.

La ecología es un componente temático de la profundización de Gestión Ambiental, que encuentra su justificación en la necesaria comprensión que el profesional en Administración de Empresas Comerciales debe tener de los conceptos propios de la ciencia Ecológica, en dirección a que el estudiante logre acoplar muchas de las categorías de la Ecología, a los escenarios y organizaciones específicas empresariales.

Fundamentos del currículo: Del enfoque curricular. Conforme al MOPEI 2020, los fundamentos del currículo se basan en tres autores; el primero de ellos es Tedesco (2014), que trata sobre definir cuáles son los conocimientos indispensables y los valores más importantes, para ello plantea tres interrogantes: Qué, para qué y cómo educar, de tal forma que se asegure la preparación de las nuevas generaciones para la vida. El segundo autor, Sacristán (2010), involucra elementos conforme a las aspiraciones e intereses relacionados con las formas de entender su misión y tomar las decisiones con base en los factores que le afectan como son los políticos, económicos y sociales. Por último, Magendzo (2016), muestra la necesidad del currículo relacionándolo con el proceso administrativo, destacando tres momentos, preactivo para identificar el diagnóstico, interactivo

para el diseño de la propuesta pedagógica y el evaluativo que conduce a la reflexión sobre los resultados alcanzados con base en las proyecciones.

Dentro del proceso de actualización actual del currículo del programa, se han contemplado estos planteamientos y se ha reflexionado sobre los conocimientos necesarios para un administrador de empresas comerciales, conforme a las necesidades del entorno global; adicionalmente se han generado espacios de participación tanto de docentes como de estudiantes para identificar las estrategias pedagógicas que den respuesta coherente a estas necesidades. De acuerdo con lo anterior, se plantean también, mecanismos de evaluación que permitan generar acciones de mejora continua para su implementación.

Fundamentos epistemológicos: de la construcción de conocimiento. En el nuevo MOPEI 2020 se contemplan una serie de expertos en modelo pedagógico que permita conocer acerca de la realidad para definir esos conocimientos inamovibles o multidiversos, según la respuesta recibida, que sirvan como base epistemológica sobre los modelos de enseñanza y se analiza el modelo de Uicolmayor de aprendizaje significativo humanista, con enfoque ecológico, que tiene influencia también con el constructivismo, que según Ausubel (1963) “el sujeto que aprende tiene un papel muy importante porque es en él donde ocurre todo el proceso de asimilación gracias a las estructuras mentales que posee y puede desarrollar de acuerdo con lo que le llega del exterior” (Tomado documento MOPEI 2020. p. 18), muestra una relación psicológica con el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

También se mencionan aportes de la filosofía y otras tendencias, que dan soporte al modelo socio-crítico, humanista con enfoque ecológico de la Universidad, dando paso a que la construcción del conocimiento es un proceso permanente entre docentes y estudiantes, influido por el contexto social, cultural, tecnológico y ecológico. Es así como en el programa, la Epistemología de la Ciencia aporta al estudiante y futuro profesional en Administración de Empresas Comerciales una mayor comprensión, identificación o búsqueda de verdades. Además, por ser la ciencia una representación proveniente de la mente creativa del hombre científico le facilita:

- Formular preguntas
- Definir métodos
- Interpretar resultados

Y por último le permite reconocer una nueva información que se suma a los conocimientos ya adquiridos y los que le falta apropiarse en la formación académica en toda su carrera.

3.3.5 Relación del programa con la Proyección Social

Respecto a este proceso misional, en el PEI se plantea que: *“La Proyección Social/extensión Universitaria constituye una función sustantiva de la Universidad, orientada a propiciar y establecer procesos permanentes de interacción efectiva al interior y al exterior de la Universidad, con el fin de*

asegurar su pertinencia, en respuesta al desarrollo económico y sociocultural del país” (PEI, 2021, p.34). Por cuanto, su carácter social se legitima cuando se involucra con el entorno y la comunidad que la constituye, pues así, prepara el terreno para que los futuros profesionales actúen como factores motivadores y generadores de propuestas que den solución a los problemas de la nación. Esta función inherente a la universidad pública se ve reflejada en el programa a través de los escenarios propios que configuran el proyecto de prácticas de los estudiantes aprobado mediante Acuerdo 007 de 2001. A partir de estas prácticas se accede a procesos de análisis, participación e intervención en realidades concretas de la comunidad y las organizaciones con las cuales el programa tiene acuerdos.

En el marco normativo, el Acuerdo 037 de 2004 define La Proyección Social como una función sustantiva de la Universidad, orientada a propiciar y establecer procesos permanentes de interacción efectiva al interior y al exterior de la Universidad, con el fin de asegurar su pertinencia en el desarrollo social, económico y cultural del país. Por lo anterior declara que la Proyección Social es una estrategia a través de la cual la Universidad verifica, retroalimenta y enriquece la pertinencia y validez de su labor formativa e investigadora, en cumplimiento de la misión institucional, mediante una real y efectiva vinculación al desarrollo, ejecución y evaluación de alternativas de solución de la problemática específica, que ha logrado identificar, como resultado del quehacer docente investigativo de la Universidad. Para su implementación utiliza insumos académicos de los contenidos curriculares de los programas disciplinares que desarrolla. En el Artículo 5° establece las Modalidades de Proyección Social entre las que se destaca Educación permanente Servicios a la comunidad: proyectos y consultorías.

El Consultorio Empresarial del programa de Administración de Empresas comerciales está considerado como una actividad de proyección social que permite relacionar directamente la academia con la sociedad. Las diferentes herramientas utilizadas en esta estrategia deben estar promovidas por un equipo de personas dotadas de conocimientos en las diferentes áreas de la administración. El programa de AEC tiene como esencia la formación en saberes de la administración, debido a esto se ha considerado el Consultorio Empresarial como el espacio para que los estudiantes de noveno y décimo semestre realicen su práctica empresarial y de esta manera se logra un impacto ante la comunidad a través del fortalecimiento económico y social de estas.

El consultorio empresarial, como escenario de práctica empresarial, requiere tanto de estudiantes potencializados en conocimientos, destrezas y habilidades administrativas, financieras, de mercadeo, logística, redes y aplicativos en Windows, a de más de cierta experiencia laboral para poder desempeñar su rol de asesores empresariales, como de docentes que con su experiencia laboral y académica apoyan las diferentes actividades que ellos realizan.

La relación Universidad- Empresa- Estado se fomenta directamente con la proyección social a través del Consultorio Empresarial, el cual está orientado a mejorar la calidad de vida de la

comunidad realizando asesorías, consultorías, investigaciones y capacitaciones en creación y mejoramiento continuo de los asesorados y empresarios.

Por medio de las nuevas alianzas con Idipron, Bibliored, Alcaldía de Bosa, La Casa de la Igualdad de la Mujer y Mercados Agroecológicos se amplió la cobertura de servicio de asesorías ofertados por el Consultorio Empresarial llegando a las localidades de Bosa, Antonio Nariño, Puente Aranda, Ciudad Bolívar, Engativá, Fontibón y Barrios Unidos.

Todo este modelo de trabajo está articulado como parte del Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión (MIPSE), aprobado mediante el Acuerdo 017 del 24 de julio de 2019 del Consejo Superior Universitario, robó la Política y el Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión – MIPSE, el cual incluye como una de las Unidades de Gestión del Eje estratégico Economía, y la Unidad de Emprendimiento de la Universidad, Acuerdo 085 del 9 de noviembre de 2021, en la que se plantean los mecanismos de articulación de las funciones misionales desde la proyección social y extensión en función del emprendimiento y el fortalecimiento del tejido emprendedor de la Universidad.

4. Aspectos curriculares del programa

4.1 Aspectos que orientan los lineamientos curriculares unicolmayor

Formación Integral. El programa impulsa la formación de profesionales integrales que dinamizan la acción empresarial a través del conocimiento mediante el desarrollo de las áreas de formación propuestas, en las que, el profesional genera cambios que permiten una mejor adaptabilidad de la empresa al contexto para ser más competitivo. Por tanto, también construye activos intangibles como el conocimiento y las relaciones con el entorno; estos activos se crean y se mantienen cuando el administrador como gerente o líder de procesos en alguna de las áreas, estimula la imaginación, la creatividad, la excelencia, el respeto y la actitud de trabajo en equipo, que de conformidad con los principios y filosofía en la formación en valores expresados en el Proyecto Educativo Institucional como la honestidad, la solidaridad, la confianza, la libertad, la autonomía y el respeto por el otro, son fundamentales para el desarrollo de las organizaciones y la transformación de un país con equidad.

De conformidad también con los principios del plan de desarrollo vigencia 2020-2025, donde se plantean la autonomía, participación y responsabilidad, el estudiante podrá participar de manera voluntaria en los diferentes procesos misionales e institucionales con responsabilidad y compromiso. (PDI 2020-2025, 2020).

Innovación curricular y formación profesional. Como se indicó anteriormente, el programa de administración de empresas comerciales se encuentra en proceso de actualización curricular y para ello, se han realizado estudios sobre las tendencias en la formación en administración de empresas, incluyendo elementos del comercio que le aporta al currículo del programa en el proceso de formación y que ha mostrado grandes avances en el contexto global. Se cuenta además con elementos que dan mayor soporte a la fundamentación del programa con las corrientes contemporáneas centradas en la gerencia y la administración en el ámbito de las empresas; de esta forma, se muestran resultados a las demandas actuales.

La investigación en el programa se ha convertido en otro factor de innovación, considerando que es resultado de esta la que ha permitido identificar las tendencias que dan soporte al currículo propuesto y en el proceso de formación de los estudiantes se generan propuestas de investigación que pretenden dar respuesta a la problemática identificada en el contexto organizacional, local y regional.

Calidad académica

El currículo en Unicolmayor se comprende como:

Una propuesta y una praxis educativa en perfeccionamiento continuo, con carácter de proyecto y de proceso, que se realiza en un contexto sociocultural determinado y atiende a las incertidumbres del mundo contemporáneo, así como a las necesidades e intereses de formación y el desarrollo de competencias de sus estudiantes (Lineamientos curriculares. Acuerdo 31 de 2020. p. 7)

De ahí, que para dar respuesta a las necesidades de formación y al desarrollo de competencias de los estudiantes, se han contemplado desde el mismo PEI unas perspectivas de sostenibilidad a la calidad de los programas a través de los procesos de acreditación y de la formación integral de los estudiantes bajo los principios éticos sociales; es por esto, que se ha venido trabajando en los documentos Institucionales que dan soporte y dinamizan el currículo para atender las necesidades de los diferentes contextos.

El programa de administración de empresas comerciales atiende también estas necesidades con la oferta del programa en otras localidades y regiones para hacerlo más incluyente y dar mayor cobertura, con la innovación del currículo por medio de su actualización y de la investigación, que ha sido una acción de mejoramiento continuo, buscando dar respuesta a las necesidades del sector productivo a través de los contenidos temáticos que impulsan al desarrollo de las competencias definidas para los estudiantes. El currículo del programa está proyectado para que se mantenga relación y coherencia con las funciones misionales de docencia, investigación y proyección social.

El administrador de empresas comerciales de Unicolmayor logra la generación de conocimiento y el desarrollo de competencias como se relacionan por cada componente temático, permitiéndole la formación integral de conformidad con el PEP, *“con conocimientos, habilidades y destrezas administrativas, comerciales y financieras que los faculta para crear, liderar y gestionar empresas sostenibles y sustentables, que ofrezcan bienes y servicios de calidad, con conciencia social y respeto por el medio ambiente”* que dan respuesta al perfil ocupacional al momento de egreso, que cuenta además con habilidad investigativa para el manejo y la resolución de problemas organizacionales, con visión estratégica y de liderazgo para poder responder a las variables del entorno, especialmente en el área comercial y financiera con sentido ético y responsabilidad social, conforme al perfil profesional.

4.2 Aspectos Curriculares del Programa

En concordancia con la Resolución 2767 de 2003 del MEN que reglamenta los aspectos curriculares de los programas de administración y de acuerdo con la reestructuración curricular del programa Administración de Empresas Comerciales, Acuerdo 043 de 2004, se diseña el modelo curricular y el plan de estudios que comprende 53 componentes temáticos con 156 créditos, metodología presencial, con actividad académica de lunes a viernes (ocasionalmente los sábados) y desarrollo de escenarios de práctica como Consultorio Empresarial los días sábados de 8 a 12 a.m.

El programa a través del Consejo de Facultad y Comité de Currículo de manera gradual ha realizado ejercicios de reflexión curricular con el objetivo de revisar y estudiar el plan de estudios que responda a las exigencias actuales. Este es un ejercicio constante, los principales ajustes se han realizado en torno a la actualización de los programas analíticos teniendo como base las competencias propuestas en el Proyecto Tuning para América Latina y adoptadas para Colombia por ASCOLFA (2004-2006). Por otra parte, se realizó una reforma en la Electiva de Profundización Solidaria, sin alterar su número total de créditos, pero ampliando los contenidos de temáticas de investigación de los estudiantes por medio de la Asociatividad y Competitividad; así mismo, los contenidos de las electivas de cada semestre.

El programa, en concordancia con los preceptos del Modelo Pedagógico Institucional, MOPEI, concibe que la formación de la persona sea posible en la medida que se desarrollan todas las dimensiones del hombre. Por tanto, la educación no se restringe únicamente al estudio de las áreas propias de la disciplina, sino que además incorpora en el proceso la formación humanista. Es así, como el currículo se orienta hacia la búsqueda del deber ser, el saber y el hacer, por tanto, está apoyado en una formación analítica, participativa y pertinente.

Del mismo modo, asume una estructura curricular que comprende las áreas de formación profesional, específica, humana e investigativa, debido a la especificación de sus saberes, mediante contenidos disciplinares que incluyen conocimientos científicos, teóricos, procedimentales incorporando las tecnologías, que, en el contexto internacional y nacional, se impulsan para la formación de profesionales los cuales se orientan a promover competencias académicas y profesionales.

Los propósitos que orientan la formación de los estudiantes del Programa tienen dos direcciones. Por una parte, dar respuesta a las necesidades de formación profesional del sector económico del país, por otra, contribuir al desarrollo y mejoramiento de la sociedad a través de la formación de sujetos con todas las cualidades expresadas en los objetivos descritos en el PEP, Proyecto Educativo del Programa, PEP. (Administración de Empresas Comerciales, 2016, p. 19).

Pertinencia del Currículo para contextos locales y globales. Como resultado de la investigación realizada por docentes del programa, al comparar los programas de administración de empresas ofertados por las universidades con las que tiene convenio Unicolmayor a nivel mundial, se evidencia un escenario positivo para la generación de alianzas e intercambios mediante los cuales, se pueda dar respuesta a las necesidades empresariales, obteniendo mayor articulación del programa con diferentes campos de acción mediante la oferta de electivas.

El programa de administración de Empresas Comerciales hace presencia a través de varios espacios en donde los diferentes saberes y especialidades intervienen y aportan sus conocimientos

para el desarrollo integral de la propuesta de formación académica. El aspecto interdisciplinario toma sentido con el hecho de incorporar en su propuesta curricular varias ramas del pensamiento y saberes en sus actividades académicas, como son: Salas abiertas de formación SAFO, creación de empresa, empresa actual, consultorio empresarial, desarrollo de proyectos de investigación; así, la estructura curricular está orientada por los principios establecidos en el Acuerdo 013 de mayo de 2003: formación integral, interdisciplinariedad, pertinencia, flexibilidad curricular, innovación pedagógica, calidad, eficiencia e internacionalización.

Transversalidad e integralidad del currículo a la luz del PEI y del MOPEI. La transversalidad e integralidad del currículo en el programa a la luz del PEI y del MOPEI, se desarrolla considerando la importancia del ser humano, desde su valoración como persona y que infunde respeto por el otro y por la diversidad; desde los diferentes componentes de su proceso de formación, el estudiante de administración de empresas comerciales de Uicolmayor acentúa estos atributos que desde su sentir, le permiten generar propuestas de solución a problemáticas sociales, encaminadas a hacer organizaciones, localidades y regiones más competitivas y sustentables, exhortándolos también al cuidado del ambiente para la conservación del planeta, como está establecido en el Acuerdo 031 del 16 de unió de 2020, por el cual el Consejo Académico actualiza los Lineamientos curriculares, *“orientados a fortalecer el diseño, desarrollo y evaluación curricular de los programas académicos de pregrado y posgrado”*.

Es así como el humanismo con enfoque ecológico definido dentro de la filosofía del PEI, se muestra cada vez más a través de los resultados de los proyectos de investigación, tanto de estudiantes, como de docentes del programa. De igual manera, se fomenta la integralidad y transversalidad en los diferentes espacios de formación socio humanística, como son aquellos relacionados con la ética profesional y taller de vivencia en valores, que fortalecen su actual y la cultura ciudadana desde el ser. Adicionalmente, en el proceso de formación se incluye la electiva de profundización ambiental que les permiten reconocer y desarrollar propuestas para el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes en el entorno ambiental, generando tendencias de disminución y optimización de los recursos ambientales, que permitan establecer el equilibrio entre el medio ambiente y las personas.

Desde el emprendimiento en el programa, también se puede apreciar la integralidad y transversalidad del currículo a través de la generación de propuestas de creación de empresas sustentables, planes de acción de mejora a empresas que hayan identificado alguna problemática y desde el escenario de práctica de empresa actual, los estudiantes desarrollan una labor propositiva y novedosa para el mejoramiento de estas empresas; de igual manera, el consultorio empresarial, donde los estudiantes asumen el rol de asesores a pequeños emprendedores, involucrando en su orientación aspectos sobre protección y desarrollo de procesos amigables con el medio ambiente.

Por último, además de los espacios de formación e investigación, se realizan actividades articuladas a proyectos institucionales, encaminadas a fomentar en los estudiantes el cuidado por el ambiente.

Flexibilidad curricular para el desarrollo de la autonomía del estudiante. La flexibilidad curricular, el programa la asume en su modelo curricular y pedagógico desde la perspectiva de formación integral y humanística, considerando las características y competencias necesarias que se espera adquiera y desarrolle el profesional en administración; de igual manera, comprende la investigación como una exigencia y un proceso de formación permanente, a la interdisciplinariedad como encuentro entre saberes, la educabilidad como capacidad adquirida para adaptarse al cambio a través de la adquisición de nuevas conductas que le permitan su ubicuidad y la necesidad permanente de actualizarse; a la enseñanza como la capacidad comunicativa pedagógica (didáctica) de los actores, especialmente, el docente permite poner en común los saberes propios de la disciplina y el diálogo constructivo con la realidad mediante la investigación, apoyado en ambientes y técnicas que propicien la aprehensión, circulación y uso del conocimiento.

Otro aspecto a considerar es la tutoría como parte del proceso docente educativo que se presenta en diferentes modalidades y formas que se complementan entre sí.; es así como se distinguen las académicas y de gestión. Las primeras hacen referencia al seguimiento y acompañamiento del profesor al trabajo independiente del estudiante, lo cual permite alcanzar la flexibilidad curricular y la implementación adecuada del sistema de créditos. Las de gestión se relacionan con el trabajo que realiza el docente tutor de los programas académicos, con la colaboración de profesionales encargados del área de bienestar, para ofrecer a los estudiantes apoyo administrativo, logístico y personal.

4.3 Currículos en dimensión de inter y transdisciplinariedad

La formación disciplinar se articula con otros campos del conocimiento a través de la interacción de los saberes y experiencias del personal docente desde diversas ópticas; en el campo del derecho, por ejemplo, se inicia con introducción a la constitución y se articula con las especialidades de lo comercial, lo laboral y tributario. Desde el campo de lo contable, el estudiante tiene la posibilidad de complementar sus conocimientos con los procedimientos en contabilidad, costos, presupuesto y análisis financiero. Esto sin dejar de mencionar los componentes de campo económico como microeconomía, teoría macroeconómica, economía internacional, negocios y mercados internacionales, los cuales apoyan la comprensión de los fenómenos globales con incidencia en las organizaciones. También existe una fuerte relación con el campo de la ingeniería en investigación de operaciones, gerencia de producción y sistemas de información gerencial.

Es importante mencionar la articulación con los componentes básicos entre ellos matemáticas, estadística, inglés e investigación, así como con las áreas de profundización, donde confluyen especialidades en mercadeo, gestión ambiental, gestión financiera y gestión en asociatividad y competitividad, lo que ayuda a una formación integral como administradores de empresas comerciales a través de la investigación formativa y sobre todo, con la participación en los diferentes proyectos de los escenarios de práctica, donde se tiene la posibilidad de fomentar el

trabajo en equipo, la revisión y aplicación de métodos y técnicas contemporáneas para la gestión de las organizaciones desde la óptica de la proyección social.

Con el fin de garantizar una formación integral del estudiante desde el ser y saber actuar en la sociedad, el plan de estudios comprende un enfoque en el fortalecimiento de los valores, no solo con los componentes de taller de vivencia en valores y ética profesional, sino en todos los componentes de la malla curricular, donde la instrucción es involucrar temáticas que aborden las problemáticas sociales y profesionales a las que se ven enfrentados en su diario vivir, con el discernimiento de la importancia de un comportamiento ético en el ejercicio de la profesión.

Tanto la formación básica como profesional, apoyada transversalmente desde la mirada del ser, los componentes tienen una orientación específica y un orden lógico hacia varios proyectos: el primero, una clara concepción a desarrollar proyectos de emprendimiento, los cuales se incuban a lo largo de la carrera, se estructura en el componente de plan de negocios y se potencializan en el desarrollo de las prácticas empresariales. El segundo, la investigación formativa que integra saberes en las áreas de profundización bajo los lineamientos del método científico, con un enfoque a la práctica y a la utilidad de los resultados en los sectores productivos, y el tercero, una formación integral que busca potencializar las habilidades de los estudiantes de tal manera que sean competitivos en el mundo laboral.

En este orden de ideas y bajo la necesidad de interrelacionar a los estudiantes con otras disciplinas, se crean espacios para compartir conocimiento, experiencias e intercambio cultural a través de los semilleros de investigación, las salidas pedagógicas, los escenarios de práctica con su enfoque al emprendimiento y la participación en eventos con universidades nacionales y extranjeras a través de los procesos de internacionalización. De la misma forma, el programa ofrece un abanico de modalidades de grado que le permiten al estudiantado complementar su perfil en otros espacios de investigación y de formación, como pasantías, proyectos, publicaciones, diplomados y experiencias profesionales, donde tienen la posibilidad de interactuar con egresados de otros programas, profesionales de otras disciplinas y culturas.

La formación del estudiante de administración de empresas comerciales se fortalece a través del perfil de los docentes, quienes en su mayoría ostentan entre dos y tres títulos de posgrado, a nivel de especializaciones, maestrías y doctorados. En síntesis, el plan de estudios está diseñado para el fortalecimiento de un programa articulado con su entorno desde las funciones sustantivas de formación, investigación, proyección social e internacionalización, logrando fortalecer una comunidad académica integrada por los estudiantes, docentes, egresados, funcionarios de la universidad, empresarios y emprendedores a través de la unidad de emprendimiento y el semillero de investigación, generando un reconocimiento en el fomento de la cultura emprendedora y de la visibilización en la producción de conocimiento.

4.4 Internacionalización curricular como demanda cultural y social

El programa de Administración de Empresas Comerciales en la búsqueda de mejora continua de sus capacidades integra la Internacionalización curricular como demanda cultural y social en los términos de los Lineamientos Curriculares Institucionales que para el programa implican:

- La oferta de diferentes actividades instaladas en la vida diaria del campus universitario, que incidan en las dinámicas socioculturales de la comunidad académica para alentar la vida lingüística, artística y cultural.
- El establecimiento de diferentes convenios de cooperación académica, científica, cultural y de extensión con instituciones del orden internacional, en el marco de los cuales se pueda proponer la movilidad de los actores de la comunidad.
- El rediseño y actualización curricular de los programas académicos con base en tendencias, estado del arte de la disciplina o la profesión e indicadores de calidad reconocidos por la comunidad académica internacional.
- El uso de por lo menos un medio de difusión o divulgación internacional de los resultados de investigación, innovación, creación artística y cultural del programa académico.
- La incorporación de profesores y directivos académicos con perfiles y competencias lingüísticas e interculturales en el ámbito internacional, que aporten al diseño, gestión e implementación de estrategias relacionadas con lo global.
- La inclusión dentro del plan de estudios de los programas, de componentes temáticos encaminados a la enseñanza de una segunda lengua o al fortalecimiento de esta, por medio de componentes temáticos disciplinares/profesionales, electivas o de profundización orientadas totalmente en un segundo idioma.
- La incorporación dentro de los componentes temáticos propuestos en el plan de estudios, de lecturas y material de apoyo audiovisual en lengua extranjera, profesores internacionales invitados en conferencia virtual, en tiempo real y en doble vía, etc.
- El diseño y rediseño de propuestas académicas ajustados a estándares internacionales (programas académicos conjuntos de pregrado y posgrado, cotutelas de trabajos de grado, entre otras).
- La programación de eventos o actividades académicas con impacto internacional y en diferentes modalidades (presencial – virtual)
- La planeación y desarrollo de movilidades de estudiantes y profesores: institucionales y libres, salientes y entrantes, físicas y virtuales, con ocasión de eventos académicos, periodos de estudio, prácticas, pasantías, proyectos de investigación, etc.
- La promoción de doble titulación con universidad extranjera.
- El diseño y desarrollo de estrategias para que los egresados puedan acceder al mercado laboral nacional e internacional.

- La construcción conjunta con comunidades académicas de universidades extranjeras, que favorezcan la participación y construcción de conocimiento en red, a través de proyectos de cooperación e investigación, elaboración de módulos, cursos, diplomados, etc.
- El apoyo a la formación posgradual de los profesores en universidades extranjeras
- La generación de espacios de encuentro y dialogo intercultural para el reconocimiento de los pueblos y culturas (nacionales e internacionales) diferentes a la local.
- La consumación de un proyecto exclusivamente enfocado a fomentar los intercambios estudiantiles.
- Conformación de grupos y proyectos de investigación que congreguen estudiantes/profesores/investigadores de diferentes disciplinas, para generar proyectos interdisciplinarios, con impacto social y en armonía con el ambiente.

4.5 Currículo centrado en el aprendizaje

Exponer para el programa de Administración de empresas comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca el currículo centrado en el aprendizaje implica una manera distinta de pensar y desarrollar la práctica docente, partiendo de los objetivos al resultado del aprendizaje, es así como la elaboración de un contenido sintético que aborda los objetivos de cada uno de los componentes da respuesta a esta metodología.

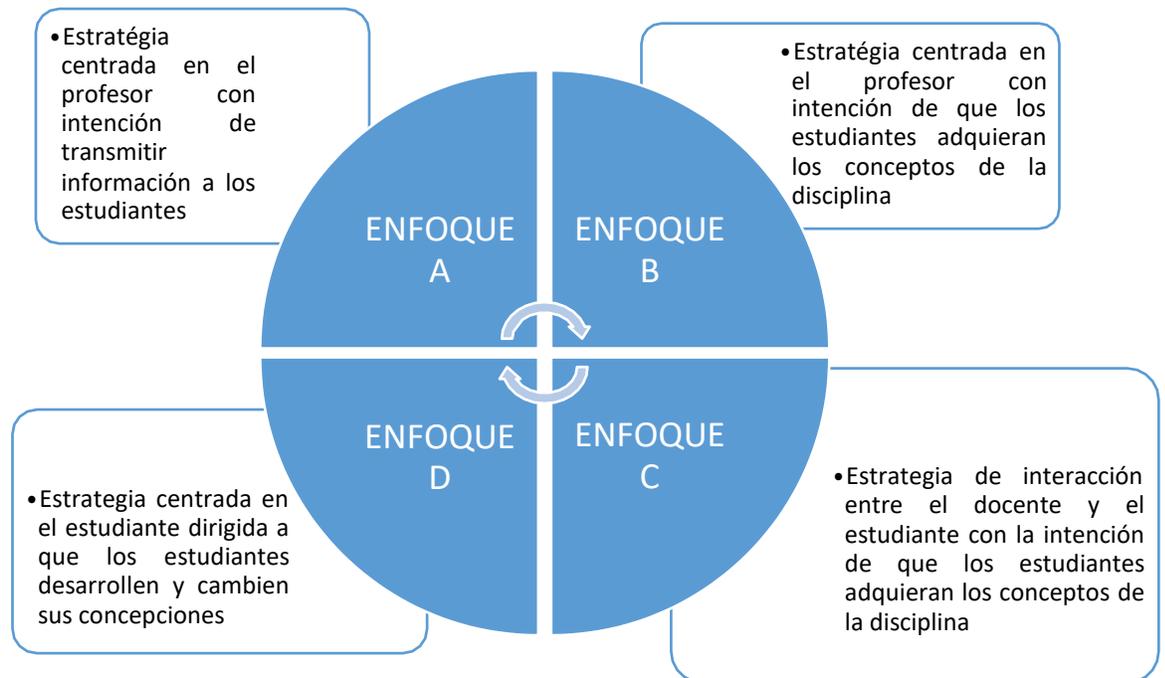


Imagen 1. Ejes del currículo por competencias. Elaboración propia apoyado en modelos curriculares (Tobón)

El anterior diagrama busca determinar las principales características del currículo centrado en el aprendizaje el cual se agrupa en cuatro ejes principales, lo que presume un esfuerzo de colaboración entre profesores y alumnos unos y otros están implicados en la toma de decisiones con respecto a objetivos, contenidos y metodología, y por lo tanto debe desarrollarse mediante una consulta y una planeación informal durante la sesión de la clase. y, el alumno ha de ser consciente de que difícilmente los objetivos establecidos podrán ser alcanzados con el esfuerzo realizado en clase

El desarrollo de un currículo centrado en el aprendizaje debe contar con una línea estructural que puede ser presentada a los estudiantes de esta manera:



Imagen 2. Línea estructural del aprendizaje por competencias. Elaboración propia, apoyado de modelos curriculares (Tobón)

Finalmente, para adoptar un currículo centrado en los procesos de aprendizaje en programa de Administración de empresas comerciales deberá adoptar tres aspectos fundamentales:

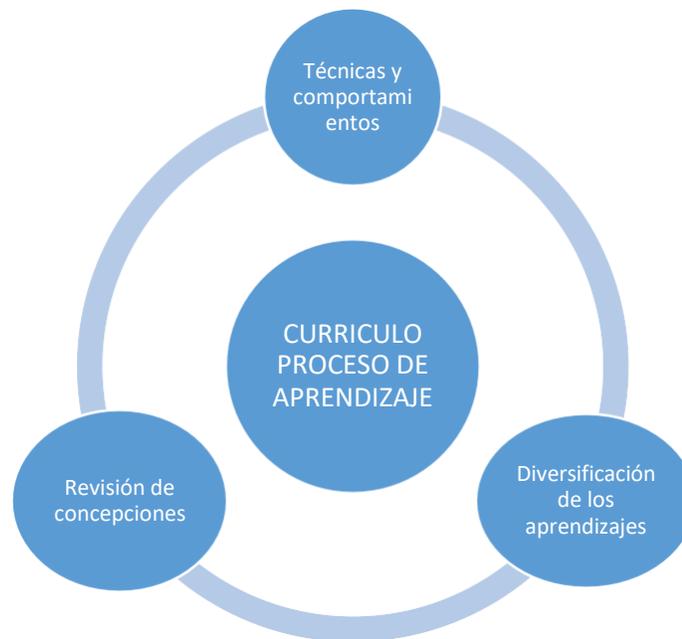


Imagen 3. Aspectos fundamentales para implementar un currículo por aprendizaje.
Elaboración propia a partir de Lineamientos curriculares.

- *Analizar y comprender las técnicas y comportamientos de las nuevas generaciones de estudiantes, las brechas socio-culturales; políticas; tecnológicas y educativas todo lo anterior asumido como una oportunidad para el apoyo de procesos de formación integral e inclusión para la vida y el desempeño profesional.*
- *Reconocer la existencia de la diversificación de aprendizajes a partir de las capacidades, intereses, necesidades, expectativas y conocimientos previos con el fin de facilitar el proceso de aprendizaje.*
- *Revisar las concepciones de la educación y su ramificación de acuerdo a las características anteriores y su aplicabilidad.*

Desarrollo de Competencias en el currículo. El programa de Administración de Empresas Comerciales entiende que las competencias son el resultado de un proceso de integración de habilidades y conocimientos (saber, saber-hacer, saber-ser, saber-emprender).

El Ministerio de Educación Nacional en un documento titulado “Propuesta de lineamientos para la formación por competencias en educación superior”, presenta de manera gráfica las competencias genéricas que deben ser desarrolladas en la educación superior y menciona que “*sin entrar en el debate abstracto, se propone una clasificación que obedece a motivos más prácticos que epistemológicos: en ella no se pretende sentar una teoría sobre la cognición y las herramientas metacognitivas, sino simplemente agrupar las competencias genéricas que son reconocidas como fundamentales en la gran mayoría de estudios internacionales.*”. (MEN, 2015, p. 3).

De igual manera, en el PEP se puntualiza que, teniendo como base *“las competencias propuestas en el Proyecto Tuning para América Latina y adoptadas para Colombia por ASCOLFA (2004-2006), desde cada una de las disciplinas y escenarios específicos en los que se desarrolla la actividad académica, se fortalecen competencias específicas de la profesión, de modo que el estudiante esté en capacidad de desarrollar un planteamiento estratégico, táctico y operativo; identificar y optimizar los procesos de negocio de las organizaciones; desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo; identificar interrelaciones funcionales de la organización; ejercer liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización; detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y desarrollar nuevos productos; administrar la infraestructura tecnológica de la empresa; formular planes de mercadeo, negocios y marketing.”* (MEN, 2015, p. 3).

Así las cosas, se debe comprender la clasificación que expone Sergio Tobón cuando expresa que tanto las competencias generales *“propias de una rama profesional (salud, ingeniería, educación)”* y específicas *“propias de cada profesión y le dan identidad a cada ocupación”* tiene a su vez dos subclases: la primera son las competencias globales, las cuales *“son amplias y se relacionan con un área de desempeño”*, y la segunda, las unidades de competencia, que son *“concretas y se refieren a actividades generales dentro de las mismas competencias y no a áreas de desempeño.”* (Tobón Sánchez, 2006, p. 106).

Bajo esta explicación, las competencias genéricas y específicas para el Administrador de Empresas Comerciales están identificadas previamente, ahora, para introducir estos aspectos en el currículo a través de los componentes temáticos, se tomará el aporte de Tobón, de tal manera que la interpretación al caso es que las competencias globales se asocian con el fin último que se busca en cada uno de los componentes temáticos, es decir, para contextualizarlo en el Programa se debe tener en cuenta el saber general que se encuentra registrado en cada formato analítico y las unidades de competencia que reflejan un conjunto de conocimientos y habilidades a desarrollar para cumplir con las competencias globales, que como bien se puede apreciar en los programas analíticos, dan cuenta de cada una de las unidades y las actividades o tareas que se trabajan durante en cada periodo académico.

En este orden de ideas, Tobón define las competencias como *“procesos complejos de desempeño con idoneidad en determinados contextos, teniendo como base la responsabilidad.”* (Tobón Sánchez, 2006, p. 100). Es importante tener en cuenta que la formación por competencias *“tiene como eje central formar no solo para la ejecución de actividades profesionales, sino también educar para aprender a analizar y resolver problemas, lo cual implica un enfoque investigativo”* además *“este enfoque implica tener como eje transversal de todo el currículo, la ética”* (Tobón Sánchez, 2006, p. 102) como fórmula para garantizar un desempeño integral del profesional.

Estos elementos descienden en la forma como se deben construir las competencias; por lo tanto, se presenta *“redactando la información que se ha identificado como desempeños individuales, con una fórmula estandarizada según la cual primero se coloca el verbo, luego el objeto*

y luego la condición.” (Saracho, 2005). Como interpretación de este uso, el programa creó una matriz de competencias en la cual cada docente, a través del respectivo jefe de campo, insertó los desempeños esperados de los estudiantes en cada uno de los componentes temáticos; dicha matriz, identifica el área, el componente y las competencias, haciendo referencia al ser, saber y saber hacer, en un ambiente de aprender y desaprender. Es importante destacar que cada campo no solo tuvo en cuenta los conocimientos teóricos y prácticos, las mediaciones pedagógicas, sino también el enfoque investigativo y el acontecer ético, que en conjunto permiten una formación integral.

Proyecto integrador semestral por competencias. Como plan de gestión y desarrollo, se propone un modelo integrador por competencias semestrales que tengan como foco establecer en cada semestre un plan de trabajo que integre todos los componentes temáticos, y los enfoque al cumplimiento de competencias definidas por semestre, con una dirección establecida durante toda la carrera.

4.6 Currículos para la formación en capacidades en ciencia, tecnología e innovación

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se ha declarado una Universidad en docencia con vocación investigativa, lo cual no implica que la investigación se constituya en una función de segundo orden, sino que, por el contrario, crea la contingencia para que esta se vea fortalecida desde los procesos de docencia, con el fin de asistir en la búsqueda de soluciones a problemáticas que afectan la sociedad: desde la investigación formativa como una primera e ineludible aproximación de los estudiantes en el pregrado a la cultura de la investigación de la Institución o, desde la formación en investigación propiamente dicha, que motiva la apropiación y el desarrollo de las competencias para que los actores del currículo, den cuenta de actividades relacionadas con la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación, tanto para el sector académico, como para el externo.

En coherencia con lo expuesto, la formación de los estudiantes en capacidades en ciencia, tecnología e innovación debe sumarse como un aspecto que en los programas académicos se traduce en la dinamización y transformación curricular. Por lo anterior, esta característica debe ser expresada y evidenciada en los currículos de los programas académicos de Unicolmayor, de la siguiente manera:

- ✓ La vinculación de los estudiantes a semilleros, grupos y líneas de investigación, a través de lo cual puedan ir perfeccionando competencias investigativas.
- ✓ La inclusión dentro de las prácticas pedagógicas de estrategias de enseñanza a través de la investigación, en los diferentes componentes temáticos del plan de estudios.
- ✓ La estructuración de una línea de investigación formativa en el plan de estudios de todos los programas académicos.
- ✓ La posibilidad de desarrollar trabajos de grado en orden investigativo.

- ✓ La formulación desde las líneas y grupos de investigación, de proyectos investigativos contextualizados y con impacto social.
 - ✓ La directriz de cumplimiento, tanto para el equipo de profesores como para los estudiantes que se vinculen a procesos de investigativos, de crear y actualizar constantemente el CvLac, en la plataforma Scienti de Colciencias, así como de asociar los productos derivados de su actividad académica o formativa dentro de la Institución.
 - ✓ La creación por parte de profesores y estudiantes vinculados a procesos de investigación del Orcid y del Google Académico.
 - ✓ La celebración de convenios nacionales e internacionales con otras instituciones, para la elaboración de proyectos de investigación conjunta.
 - ✓ El diseño e implementación de planes de mejoramiento para los grupos de investigación, en función de ascender en su clasificación en Colciencias, en el que se establezcan los productos a realizar, de acuerdo con el tipo de producción relevante para el campo disciplinar.
 - ✓ La creación de espacios académicos y formativos, que congreguen a los investigadores de los programas, facultad o institución, con el fin de fomentar la transferencia del conocimiento que generan los grupos de investigación en la institución.
 - ✓ La elaboración y presentación de artículos para revistas académicas indexadas o que se encuentren ranqueadas dentro de los indicadores o índices de impacto en producción académica.
 - ✓ La elaboración de proyectos de investigación o de producción académica, de manera conjunta entre profesores y estudiantes.
 - ✓ La planeación, desarrollo y publicación de libros, artículos, módulos, patentes, etc., y otros productos reconocidos por Colciencias.
 - ✓ La participación en actividades académicas internas y externas, nacionales e internacionales, que impacten la formación en investigación de los estudiantes y los profesores.
- La exaltación y reconocimiento institucional a estudiantes y profesores investigadores.

4.7 Estructura organizativa

La estructura organizacional la conforman las áreas Básica y electiva, como se describen a continuación:

Área Básica, está dividida en Campos de Formación: *Fundamentación disciplinar*, *Fundamentación profesional*, y *Desarrollo personal y social*.

Área Electiva, dividida en *Electiva de Profundización* y *Electiva de Complementación Integral*.

El campo de **Fundamentación disciplinar** se agrupa en cuatro núcleos temáticos: la Administración y las organizaciones, mercadeo, economía y finanzas, e informática. Estos núcleos aglutinan 20 componentes temáticos, que son las unidades básicas que conforman el plan de estudios en cada una de las áreas de formación. En este campo se desarrollan y fortalecen los conocimientos fundamentales de cada una de las disciplinas del saber, cuyos aportes favorecen la solidez de la formación profesional.

El campo de **Formación profesional**, se agrupa en siete núcleos temáticos: Administración y las organizaciones, mercadeo, economía y finanzas, producción y operaciones, informática, gerencia de personal y legislación. Estos núcleos agrupan 24 componentes temáticos, iniciando su estudio a partir del quinto semestre. Este campo provee herramientas propias de la formación científica y tecnológica para el ejercicio de la profesión.

El campo de **Desarrollo personal y social**, está conformado por dos componentes temáticos: Taller de vivencia de valores y Ética profesional, con el propósito de estimular en el estudiante una voluntad de servicio, brindándole elementos que le permitan fortalecer la personalidad y la vivencia de los valores humanos fundamentales en su relación personal, interpersonal y social. Estos son de ineludible cumplimiento para garantizar una formación coherente con la filosofía propia de la Universidad.

En las **Electivas de profundización** se promueven cuatro énfasis que se presentan desde tercer semestre, continuando con el proceso de manera secuencial desde séptimo a décimo semestre. Cada una de estas electivas se desarrolla en cuatro componentes temáticos que serán estudiados hasta culminar el plan de estudios; esto le permite al estudiante seguir una línea de estudio según sus intereses, para complementar y profundizar en conocimientos y prácticas específicas, de modo que pueda desempeñarse de manera competente y con sentido de liderazgo. Así mismo, los estudiantes orientan sus proyectos de investigación formativa en los contenidos temáticos de seminario de investigación de octavo semestre y seminario de grado de décimo semestre hacia las temáticas relacionadas con la profundización seleccionada. Estas electivas son:

Ambiental, inicia en tercer semestre con epistemología de la ciencia; en séptimo semestre, ambiente, economía y sociedad; en octavo, legislación ambiental; en noveno, ecología y en décimo semestre, sistemas de gestión ambiental.

Economía solidaria, esta electiva fue modificada por Asociatividad y competitividad para la sostenibilidad, con el propósito de ampliar los campos de acción en la investigación de esta electiva de profundización. Resultado de un estudio realizado por algunos docentes en el año 2018, se logró identificar la necesidad de realizar este cambio que cuenta con su respectiva fundamentación en los temas de globalización contemporáneos.

La línea de formación de esta electiva de profundización inicia en tercer semestre con seminario de problemas globales contemporáneos; en séptimo semestre, tendencia de las formas asociativas; en octavo, gerencia para la asociatividad y competitividad; en noveno, política y legislación para la asociatividad y en décimo, contexto financiero para la competitividad.

Mercadeo, a partir del tercer semestre se propone Psicología del consumidor; en séptimo, plan de mercadeo; en octavo, Ecommerce; en noveno, Mercadeo de servicios y en décimo semestre, Publicidad.

Finanzas, en séptimo se oferta finanzas en Excel; en octavo, riesgo y control financiero; en noveno evaluación y valoración de empresas, y en décimo semestre, moneda y banca.

La electiva de **Complementación integral**, involucra actividades diferentes a la formación académica y tiene como objetivo, ayudar al desarrollo personal y social para desarrollar competencias que permitan al estudiante abordar, reflexionar y valorar diversos aspectos del contexto cultural, espiritual, estético, político, comunicativo, económico, ambiental y deportivo, entre otros (Acuerdo, 013 de mayo 12, 2003).

Mediante las electivas de complementación integral, se promueve el desarrollo integral del estudiante desde la humanística. De esta forma el área electiva, en sus dos modalidades: profundización y complementación integral, permite al estudiante acceder a saberes específicos de su profesión y a saberes generales que lo introduce en espacios inter y multidisciplinarios para enriquecer su desarrollo integral.

En correspondencia con el MOPEI, respecto del desarrollo de competencias, la práctica pedagógica se despliega en sus diferentes dimensiones lo que permite promover nuevos contextos de interacción y nuevas lógicas para acceder al conocimiento. Entre las competencias que caracterizan al Administrador de Empresas Comerciales, se encuentran las siguientes:

Competencias generales. En este grupo se trabajan las *cognitivas, tecnológicas, socio afectivas y comunicativas*. Las cognitivas se relacionan con la capacidad para informarse y aprender sobre el significado, el sentido, las correlaciones y los cambios que explican y transforman los fenómenos de una situación determinada. Las tecnológicas atañen a aquellas habilidades para utilizar recursos tecnológicos como Internet, herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica, así como herramientas de autor: diseño gráfico, páginas web y plataformas virtuales, entre otros. Las socio-afectivas hacen referencia a la habilidad para establecer vínculos de interacción social, de reconocimiento recíproco, de inspiración, de confianza, respeto con los demás y la identificación del poder como servicio, para generar espacios adecuados de participación y liderazgo. Las comunicativas, consideradas como estructuras, patrones y sistemas del lenguaje internalizados, que regulan los procesos de comprensión, interpretación, argumentación, fundamentación y construcción de significados y de sentido.

Las competencias específicas, se relacionan directamente con la disciplina, pero también con el campo de formación y área de estudio a la que pertenece. Por consiguiente, se proponen según los acuerdos establecidos por los docentes dentro de un área determinada.

Otro aspecto a considerar es **la investigación** como un objetivo estratégico de formación integral, que se orienta al reconocimiento de situaciones problema y a la solución de éstas en el contexto académico y social.

De igual forma, **el emprendimiento** que no solo es la manifestación tangible de la disposición e impulso para lograr un objetivo, si no el desarrollo de estrategias que motivan al estudiante a hacer con empeño operaciones propias de la formación y potenciación de las competencias en el área comercial, por lo que constituye un proceso de avance caracterizado por la constante innovación.

Créditos Académicos

De acuerdo con lo planteado en el MOPEI los programas académicos se estructuran mediante créditos, éstos se definen como la unidad de valoración del trabajo académico del estudiante en cada asignatura o actividad, que incluye tanto el tiempo de trabajo en la interacción directa con el docente, en aulas, laboratorios o prácticas; como el trabajo independiente del estudiante.

Los créditos según el MOPEI se definen como el tiempo presencial, al tiempo que el estudiante dedica a las actividades de formación, con acompañamiento directo del profesor o monitor y que se desarrollan mediante clase magistral, seminarios, discusión o asistencia a trabajos dirigidos de talleres, laboratorios o actividades prácticas; y por tiempo independiente, el período adicional al presencial que dedica el estudiante al estudio individual, lecturas de materiales de consulta, libros de texto, bases de datos o Internet, análisis y solución de problemas, preparación y realización de informes, reportes y ensayos, así como la preparación para las evaluaciones.

El crédito es una medida del trabajo académico para las diversas modalidades educativas, esto es, educación presencial, a distancia, virtual y semipresencial. La duración en horas de labor académica es la misma y se cumple a través de diferentes momentos estructurales: estudio independiente; pequeños grupos colaborativos de aprendizaje; y tutoría académica individual y grupal; acompañamiento y monitoreo de la calidad del aprendizaje; evaluación formativa, de rendimiento e impacto, entre otros.

Así mismo, el crédito académico es un ordenador y autorregulador de las diferentes interactividades propias del aprendizaje. En su implementación se reconocen las interacciones entre el docente o mediador pedagógico y los estudiantes; entre los estudiantes y las diferentes mediaciones pedagógicas, tanto sincrónicas (directas) como asincrónicas (diferidas).

Las características de los créditos académicos visualizan la necesidad de cambiar el paradigma de la docencia tradicional, soportada en la enseñanza pasiva, el academicismo y la descontextualización de los contenidos, por un nuevo paradigma pedagógico, fundamentado en el valor personal y contextual del aprendizaje metódico, sistemático, autónomo y auto sostenido. En consecuencia, el cambio de paradigma exige el cambio de prácticas, roles y funciones tanto de los estudiantes como de los docentes.

4.8 Aprendizaje autónomo y tutorías

El Modelo Pedagógico Institucional - MOPEI, Enuncia que la formación en los ambientes universitarios ha sido históricamente un proceso complejo, las instituciones han venido adoptando estrategias que fortalezcan la preparación de los estudiantes de manera que puedan tener un buen desempeño a la hora de poner en práctica la profesión que han elegido desde un determinado campo disciplinar. En este sentido, la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca mediante el acuerdo 01 del 05 de febrero de 2007, define la tutoría como “una práctica pedagógica sustentada en un conjunto de estrategias metodológicas, que permiten el acompañamiento y seguimiento del estudiante en el proceso de formación integral que se realiza de modo individual o grupal”. Los propósitos que persigue la tutoría son los de acompañamiento, promoción de la autonomía en el aprendizaje, y la corresponsabilidad de su formación integral.

De acuerdo con las orientaciones anteriores en la práctica se tienen en cuenta los siguientes aspectos que hacen parte del ejercicio cotidiano de acompañamiento a la población estudiantil:

Tutorías Académicas: Es el desarrollo de una relación dinámica, en la cual se abordan temas de contenido como de metodología de trabajo evitando caer en una repetición individual de la clase.

Es la tutoría de apoyo al estudiante cuando éste encuentra dificultades relacionadas directamente con contenidos de su disciplina, o bien con falta de habilidades y destrezas necesarias para el aprendizaje continuo de sus componentes temáticos.

Los docentes del programa de Administración de Empresas Comerciales que tienen a cargo tutorías de gestión las enfocan en el fortalecimiento de los aspectos básicos que conforman la metodología específica de estudio del componente temático, proporcionan bibliografía y demás apoyo de tipo académico, ejemplos de aplicación, pruebas, escenarios de simulación, resolución de problemas, estudio de caso, entre otros que permitan medir el grado de asimilación por parte del estudiante.

Tutoría de Gestión: Son aquellas que realiza el docente tutor del programa y Ciencias Básicas, con la Colaboración de los profesionales de la División del Medio Universitario, de acuerdo con las

necesidades del estudiante, y permite a éste recibir apoyo administrativo, logístico y personal que le faciliten conformar y desarrollar su ruta formativa.

La Tutoría de gestión orienta al estudiante en la vida universitaria para desplegar desde el inicio de la carrera hasta la culminación de ésta sus iniciativas, actitudes y competencias en beneficio de su formación integral y el compromiso institucional.

Para el programa de Administración de Empresas Comerciales, las tutorías de gestión representan el instrumento de fortalecimiento de los procesos académicos, investigativos, socio-económicos, tecnológicos y culturales que contribuyen al bienestar, y por ende al rendimiento con excelencia del estudiante, a través del acompañamiento del docente y los tutores de gestión, frente a los procesos de responsabilidad y compromiso estudiantil para el logro del rendimiento académico con excelencia.

Las Tutorías de Gestión en el programa de Administración de Empresas Comerciales-UCMC, se inician desde la inscripción de horarios y de áreas electivas, desde el cumplimiento de los créditos académicos; el uso de los recursos y servicios de apoyo; los procesos de movilidad nacional e internacional; la asesoría psico-social; la participación en actividades deportivas o culturales, de recreación, de investigación y la participación en aulas virtuales de aprendizaje, a través de socializaciones como son: charlas informativas salón por salón, conferencias generales, hasta llamadas telefónicas estudiante por estudiante, esto es, en cada proceso académico tienen por función el acompañamiento y el seguimiento a la permanencia y culminación del proceso de formación profesional del estudiante.

Las Tutorías de Gestión en el programa de Administración de Empresas Comerciales-UCMC, el maestro en el aula, sea esta física y/o virtual, es quien enseña a aprender, es quien brinda asesoría y orientación al estudiante, quien lo ayuda de una forma directa e inmediata coordinando sus acciones con otros docentes y los padres, y para guiarlo en su trayectoria académica, los Tutores de Gestión, actúan como elementos integradores, con capacidad de escuchar y comunicarse y sirviendo de mediador entre el estudiante y la realidad sin interceptarla, quien le da claves para interpretarla y utilizando el diálogo como instrumento de relación, están en apoyo y seguimiento a la permanencia y culminación con éxito del programa por el estudiante.

4.9 Fundamentación teórica del programa

La Administración está constituida por una serie de postulados, principios, técnicas y teorías desde finales del siglo XIX, cuyos planteamientos están en permanente evolución y, en algunos casos, incluso, se han fusionado con otros, a saber:

Enfoque clásico

Escuela de administración científica: Se basa en el aumento de la eficiencia industrial, mediante la aplicación del método científico en el proceso productivo, en el cual se destacan: Administración Científica Frederick Taylor (1856-1915); Teoría Moderna de la Administración Henri Fayol; Estudios de tiempos y movimientos Frank y Lillian Gilbreth: experimentaron con el diseño y uso de herramientas y equipo adecuados para optimizar el rendimiento laboral.

Escuela Anatomista y Fisiologista de la Administración o Administración Positiva: Henry Fayol (1888) junto a James D. Mooney, Lindal O. Urwick, Henry Niles, Leonard Whittle, se centran en la organización desde un modelo de estructura funcional en cuanto a operaciones: técnicas, comerciales, financieras, seguridad, contabilidad y la administrativa, esta última, enfocada en prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Enfoques contemporáneos

Escuela Humanística de la Administración: se enfoca en el estudio del hombre, sus motivaciones y sus necesidades, dando origen a la Teoría de las Relaciones Humanas; de inicio al estudio de la psicología del trabajo y la psicología industrial, en aspectos sobre la personalidad y sociabilidad del individuo como factores de productividad. Sus exponentes son: Leta Day, Mary Parker Follet, George Elton Mayo y Chester Barnard.

Escuela estructuralista: se encamina en la eficiencia de la organización, sus formas de estructuración y funcionamiento. El planteamiento del modelo burocrático presentado por Max Weber, se apoya en la especialización del trabajo, en la jerarquía específica de autoridad, el desarrollo organizacional, en un conjunto de normas, procedimientos y criterios rígidos de promoción y selección. Entre los exponentes mencionados por Chiavenato (2006), se encuentran: Víctor A. Thompson, Amitai Etzioni, Peter M. Blau, Jean Viet, Robert K Merton, Selznick y Alvin Gouldner.

Escuela Behaviorista o del Comportamiento: basada en el comportamiento o conducta (aprendizaje, estímulos, motivación y reacciones de respuesta y hábitos), influenciada por el nivel cultural de las personas y el estilo de dirección que reciben. Sus principales exponentes señalados en Ballina (2000), están: Hebert Alexander Simón, Chester Barnard, Douglas Mc Gregor, Rensis Likert y John Watson. En la motivación Abraham H Maslow, Frederick Herzberg y David McClelland.

Escuela de Administración por Objetivos: según Peter Drucker (2002), método por medio del cual el nivel ejecutivo determina los objetivos, las metas y las acciones que afectan las distintas áreas para cumplirlas en determinado tiempo. También se conoce como: Administración por resultados, por proyectos, por participación o por motivación.

Escuela Matemática: se fundamenta en la aplicación matemática en investigación de operaciones, lógica y cálculos matemáticos, usadas en econometría, programación, teoría de colas

esperas y restricciones, gráficos, teorías de juegos y probabilidades. Según Chiavenato (2006), entre sus principales representantes están: Herbert A Simón, Igor H. Ansoff, Leonard Arnoff, West Churchmann y Kenneth Boulding.

Enfoques modernos

Teoría moderna de la Administración-Henri Fayol. Se basa en 14 principios de la administración: División del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, subordinación de los intereses individuales al general, remuneración, centralización, escalafón, orden, equidad, estabilidad en los puestos, iniciativa, espíritu de grupo.

Teoría de Sistemas. Contempla a la organización como una serie de partes interrelacionadas e interdependientes que producen como un todo unificado; su principal exponente es Chester Barnard (1938) con: las organizaciones son sistemas sociales que necesitan cooperación. Su análisis se realiza por representaciones o modelos (analógicos, dinámicos, matemáticos, físicos y simulaciones a escala).

Teoría de la Contingencia: las organizaciones son diferentes, enfrentan situaciones distintas y requieren diferentes formas de dirección.

Teoría del compromiso dinámico: indica que las relaciones humanas y los tiempos están obligando a los gerentes a reconsiderar los enfoques tradicionales debido a la velocidad y la trascendencia de los cambios, implicando mayor dinámica (cambio, crecimiento y actividad constantes) y compromiso (involucramiento profundo con otros).

Otros enfoques

Calidad y mejoramiento continuo en el campo del control estadístico y los círculos de calidad de Edward Deming; Teoría Z de William Ouchi; la producción en la fábrica y capacitación del personal en el trabajo de Joseph Juran; y Estrategia Competitiva de Michael Porter, en Koontz & O'Donnell (2008).

Medio Ambiente: Pone énfasis en lo que es la relación organización-ambiente. La teoría situacional asume que no hay una respuesta universal a todas las inquietudes porque las organizaciones, las personas y las situaciones varían y cambian constantemente. Según Hernández (2002), entre los principales exponentes están: Chandler, Burns y Stalken, Wood Word, Lawrence y Lursh.

Responsabilidad Social. La Responsabilidad Social Empresarial es hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley, rentables y estratégicos ya que con ello se genera mayor productividad, lealtad del cliente, acceso a mercados y credibilidad.

4.10 Objetivos de formación del programa

Objetivo general

Formar Administradores de Empresas Comerciales idóneos, con pensamiento estratégico, conscientes de su responsabilidad empresarial, social y ambiental, competentes en la toma de decisiones, con visión innovadora y creadores de empresas tendientes al desarrollo sostenible.

Objetivos específicos

- Ofrecer una sólida formación básica y específica en administración, que permita abordar problemas organizacionales, mediante la integración de conocimientos; entender y analizar procesos de gestión empresarial.
- Interpretar el funcionamiento de las organizaciones dentro de un sistema económico y las variables del entorno, que inciden en su funcionamiento.
- Fortalecer una cultura de servicio al cliente facilitador del cumplimiento de los objetivos organizacionales y sociales, mediante el mejoramiento del área comercial o de los procesos inherentes a la misma.
- Desarrollar el espíritu empresarial de los estudiantes, generando la creación de empresas y el autoempleo.
- Fomentar el liderazgo y el trabajo en equipo, como factores de crecimiento organizacional y personal.
- Brindar facilidades para la apropiación de métodos de trabajo académico, que permitan aprender a aprender, saber - saber, saber - ser y saber - hacer.
- Promover el desarrollo de la capacidad intelectual del educando, el pensamiento estratégico, el espíritu investigativo y el pensamiento crítico, en orden a generar soluciones innovadoras para los ambientes cambiantes de las organizaciones que permitan incrementar el conocimiento disciplinar.

4.11 Perfiles de formación y campos de desempeño

Los perfiles propuestos apuntan a los objetivos de formación del Programa, así como a las exigencias del mercado y del mundo globalizado que cada vez busca un profesional integral, comprometido y competente en su campo de formación. Es así como se han establecido los siguientes perfiles

contenidos en el Proyecto Educativo del Programa, PEP. (Administración de Empresas Comerciales, 2016, p. 20, 21).

Perfil del aspirante

El programa de Administración de Empresas Comerciales busca personas que se identifican con el espíritu administrativo y emprendedor; con deseos profundos de adquirir herramientas y fortalecer sus competencias para liderar procesos de cambio permanente en sus organizaciones, con un claro enfoque en el comportamiento ético y búsqueda permanente por el bien común.

Perfil del admitido

El admitido al programa de Administración de Empresas Comerciales, es una persona que con sus actitudes y valores demuestra identidad con la filosofía institucional, posee unas competencias básicas en matemáticas, lenguaje e inglés y anhela formarse como Administrador de Empresas Comerciales.

Perfil profesional

El Administrador de Empresas Comerciales es un profesional con formación integral e investigativa, que responde a las actuales necesidades de las organizaciones; con una clara visión estratégica y de liderazgo para interpretar las variables del entorno, reconociendo las oportunidades o amenazas surgidas de su interacción en el ámbito nacional, regional o local; con capacidad para dar soluciones y manejar problemas organizacionales, ya sea mediante la creación o el fortalecimiento de su propia empresa o para colaborar en el desarrollo y mejora en organizaciones públicas o privadas, con sentido ético y responsabilidad social.

Perfil ocupacional

El Administrador de Empresas Comerciales puede desempeñarse en las diversas áreas y niveles funcionales de las organizaciones, ser referente en emprendimiento, gestor del cambio, líder de procesos, consultor o asesor organizacional. Son profesionales integrales, con competencias administrativas, comerciales y financieras que los faculta para crear, liderar y gestionar empresas que ofrezcan bienes y servicios de calidad, con conciencia social y respeto por el medio ambiente.

Perfil del egresado

El programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, forma profesionales integrales, con conocimientos, habilidades y destrezas administrativas, comerciales y financieras que los faculta para crear, liderar y gestionar empresas sostenibles y sustentables, que ofrezcan bienes y servicios de calidad, con conciencia social y respeto por el medio ambiente.

4.12 Rasgos pedagógicos del programa

Los propósitos que orientan la formación de los estudiantes del Programa tienen dos direcciones. Por una parte, dar respuesta a las necesidades de formación profesional del sector económico del país, por otra, contribuir al desarrollo y mejoramiento de la sociedad a través de la formación de sujetos con todas las cualidades expresadas en los objetivos descritos en el PEP, Proyecto Educativo del Programa, PEP. (Administración de Empresas Comerciales, 2016, p. 19).

Los perfiles propuestos apuntan a los objetivos de formación del Programa, así como a las exigencias del mercado y del mundo globalizado que cada vez busca un profesional integral, comprometido y competente en su campo de formación. Es así como se han establecido los siguientes perfiles contenidos en el Proyecto Educativo del Programa, PEP. (Administración de Empresas Comerciales, 2016, p. 20, 21).

5. Plan de estudios

La reestructuración del plan de estudios del programa fue aprobada por el Acuerdo 043 de septiembre 28 de 2004, en concordancia con el Acuerdo N.022, 03 junio 2004 sobre equivalencia en créditos académicos. Es así, como el plan de estudios quedó estructurado de la siguiente forma:

Área básica

Está conformada por campos de formación, así: Fundamentación Disciplinar, Formación Profesional y el Campo de Desarrollo Personal con sus respectivos créditos de la siguiente forma:

Componentes fundamentación disciplinar	Créditos
Introducción a la administración	3
Teoría de las organizaciones	3
Desarrollo competencias empresariales	3
Mercadeo	3
Contabilidad	3
Costos	3
Análisis financiero	3
Microeconomía	3
Teoría macroeconómica	3
Economía internacional	3
Taller de informática	2
Matemáticas	4
Cálculo	4
Estadística descriptiva	3
Estadística inferencial	3
Metodología de la investigación	3
Inglés I	2
Inglés II	2
Introducción a la constitución	2
Taller de comunicación oral y escrita	3
Subtotal	58
Componentes campo de formación profesional	Créditos
Competencias gerenciales	3
Planeación estratégica	3
Tendencias contemporáneas de administración	3
Investigación de mercados	3
Mercadeo y negocios internacionales	3

Gerencia de ventas	3
Gerencia de mercadeo	3
Plan de negocios	3
Práctica empresarial I	4
Práctica empresarial II	4
Presupuestos	3
Administración financiera	3
Matemáticas financieras	3
Investigación de operaciones	3
Gerencia de producción	3
Sistemas de información gerencial	3
Desarrollo del talento humano	3
Seminario básico profesional	2
Seminario complementario profesional	2
Seminario de investigación	2
Seminario de grado	6
Derecho laboral	3
Derecho comercial	3
Derecho tributario	3
Subtotal	74
Componentes Campo de desarrollo personal y social	Créditos
Taller de vivencia en valores	3
Ética profesional	2
Subtotal	5

Fuente: Plan de Estudios Programa Administración de Empresas Comerciales, vigente

Área electiva

Está dividida en electiva de profundización y electiva de complementación integral, con los respectivos créditos de la siguiente forma:

Área electiva	Créditos
Área electiva de profundización	15
Área electiva de complementación integral	4
Total	19

Fuente: Plan de Estudios Programa Administración de Empresas Comerciales, vigente

Las áreas básicas y electivas del programa con sus respectivos campos de formación y créditos están agrupadas, así:

No.	Área	Campos de formación	Créditos	%
1.	Área básica	fundamentación disciplinar	58	37.2
		formación profesional	74	47.4
		desarrollo personal y social	5	3.3
		Subtotal de créditos área básica	137	87.9
2.	Área electiva	de profundización	15	9.6
		de complementación integral	4	2.5
		Subtotal de créditos área electiva	19	12.1
Total, de créditos de la carrera			156	100

Fuente: Plan de Estudios Programa Administración de Empresas Comerciales, vigente

Los componentes temáticos que integran el área electiva de profundización, están organizados de la siguiente forma:

Semestre/ Núcleo	Tercero	Séptimo	Octavo	Noveno	Décimo
Básico	Psicología del consumidor				
	Epistemología de las ciencias				
	Seminario de problemas globales contemporáneos				
Gestión ambiental		Sistema de gestión ambiental	Ambiente, economía y sociedad	Legislación ambiental	Ecología
Gestión de Asociatividad y Competitividad		Tendencias de las formas asociativas	Gerencia para la asociatividad y competitividad	Política y legislación para la asociatividad	Contexto financiero para la competitividad

Gestión comercial		Plan de mercadeo	E-Comerce	Mercadeo de servicios	Publicidad
Gestión financiera		Finanzas en Excel	Riesgo y control financiero	Evaluación y valoración de empresas	Moneda y Banca

Fuente: Plan de Estudios Programa Administración de Empresas Comerciales, vigente

Requisitos de grado

El estudiante del programa para acceder al Título como Administrador de Empresas Comerciales debe:

- Cursar y aprobar la totalidad de las asignaturas del plan de estudios, estructurado en 156 créditos académicos, según Acuerdo 043 de 2004.
- Haber aprobado dos electivas de complementación integral durante su carrera.
- Presentación del Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior (Saber Pro).
- Estar a paz y salvo académica, administrativa y financieramente con la universidad.
- Diligenciamiento de la encuesta de caracterización de egresados.
- Enviar a la coordinación del programa la cédula de ciudadanía escaneada por ambas caras.
- Realizar el pago de los derechos pecuniarios correspondientes a los derechos de grado de acuerdo con los valores vigentes.

Respecto al anterior requisito las pruebas Saber Pro evalúan las competencias genéricas y específicas de los estudiantes que finalizan un programa de educación superior (técnica, tecnológica o universitaria). Esta prueba proporciona información para la comparación entre programas, instituciones y metodologías, mostrando cambios en el tiempo y ayudando en la construcción de indicadores de evaluación de la calidad de los programas, instituciones y del servicio público educativo. A la fecha 2017 para la prueba SABER PRO se han presentado un total de 928 estudiantes de los cuales 330 se encuentran por encima de la media Nacional, por otro lado, se observa que para el 2017 la media Nacional se ubicó en 148,35, frente a la media de los programas de Administración que son 157,54, es decir 9.19 puntos por encima de la media nacional.

Cabe resaltar que en los últimos tres años el programa de Administración de Empresas Comerciales se ha ubicado por encima de la media nacional promedio, esto resalta el desempeño de los estudiantes del programa frente al promedio Nacional. En el anexo 4 “Informe Resultados Saber Pro 2012 – 2017” se exponen los resultados consolidados del periodo mencionado, se encuentra adjunto al documento.

Como acción de mejora para ampliar las posibilidades de opciones de grado, se logró la aprobación mediante Acuerdo No 062 del 13 de octubre de 2020 emitido por el Consejo Académico,

de la expedición del Reglamento de las modalidades de grado del programa de pregrado de Administración de Empresas Comerciales en la Facultad de Administración y Economía de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

5.1 Estrategias pedagógicas

Entendemos por estrategia pedagógica aquellas acciones que realiza que el profesor con un proceso de facilitar la formación y el aprendizaje, utilizando técnicas didácticas las cuales permiten construir conocimiento de una forma creativa y dinámica.

Este apartado es fundamental para el programa que cuenta con docentes propositivos ante la actualización de las estrategias y mediaciones pedagógicas constantemente, por esto hay variedad desde el método expositivo abierto con orientación por parte del docente, pasando por diseño, elaboración y desarrollo de talleres de apoyo, métodos de proyectos y solución de problemas, que enfatizan la búsqueda de alternativas cognoscitivas que propendan por el aprendizaje significativo mediante el planteamiento de preguntas y solución de diferentes situaciones, hasta ejercicios de socialización, a partir de la interpretación y argumentación de situaciones concretas. Asimismo, el uso de modelos interactivos mediante la utilización de software especializado y simuladores de mercado, como es el caso del graficador AT de la bolsa de valores de Colombia y bases de datos bibliográficas, la implementación y uso de redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y Twitter para ampliar el radio de información entre estudiantes y docentes.

Los avances tecnológicos han permitido que podamos interactuar en la vida moderna, y aún más en los procesos de enseñanza aprendizaje, en este contexto se ha venido capacitando a los docentes del programa, con el fin de que puedan implementar metodología atractivas en sus procesos de enseñanza, y de esta manera los estudiantes puedan fortalecer su aprendizaje, es muy importante que la pedagogía se vea acompañada de la tecnología, de esta manera los profesores tendrán herramientas con las cuales brindarle a los estudiantes las competencias para la solución de problemas relacionados con la vida profesional y, en definitiva, para utilizar y conocer materiales, procesos y objetos tecnológicos que facilitan la capacidad de actuar en un entorno tecnificado que mejora la calidad de la educación.

Según informe emitido por la oficina de SIETIC (Sistema de Innovación Educativa Apoyada en TIC), se aprecia que cada semestre en el programa de administración de empresas comerciales se ha venido incrementado el ingreso de estudiantes y profesores a la plataforma Moodle, y en general a entornos de aprendizaje TIC (espacio de recursos y actividades) que son las mediaciones disponibles en Unicolmayor como apoyo a los procesos académicos formativos.

Dentro de las estrategias y técnicas didácticas utilizadas por los docentes del programa para dar clases remotas o en línea durante el año 2020 primer y segundo semestre, debido a la pandemia que vivimos a nivel mundial se enumeran las siguientes:

- Glosario colaborativo
- Estudio de caso
- Portafolio
- Mapa mental
- Mapa conceptual
- Mentefacto
- Lluvia de ideas
- Crucigrama
- Preguntas y respuestas
- Ruleta
- Gamificación
- Mentimeter
- Kahoot
- JotForm
- Match the Memory

Gran parte del éxito de una clase remota depende directamente de una planificación adecuada, por ello es preciso que ésta sea diseñada de manera consciente tomado en consideración diversos factores como los anteriormente mencionados. Incluir en dicha planificación diferentes estrategias y técnicas didácticas favorecen de gran manera el desarrollo de las sesiones ya que se promueven ambientes propicios para el aprendizaje por parte de nuestros estudiantes.

En cuanto a la evaluación, el Programa la reconoce como parte esencial del acto formativo, que busca identificar los avances en la apropiación del saber por parte de los educandos. Por tanto, concibe la educación como un proceso centrado en el aprendizaje, entonces, docentes y estudiantes intervienen en la construcción de conceptos relacionados con un conocimiento disciplinar, y la evaluación tiene como objetivo proveer un diagnóstico del estado de comprensión cognitivo alcanzado por los estudiantes, mediante las valoraciones emitidas sobre el grado de apropiación del saber alcanzado en una disciplina, en particular durante el proceso académico.

Alinear las evaluaciones con los resultados de aprendizaje que se pretende logren los estudiantes, así como de brindar retroalimentación que contribuya al fortalecimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje deberá centrarse en estrategias metodológicas que incluyan entre otros la creación de un banco de preguntas que permita generar aleatoriedad en diversos temas de la materia, este enlazado con una continua retroalimentación por parte del docente a los estudiantes y si es posible la integración de actividades a través de uso de la plataformas, mediaciones Tic's en general. Para ello se sugiere Presentarle a los estudiantes el acceso a un espacio virtual paralelo al

de tu clase tradicional, brindar un instructivo paso a paso para lograr que accedan a dichos espacios, establecer los objetivos y metas de trabajo, habilitar canales de comunicación que permitan a generar consultas de esta manera se podrá relacionar temas presenciales e incluir actividades virtuales, tema que está hoy en día y que de acuerdo a las necesidades actuales y su continua globalización harán parte importante de la evaluación.

Una evaluación del aprendizaje evalúa hechos específicos y destrezas aisladas, algoritmos y resolución de tareas rutinarias, incorpora la valoración de procesos de pensamiento, estrategias seguidas para la resolución de problemas, uso de materiales y recursos, habilidades de comunicación oral y escrita, Actitudes y comportamientos entre otros, lo anterior se logra a través de apoyo del docente quien prepara sus clases, y se sugiere realizar inicialmente una lectura para reflexión y su respectiva explicación para observar su manejo del lenguaje, expresión verbal y crítica. Seguido de esto el tema del día a través de intermediación office, tic, videos, presentaciones, que permitirán una lluvia de ideas y discusión del tema, concluyendo con las fortalezas del tema y su relación con el mercado.

Lo anterior se puede trabajar igualmente a través de una relación directa con los estudiantes quienes deberán recibir información a través de un comunicado una lectura para que una vez analizado el texto produzcan un ensayo o se les indica el tema a investigar y presentar un trabajo por escrito individual o en equipo, sustentaciones que deberán socializarse en presentaciones adecuadas y actuales conservando su expresión verbal y su facilidad a la socialización del tema, ofreciendo insumos útiles para la reflexión y ajuste de las evaluaciones, dando una respuesta ante la recepción de los trabajos: siempre desde una perspectiva positiva, incentivando a la mejora, auspiciando el desarrollo alcanzado y volver a cuestionar (aquellos que consideremos que necesita revisión) ampliando la pregunta a los puntos que no se lograron alcanzar.

Finalmente, se sugiere que la evaluación del aprendizaje se trabaje a través de un estudio de caso, o un aprendizaje basado en problemas o situaciones en las cuales el estudiante se plantee diversas respuestas y estrategias para su desarrollo, cuando se realiza la evaluación se recomienda revisar cada opción de pregunta, trabajarla, contextualizar qué se pide o qué se requiere para cada una, de tal forma que me permita determinar la mejor opción de acuerdo a las preguntas transformadas.

Del mismo modo como estrategias que el programa implementa como parte del fortalecimiento en la formación de los estudiantes, se encuentran:

Tutorías: en su conjunto, el sistema de tutorías (Acuerdo 01 de 2007) se orienta a reorientar los procesos académicos hacia una interacción dinámica entre el docente y el estudiante que facilite el énfasis en el aprendizaje centrado en la autonomía y responsabilidad. Así mismo, el sistema de tutorías favorece la implementación de nuevas tecnologías educativas y métodos activos y

participativos, así como la selección adecuada de contenidos que garanticen el desarrollo de las competencias para la formación integral.

La tutoría como parte del proceso docente educativo se presenta en diferentes modalidades y formas que se complementan entre sí. De este modo se distinguen las académicas y de gestión. Las primeras hacen referencia al seguimiento y acompañamiento del profesor al trabajo independiente del estudiante, lo cual permite alcanzar la flexibilidad curricular y la implementación adecuada del sistema de créditos.

Por su parte, las tutorías de gestión se relacionan con el trabajo que realiza el docente tutor de los programas académicos, con la colaboración de profesionales encargados del área de bienestar, para ofrecer a los estudiantes apoyo administrativo, logístico y personal. Además, es necesario apuntar que, de acuerdo con el número de participantes, la tutoría puede ser individual o grupal y en relación con el escenario, virtual o presencial.

Criterios para la definición de los créditos académicos. El Acuerdo 013 del 12 de mayo de 2003, de UNICOLMAYOR, establece las normas para la incorporación de los Créditos Académicos a los programas de la Universidad, de la siguiente manera:

Asignaturas teórico-prácticas

Taller: se refiere al tipo de crédito que se ajusta a unas estrategias de enseñanza y aprendizaje específicas, en el cual el profesor debe atender, tanto a la apropiación de contenidos por parte de los estudiantes como a las competencias de aprendizajes de la formación. Son propios de las asignaturas que requieren mayor acompañamiento por parte de los profesores y su seguimiento en el aula de clase. La relación trabajo con el profesor (TP) / Trabajo Independiente (TI) de los estudiantes guarda una proporción de uno a uno o dos a uno, o tres a uno, este último cuando se requiera de mayor acompañamiento del docente.

Seminario: se utilizan en la programación de las actividades de docencia centradas en aproximaciones teóricas y conceptuales. Requieren mayor acompañamiento por parte de los profesores y su seguimiento en el aula de clase. La relación Trabajo con el Profesor (TP) / Trabajo Independiente (TI) de los estudiantes guarda una proporción de uno a uno.

6. Investigación

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca concibe la investigación como un eje fundamental en el desarrollo del conocimiento, que se encuentra presente en las funciones sustantivas del Proyecto Educativo Institucional -PEI-. Esta se aborda desde lo disciplinar e interdisciplinar, para dar respuestas a problemas del entorno social, económico y administrativo, con el fin de mejorar la calidad de vida y la productividad en Colombia.

La institución cuenta con la Oficina de Investigaciones, encargada de regular todos los procesos relacionados con la investigación mediante el Acuerdo 30 de 02 de agosto de 2005 que, en su Capítulo V, establece el Comité de Investigación de la Facultad, como un organismo especializado con el propósito de conceptualizar, facilitar, hacer seguimiento y dar cuenta de actividades de investigación desarrolladas en la Facultad.

Las principales funciones del Comité de Investigación son: proponer e impulsar planes, programas y proyectos para promover la investigación en cada programa de la Facultad; facilitar y apoyar la conformación de grupos de investigación; avalar las propuestas de proyectos de estos grupos y generar mecanismos de socialización y divulgación de los resultados de investigación. Son miembros del Comité: el Decano, quien preside, los directores de programa o un representante del Comité de Currículo y dos docentes investigadores por cada programa de la Facultad. También establece la secretaría del comité como un evento rotativo del que deben participar los docentes investigadores.

De acuerdo con el PEI, la investigación se fundamenta en cuatro referentes básicos: el desarrollo de la investigación como un proceso permanente de articulación de saberes, investigadores, comunidades académicas y realidades, desde perspectivas disciplinarias, interdisciplinarias y multidisciplinarias. La difusión sistemática de los resultados de las investigaciones institucionales, como aporte real a la ampliación de la frontera del conocimiento. El incremento de la investigación sobre la base del sentido de responsabilidad, ética, honradez intelectual y respeto por la diversidad. La publicación de productos de investigación que aportan a la disciplina un conocimiento nuevo, innovador y práctico a las comunidades del Programa de Administración de Empresas Comerciales, a la Facultad de Administración y Economía, a la Universidad y a los Profesionales de Administración que consultan esta producción para su ejercicio profesional.

La actividad investigativa en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se desarrolla con base en la siguiente clasificación: la investigación propiamente dicha o en sentido estricto, y la investigación formativa. En consecuencia, en su política de mejoramiento continuo, la universidad viene fortaleciendo la primera, con la inclusión de docentes ocasionales que pueden participar en las convocatorias; y la segunda, con la ampliación de horas en docentes que lideran los semilleros.

De igual manera, se apoya la producción investigativa mediante publicaciones financiadas como libros y revistas.

Actualmente, la universidad cuenta con 16 líneas institucionales de Investigación¹ y, de manera particular, el Programa de Administración de Empresas Comerciales trabaja esencialmente en: línea de administración y competitividad; línea de desarrollo educativo, pedagógico y curricular; línea sociedad y cultura.

De igual manera, con el ánimo de “proyectar un mayor impacto en la comunidad científica nacional e internacional, a través del fomento de procesos de investigación, innovación y de transferencia académica”, de conformidad con las exigencias de la sociedad, la Universidad ha consolidado la Política de Investigación en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, mediante Acuerdo 32 del 9 de octubre de 2019.

Es así como el programa de Administración de Empresas Comerciales, se vincula al proyecto colectivo por el saber en la Universidad, desde la integración de proyectos, grupos y líneas de investigación que son consecuentes con las políticas institucionales de investigación, y constituyen en su rigor científico el cimiento, así como las bases para la generación de nuevos conocimientos².

6.1 Investigación Formativa

La investigación formativa en la Facultad de Administración y Economía, se asume como un tema-problema que se desarrolla mediante estrategias de enseñanza, enmarcadas en el aprendizaje por descubrimiento y construcción. Por tanto, se realizan diversas actividades que incluyen prácticas de revisión de investigaciones, consulta de expertos, construcción de modelos conceptuales, realización de ensayos, entre otros.

En esta perspectiva, la investigación formativa en el Programa de Administración de Empresas Comerciales, se asume como una práctica que incluye a la investigación como un principio y método **fundamental** donde la argumentación, comprensión, análisis, síntesis y generalización se constituyen en principios fundamentales, que fortalecen la interdisciplinariedad, el diálogo, la participación y la actitud crítica, fundamentales para el desarrollo de competencias cognitivas y socio-afectivas complejas que respondan a los desafíos planteados por la actual dinámica social, cultural, política, económica, investigativa y científica.

¹ Cfr. <http://www.unicolmayor.edu.co/nuevo/index.php?idcategoria=3848>

² Para más información de uno de los grupos visite:
<https://www.youtube.com/watch?v=41NJ0b3aZ4A>

En este sentido, el programa ha tenido un importante desempeño en cuanto a la investigación formativa, la cual se cumple desde el mismo quehacer docente en el desarrollo de los componentes temáticos que conforman el plan de estudios. En consecuencia, la investigación formativa se gesta en las prácticas pedagógicas y en la relación docente–estudiante, en donde el primero, con su rol de guía o mediador, apoya el proceso de aprendizaje del segundo, a través de la búsqueda y construcción de su conocimiento y éste, a su vez, realiza permanentemente una reflexión sobre el quehacer docente para actualizarlo, optimizarlo y retroalimentarlo.

6.2 Investigación en el aula

En coherencia con los lineamientos institucionales y con el currículo, la investigación en el aula se hace por medio de los diferentes procesos que se desarrollan en cada componente temático, para buscar con ello mayor consolidación en la adquisición de habilidades investigativas que permitan construir conocimiento de forma autónoma.

En el aula, mediante los procesos de investigación se promueve la actitud crítica frente al conocimiento obtenido. En su desarrollo, ofrece al estudiante las herramientas necesarias para participar activamente en la tarea investigativa; conocer en detalle las diferentes formas, procesos, métodos y técnicas de investigación para posibilitar a los estudiantes la exploración de sus actitudes, condiciones personales y motivaciones, que permitan continuar su formación como investigadores.

La tendencia investigativa en el programa se materializa desde los primeros semestres; en efecto, los estudiantes elaboran ensayos basados en la propia realidad de su vivencia académica, a la luz de temas de reflexión que se generan en el marco del proyecto interdisciplinar denominado “Matemáticas y Comunicación”, el cual se ha venido trabajando desde el año 2006. Igualmente, se trabajan ensayos en el Taller de Vivencia de Valores e Introducción a la Administración. Los productos de este ejercicio práctico de aula, constituyen un primer acercamiento a la investigación, lo cual promueve en los estudiantes la lectura crítica, la interpretación y contrastación de autores y la producción de pequeños textos, lo que permite correlacionar diferentes áreas de formación.

En la medida que se avanza en el desarrollo curricular, el plan de estudios del programa posee componentes temáticos de corte investigativo, como metodología de la investigación (cuarto semestre); Investigación de Mercados (sexto semestre); Seminario de Investigación (octavo semestre) y Seminario de Grado (décimo semestre), entre otros, que afianzan teóricamente los conocimientos empíricos adquiridos en los primeros semestres.

6.3 Semilleros

Los semilleros de investigación son colectividades de aprendizaje que tienen como objetivo suscitar en los estudiantes una formación académico investigativa, para integrar saberes. Por tanto, son grupos que nacen de forma abierta, autónomos y de una pluralidad académica que emprenden la iniciativa de la investigación en el contexto del programa.

La universidad cuenta con la Red Institucional de Semilleros de Investigación- RISIUCMC, que en el artículo 23 del acuerdo 30 de 2005, determina sus funciones. Es así como la universidad desde RISIUCMC, ha estado vinculada desde hace más de diez años, a la Red Colombiana de Semilleros de Investigación – REDCOLSI, y ha participado muy activamente en cada una de las convocatorias que anualmente efectúa esta red. Por su parte, el programa de Administración de Empresas Comerciales creó, a partir del año 2004, el Semillero PIGMALIÓN. Este se ha venido configurando en equipos liderados por profesores del programa y con la participación de los estudiantes, trabajando esencialmente en tres niveles: Nivel 1-Grupo Embrionario; Nivel 2-Grupo de Cultivo; Nivel 3-Grupo de Cosecha.

Los estudiantes que se integran al semillero, lo hacen por una mezcla de curiosidad, motivación y gusto por los temas o líneas de investigación, lo que permite en su proceso realizar una doble tarea de formación y decantación de los futuros investigadores, que podrán integrar otros grupos de investigación en los distintos sectores de la sociedad. Es así como el Semillero Pigmalión, impulsa la investigación formativa desde los primeros semestres mediante diversas estrategias presenciales y semipresenciales, que tienen como propósito que el estudiante se cuestione frente a la responsabilidad como generador de nuevas ideas, para brindar aportes en su campo de estudio dentro de una sociedad en constante cambio. Mediante este proceso, se ofrece a los estudiantes la posibilidad de visualizar temáticas de interés, a través de la producción de artículos de reflexión que les sirve posteriormente en los siguientes semestres, para la realización de investigaciones más elaboradas.

Es importante destacar que, mediante el trabajo colectivo, el Semillero Pigmalión se ha venido posicionando y fortaleciendo en el programa al participar cada vez con un mayor número de propuestas socializadas en diferentes redes. Tales propuestas han sido muy bien evaluadas por los pares académicos, logrando puntajes sobresalientes. Esto ha permitido extender socializaciones de varios proyectos en espacios del orden nacional e internacional. Así mismo, se ha aumentado el número de artículos publicados en la revista del programa Agenda de Calidad³, en la página de la biblioteca de la universidad y en el web site de Facebook⁴ creado para el Semillero Pigmalión.

³ Cfr. <http://agendadecalidad.org/>

⁴ Cfr. <https://www.facebook.com/Pigmali%C3%B3n-Grupo-Semillero-de-Investigaci%C3%B3n-UCMC-259213657609490/timeline/>

6.4 Formación para la Investigación

Como se mencionó en los numerales anteriores, la investigación se fomenta de diversas formas desde los primeros semestres, pero adicionalmente con trabajos de aula, en el que se aúnan esfuerzos entre docentes y estudiantes que muestran un interés particular en este campo, muchos de estos vinculados y apoyados por el Semillero Pigmalión.

La investigación en el programa se promueve desde las líneas que tiene la Universidad. Este proceso se direcciona dentro de la lógica y actividad propia de la investigación científica, operacionalizando los procesos de los componentes temáticos. Adicionalmente, se aplican métodos de aprendizaje basado en formulación y solución de problemas, el seminario alemán, estudio de caso, el método de proyectos y otras formas que permiten cumplir el objetivo.

Los trabajos de grado constituyen otra aplicación del componente investigativo, lo mismo que el ensayo teórico y la participación en proyectos institucionales de investigación dirigidos por los docentes o investigadores de los centros de investigación.

De otra parte, la investigación formativa está concebida para desarrollar las potencialidades creativas de los estudiantes, quienes están llamados a convertirse en los líderes que aporten y promuevan el desarrollo del país, mediante propuestas significativas en aquellas áreas claves de la administración que, por su trascendencia, requieren constituir un trabajo inter y transdisciplinar. La investigación en el área, constituye el hilo conductor de la cultura de formación, al integrar el proceso de investigación formativa desde tres principios básicos: el docente investigador debe impregnarse de la misión del programa y de su dinámica, e involucrarse en problemas sociales inherentes a la disciplina; de igual modo, ha de seguir el hilo conductor del proceso, sin renunciar a su derecho de libertad de cátedra e investigación.

En consecuencia y, dentro del anterior contexto, el programa Administración de Empresas Comerciales encausa los procesos de investigación tendientes a complementar la formación integral de los educandos, proyectar a corto y mediano plazo investigaciones propiamente dichas.

6.5. Investigación propiamente dicha

La investigación propiamente dicha y como construcción colectiva de nuevos saberes y proceso social, se desarrolla en el programa de Administración de Empresas Comerciales, por medio del trabajo responsable y comprometido de docentes investigadores y estudiantes auxiliares, quienes interesados en abordar una problemática de interés personal y profesional enmarcada dentro de las líneas de investigación institucionales, realizan la búsqueda, construcción, sistematización, validación y circulación de nuevo conocimiento. Todo ello se realiza desde un

contexto real basado en las necesidades del entorno y las políticas nacionales e institucionales en el ámbito de la investigación.

Por ende, en la investigación propiamente dicha se aplica la concepción de un manejo teórico más profundo, que exige mayor debate y se desarrolla mediante una metodología investigativa sistemática, que va mucho más allá de la puramente descriptiva. Para lograr este propósito, se aplican fundamentalmente métodos como: empírico-positivo, hermenéutico, histórico, teórico y crítico.

La institucionalidad de las líneas de investigación en la Universidad, es el criterio esencial para la aplicación de la investigación propiamente dicha, porque estas tienen una relación directa con diversos problemas relacionados con el programa o con algunos que la sociedad demanda. Para llevar a término este propósito, además del investigador principal, se puede vincular a estudiantes como auxiliares de investigación y docentes que incursionan en la investigación como co-investigadores. Las propuestas siguen un procedimiento definido para ser aprobadas o rechazadas.

El programa cuenta con dos grupos de investigación debidamente aprobados y uno avalado por la universidad: Administración de Empresas Comerciales y, Administración y Emprendimiento AEC, en el que trabajan varios docentes y estudiantes. Este segundo grupo fue reconocido por Colciencias en categoría “C” en el periodo 2019.

7. Proyección Social

En concordancia con el Proyecto Educativo Universitario, la universidad asume un verdadero compromiso desde la proyección social teniendo en cuenta las necesidades del país. El carácter social se legitima cuando se involucra con el entorno y las comunidades políticas de proyección, orientadas a establecer la relación Universidad-Comunidad; por tanto, está al servicio de la sociedad el potencial científico, tecnológico y humano armonizando los procesos académicos e investigativos, para facilitar el cumplimiento de la función social inherente a su naturaleza.

Con el propósito de visualizar el Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión de la Uicolmayor MIPSE, se emiten los Acuerdos 36 del 16 de mayo de 2019 con concepto favorable del modelo y el Acuerdo 017 del 24 de julio de 2019 emitido del Consejo Superior Universitario aprobó la Política y el Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión MIPSE de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. La Política de Proyección Social y Extensión vigente es: *“La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca articulada en sus Funciones misionales de Docencia, Investigación y Proyección Social-Extensión y de acuerdo con su Direccionamiento Estratégico en Responsabilidad Social, asume el compromiso de mantener permanente interacción con el Estado, la comunidad, el sector productivo y demás agentes interesados, por medio de la ejecución de planes, programas y proyectos innovadores y el uso de tecnologías de la información y la comunicación. Con el objetivo de aportar soluciones tendientes al desarrollo socio-económico local, regional, nacional e internacional, así como a la conservación del ambiente”*.

El Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión - MIPSE es el mecanismo académico administrativo por medio del cual la Universidad operacionaliza de manera articulada los planes, programas y proyectos que se desarrollan en pro de cumplir la Política de proyección social y extensión y el objetivo estratégico correspondiente que se encuentra determinado en el Plan de Desarrollo Institucional 2020-2025 (Acuerdo 004 del 7 de mayo de 2020) en el cual se establece como tercer objetivo estratégico: *“Articular la Proyección Social – Extensión con la docencia y la investigación, a partir de la permanente interacción con el Estado, la comunidad, el sector productivo y demás agentes interesados, que aporte al desarrollo socio-económico y ambiental a nivel local, regional, nacional e internacional”*.

El MIPSE se fundamenta en los Objetivos de Desarrollo Sostenible adoptada mediante la Resolución A/RES/70/1 de la Asamblea General de Naciones Unidas en la ciudad de Nueva York, que establece 17 Objetivos y 169 Metas que se esperan lograr para el año 2030. En este sentido el MIPSE se organizó en tres (3) ejes estratégicos: Sociedad, Economía y Ambiente, cada uno de los cuales, se organiza a través de Líneas de Acción Estratégicas que agrupan las Unidades de Gestión del Modelo de acuerdo con temáticas similares. Las Unidades de Gestión se conciben como estructuras funcionales que desarrollan los planes, programas y proyectos relativos al qué hacer de la Unidad en tres ámbitos principales que permiten articular la Proyección Social con las otras dos funciones sustantivas. Los tres ámbitos son:

- a. LA GESTIÓN: Se refiere a la operación habitual de la Unidad en el desarrollo de sus actividades cotidianas con programas y proyectos con la comunidad.
- b. LA EDUCACIÓN: En este ámbito, la Unidad diseña y ejecuta eventos de capacitación en forma de talleres, cursos, seminarios, foros, conversatorios, conferencias o diplomados.
- c. LA INVESTIGACIÓN: Desde este ámbito se espera que los integrantes de la Unidad, bien sean docentes, estudiantes o egresados en cooperación con el sector externo puedan trabajar la investigación desde dos aspectos: el primero es identificando necesidades del entorno que requieren ser solucionadas y para ello plantear anteproyectos de investigación para presentarlos en las convocatorias internas o externas con el acompañamiento de la Oficina de Investigaciones de la Universidad. El segundo aspecto surge a partir de proyectos de investigación relacionados con el objetivo general de la Unidad, cuyos productos se puedan convertir en acciones reales en el entorno, bien sea en forma de educación o en forma de gestión.

En el marco normativo, el Acuerdo 037 de 2004 define La Proyección Social como una función sustantiva de la Universidad, orientada a propiciar y establecer procesos permanentes de interacción efectiva al interior y al exterior de la Universidad, con el fin de asegurar su pertinencia en el desarrollo social, económico y cultural del país. Por lo anterior declara que la Proyección Social es una estrategia a través de la cual la Universidad verifica, retroalimenta y enriquece la pertinencia y validez de su labor formativa e investigadora, en cumplimiento de la misión institucional, mediante una real y efectiva vinculación al desarrollo, ejecución y evaluación de alternativas de solución de la problemática específica, que ha logrado identificar, como resultado del quehacer docente investigativo de la Universidad. Para su implementación utiliza insumos académicos de los contenidos curriculares de los programas disciplinares que desarrolla. En el Artículo 5° establece las Modalidades de Proyección Social entre las que se destacan desde las Facultades: a) Educación continuada b) Educación permanente c) Servicios a la comunidad: proyectos y consultorías d) Venta de servicios.

En este sentido el Programa de Administración de Empresas Comerciales gestiona la Proyección Social y Extensión desde diferentes modalidades y Unidades de Gestión como lo son:

Educación Permanente. Conforme a los lineamientos institucionales, la Educación Permanente en la Universidad está dirigida a estudiantes y egresados, sin generar recursos financieros para la institución. De esta forma, el programa dispone de las Salas Abiertas de Formación–SAFO, las cuales constituyen un espacio académico de fortalecimiento de saberes de la disciplina administrativa mediante diferentes esquemas metodológicos como seminarios, entrevistas, conferencias, conversatorios, foros, entre otros⁵.

⁵ Para más información sobre SAFOS_AEC, visite:
<https://www.facebook.com/organizaciondeeventos.AEC>

Educación Continuada. La Educación Continuada se fundamenta en la necesidad de apalancar y mejorar el desempeño profesional de los egresados del Programa, para aumentar el grado de experticia de los mismos. Estas acciones son de carácter interdisciplinario e implican una actividad conjunta y armónica entre las diferentes facultades de la Universidad.

Servicios con la comunidad. Se refiere a procesos que se desarrollan en diferentes contextos, enmarcados en problemáticas sociales diversas del entorno que comprometen diferentes poblaciones. Por tanto, el programa provee capacitación y asesorías a personas que hacen parte de la comunidad vulnerable en algunas localidades de Bogotá y regiones del país como Funza, Madrid, Mosquera y Soacha.

Prácticas académicas. Las prácticas académicas dentro del programa de Administración de Empresas Comerciales, se conciben como un ejercicio empresarial, conformado por grupos de estudiantes de últimos semestres con la tutoría de docentes que guían y lideran los Centros de Intervención Social "CIS" en los siguientes escenarios:

Plan de Mejoramiento-Empresa Actual. Escenario bajo el cual el estudiante practicante adelanta en la empresa en la cual trabaja, sus conocimientos para optimizar procesos ya existentes o solucionar problemas relacionados con el Administrador de Empresas Comerciales. Esta gestión se adelanta con el talento humano de la empresa y el acompañamiento de un docente.

Consultorio Empresarial. Creado mediante el Acuerdo N.045 del 28 agosto 2007 por el Consejo Académico, es un escenario por medio del cual un equipo de estudiantes seleccionados de los semestres de noveno y décimo acompaña en áreas de formación, a través de cursos en planes de negocios y mejoramiento para las empresas que apoyan y mediante procesos de asesorías, se hace la puesta en marcha de las iniciativas empresariales y fortalecimiento a unidades productivas de la comunidad⁶.

⁶ Para mayor información del Consultorio Empresarial, visite.
<https://www.facebook.com/Observatorio-Laboral-AEC-333625436676244/>

Creación de Empresa. Espacio donde el estudiante de noveno semestre focaliza holísticamente sus conocimientos, hacia la construcción de una idea de negocio que desarrollará en los dos últimos periodos de su carrera con fundamento en el acuerdo 007 de 2001, que traza los requisitos exigidos, en la realidad de un sector económico de la economía colombiana, para terminar con la creación de una empresa para poner en marcha.

Muestra Empresarial. Congrega a la comunidad universitaria alrededor de un evento que presenta el potencial empresarial mediante la exposición de productos y servicios, así como atraer potenciales patrocinadores, inversionistas, instituciones gubernamentales e invitados especiales, que presentan los estudiantes de último semestre como ejercicio final del escenario de creación de empresas.

Salas Abiertas de Formación-SAFO. Espacio en donde los estudiantes complementan y fortalecen los conocimientos adquiridos durante su carrera y ejercitan habilidades como líderes para organizar eventos académicos, que permitan consolidar los saberes por medio de consecución y realización de conferencias y seminarios de interés de las poblaciones del programa.

Observatorio Laboral. Constituye el principal contacto entre el programa y sus egresados; para ello, se ocupan estudiantes de los dos últimos semestres quienes se encargan de estudiar la realidad del Administrador de Empresas Comerciales como graduado que ejerce su profesión en los diferentes sectores de la economía. Igualmente, ayuda a mejorar los procesos que éste solicite y que la universidad puede apoyar⁷.

Revista Agenda de Calidad. Uno de los escenarios de comunicación del programa; está dirigido por los estudiantes y orientado por docentes; mantiene una publicación de carácter periódico y constante, que permite tener informada a la comunidad universitaria y fortalece los procesos de lectura y escritura de la misma⁸. Para la vigencia del 2019, esta revista obtuvo un cambio de denominación y de metodología para hacer su presentación de forma virtual; durante el segundo período de este mismo año, se denomina “Revista Unicolmedia”.

⁷ Para mayor información del Observatorio Laboral visite: <https://www.facebook.com/Observatorio-Laboral-AEC-333625436676244/>

⁸ Para ampliar información visite: <http://agendadecalidad.org/>
y más noticias sobre la revista : https://www.youtube.com/watch?v=7pFL_8BsORc

La **Revista Académica Agenda de Calidad**, es una publicación electrónica (on line) de circulación semestral con Registro ISSN No. 2462-7690, para beneficio de la comunidad académica nacional e internacional.

Dicha publicación nace en 2003 como un periódico y durante 16 años se mantuvo como una publicación con formato impreso. A partir de 2019, se convirtió en una publicación online. El 3 de noviembre de 2020, se efectuó el lanzamiento virtual del No. 37, bajo el título Transformación Digital y Emprendimiento.

En cada una de las publicaciones se tiene en cuenta los campos, áreas y líneas de investigación y acción de la Facultad de Administración y Economía. El eje central de la publicación se ha desarrollado en torno a temas relacionados con la creatividad, la innovación, el emprendimiento, la transformación digital y la transferencia de tecnología y conocimiento.

Conforme al Modelo de Medición de Grupos de Investigación, Desarrollo Tecnológico o de Innovación y de Reconocimiento de Investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, la revista tiene en cuenta la producción académica y científica de estudiantes, egresados, profesores e investigadores, priorizando los:

- Productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento.
- Productos resultados de actividades de innovación y desarrollo tecnológico.
- Productos resultados de actividades de apropiación social del conocimiento.
- Productos resultados de actividades relacionadas con la Formación de Recurso Humano en Ciencia, Tecnología e Innovación (CTel).

Encuentro de Administradores. Es una actividad que convoca a profesionales en administración y administradores en formación sobre temas de actualidad. Su desarrollo se hace dos veces al año con presencia de conferencistas destacados en áreas del saber profesional y al igual que los SAFO, participan estudiantes de todos los semestres, egresados y estudiantes de otras universidades interesados en asistir a conferencias, seminarios, foros, entre otros.

Finalmente, el Consejo Académico, mediante acuerdo 085 del 09 de noviembre de 2021, aprueba la creación de la Unidad de Emprendimiento, como unidad de gestión del Modelo Institucional del Proyección Social y Extensión (MIPSE), en el que además actualiza la estructura y funcionamiento de los escenarios de práctica como parte esencial de la Unidad y se propende por el mejoramiento de los servicios a la comunidad, en especial el fortalecimiento del tejido emprendedor de la Universidad.

Egresados. El egresado es el resultado final de un proceso de formación con calidad, cuyo fundamento consiste en proyectar hacia la sociedad los conocimientos adquiridos, con eficiencia, perseverancia y responsabilidad. Para tal efecto, la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en 1980, inició el proceso de Seguimiento a Egresados con la elaboración del directorio para establecer comunicación directa con éstos; el diseño y

aplicación de la tarjeta de seguimiento a egresados y la expedición del carné correspondiente.

El seguimiento a egresados se desarrolla con el Modelo Institucional de Seguimiento a Egresados-MISE, basado en las orientaciones metodológicas establecidas por el ICFES, los planteamientos del CNA y las políticas institucionales. Este consta de dos fases: I. Estudio a egresados y empleadores y II. Administración del seguimiento.

En el segundo semestre del año 2020 se realizó la primera vitrina de egresados desde el escenario de práctica, observatorio laboral seguimiento a egresados con el equipo de práctica empresarial enfocado en dar visibilidad a las diferentes empresas creadas por los egresados y que de una u otra manera mostraron su interés en participar en la semana del administrador, logrando la participación activa de 15 empresas de egresados que a través de un video mostraban no sólo sus productos servicios y ubicación sino qué adicionalmente nos compartieron sus experiencias y recomendaciones tanto estudiantes como a la comunidad en general.

Cada video tiene una duración aproximada de entre 2 y 3 minutos y tuvo su difusión en medios audiovisuales de la universidad tales como la página de YouTube (con más de 100 visualizaciones al día de hoy a cada empresa y diferentes interacciones y comentarios) y las diferentes redes sociales , además de hacer parte de uno de los espacios radiales de business and coffee del programa de Administración de Empresas Comerciales, en donde docentes y varios egresados participantes contaron sus experiencias en la vitrina y nos invitaron a aprovechar las oportunidades que se encuentran en el entorno para los emprendedores.

8. Internacionalización

El Programa de Administración de Empresas Comerciales, entiende y comparte la Internacionalización, según la definición del Ministerio de Educación Nacional, como el proceso que fomenta los lazos de cooperación e integración de las Instituciones de Educación Superior (IES), con sus pares en otros lugares del mundo, a fin de alcanzar mayor presencia y visibilidad internacional en un mundo cada vez más globalizado.

Actualmente, el programa de AEC trabaja la Internacionalización en Gestión, Movilidad, Redes e Investigación. En este sentido, se vincula presupuesto desde el Plan de Acción Anual - PAA y en los planes de trabajo de docentes, tareas y acciones conducentes a lograr que se cumpla adecuadamente la inserción en el campo internacional.

La División de Promoción y Relaciones Interinstitucionales cuenta con el Manual publicado en marzo de 2010, que orienta y precisa los trámites y requisitos para realizar pasantías o estudios en la UNICOLMAYOR. Así mismo, define la movilidad y los tipos de la misma, convenios existentes y estudiantes internacionales.

El interés se centra en lograr la movilidad estudiantil mediante convocatoria para la participación en eventos Internacionales, en Investigaciones con pasantías específicas. Además, recibir invitados internacionales, realizar video-conferencias con personas de reconocida trayectoria e importantes organizaciones académicas y establecer programas de intercambio y/o trabajo conjunto con universidades extranjeras en temas económicos y administrativos.

El Programa de Administración de Empresas Comerciales, en desarrollo de la Internacionalización regularmente invita y recibe profesores de universidades extranjeras que comparten con los estudiantes y docentes las experiencias, modalidades y vida en el extranjero, además de presentar las posibilidades de estudio y perfeccionamiento en las Universidades de origen.

Anualmente, se desarrolla movilidad estudiantil a por lo menos una universidad en el exterior, con el fin de propiciar en los estudiantes el conocimiento, la compenetración y la formación académica. La Universidad apoya económicamente a los estudiantes inscritos, que cumplan los requisitos de calidad y comportamiento exigidos.

La División de Promoción y Relaciones Interinstitucionales es un aliado interno del programa de Administración de Empresas Comerciales que para el normal desarrollo de su Gestión en materia de Internacionalización cuenta con normatividad como:

- Plan de Desarrollo Institucional 2020-2025

- Acuerdo 30 de 2020 - "Por el cual se reglamenta la movilidad estudiantil nacional e internacional en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca".
- Acuerdo 10 de 2020 - "Por el cual se aprueba la Política de Internacionalización en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca".
- Circular 005 de 2020 - "Proyectos de movilidad académica en casa: clases espejo, talleres, seminarios (webinars), semestre académico entre otras actividades en modalidad virtual con docentes y estudiantes".
- Circular 001 de 2018 - "Por el cual se reglamenta la movilidad docente invitado internacional en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca".
- Acuerdo 51 de 2018 "Por el cual se deroga el Acuerdo 033 de 2009 y se aprueba el Programa para la Internacionalización de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca."
- Circular 003 de 2017 - "Por el cual se reglamenta la movilidad estudiantil entrante de estancia corta en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca".
- Acuerdo 037 de 2009 - "Por el cual se reglamenta la movilidad estudiantil internacional en los programas de pregrado de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca".

El interés se centra en fortalecer los procesos misionales con el apoyo de internacionalización, en este sentido, la formación, la investigación y la proyección social son objeto de la gestión en materia internacional dando apoyo al cumplimiento cabal al Plan de Acción Anual PAA en los siguientes frentes:

Movilidad Docente Entrante
Movilidad Docente Saliente
Movilidad Estudiantil Entrante
Movilidad Estudiantil Saliente

Lo anterior desde la perspectiva de alto valor académico como prácticas, pasantías, semestre académico, eventos de estancia corta, participación en ponencias internacionales, investigaciones conjuntas, proyectos de doble titulación, iniciativas internacionales de proyección social, internacionalización el currículo, integración sociocultural entre comunidades académicas entre otras que la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca establezca.

El Programa de Administración de Empresas Comerciales, en desarrollo de la Internacionalización regularmente invita y recibe profesores de universidades extranjeras que comparten con los estudiantes y docentes las experiencias, modalidades y vida en el extranjero, además de presentar las posibilidades de estudio y perfeccionamiento en las Universidades de origen. Adicionalmente, gestiona convocatorias para movilidad estudiante saliente a semestre académico en universidades internacionales, se desarrollan webinars, clases espejo, participación en eventos institucionales de internacionalización y de investigación para semilleros, docentes y ponentes nacionales e internacionales. En este sentido, la Institución cuenta con presupuesto

asignado a facultades que apoya la gestión en materia de movilidad internacional para estudiantes salientes y docentes entrantes.

El programa de Administración de Empresas Comerciales en la búsqueda de mejora continua de sus capacidades integra la Internacionalización curricular como demanda cultural y social en los términos de los Lineamientos Curriculares Institucionales que para el programa implican:

- La oferta de diferentes actividades instaladas en la vida diaria del campus universitario, que incidan en las dinámicas socioculturales de la comunidad académica para alentar la vida lingüística, artística y cultural.
- El establecimiento de diferentes convenios de cooperación académica, científica, cultural y de extensión con instituciones del orden internacional, en el marco de los cuales se pueda proponer la movilidad de los actores de la comunidad.
- El rediseño y actualización curricular de los programas académicos con base en tendencias, estado del arte de la disciplina o la profesión e indicadores de calidad reconocidos por la comunidad académica internacional.
- El uso de por lo menos un medio de difusión o divulgación internacional de los resultados de investigación, innovación, creación artística y cultural del programa académico.
- La incorporación de profesores y directivos académicos con perfiles y competencias lingüísticas e interculturales en el ámbito internacional, que aporten al diseño, gestión e implementación de estrategias relacionadas con lo global.
- La inclusión dentro del plan de estudios de los programas, de componentes temáticos encaminados a la enseñanza de una segunda lengua o al fortalecimiento de esta, por medio de componentes temáticos disciplinares/profesionales, electivas o de profundización orientadas totalmente en un segundo idioma.
- La incorporación dentro de los componentes temáticos propuestos en el plan de estudios, de lecturas y material de apoyo audiovisual en lengua extranjera, profesores internacionales invitados en conferencia virtual, en tiempo real y en doble vía, etc.
- El diseño y rediseño de propuestas académicas ajustados a estándares internacionales (programas académicos conjuntos de pregrado y posgrado, cotutelas de trabajos de grado, entre otras).
- La programación de eventos o actividades académicas con impacto internacional y en diferentes modalidades (presencial – virtual)
- La planeación y desarrollo de movilidades de estudiantes y profesores: institucionales y libres, salientes y entrantes, físicas y virtuales, con ocasión de eventos académicos, periodos de estudio, prácticas, pasantías, proyectos de investigación, etc.
- La promoción de doble titulación con universidad extranjera.
- El diseño y desarrollo de estrategias para que los egresados puedan acceder al mercado laboral nacional e internacional.

- La construcción conjunta con comunidades académicas de universidades extranjeras, que favorezcan la participación y construcción de conocimiento en red, a través de proyectos de cooperación e investigación, elaboración de módulos, cursos, diplomados, etc.
- El apoyo a la formación posgradual de los profesores en universidades extranjeras
- La generación de espacios de encuentro y dialogo intercultural para el reconocimiento de los pueblos y culturas (nacionales e internacionales) diferentes a la local.
- La consumación de un proyecto exclusivamente enfocado a fomentar los intercambios estudiantiles.
- Conformación de grupos y proyectos de investigación que congreguen estudiantes/profesores/investigadores de diferentes disciplinas, para generar proyectos interdisciplinarios, con impacto social y en armonía con el ambiente.

En resumen, el proceso de Internacionalización en el programa viene experimentando una constante evolución adaptándose a los nuevos escenarios de formación, investigación y proyección social a nivel global, de esta forma, y articulado a los planes y objetivos institucionales se logra la visibilidad que ha venido siendo objeto de estudio por investigadores en todo el mundo, en este caso particular, e Seeber, M., Cattaneo, M., Huisman, J., & Paleari, S. (2016) proponen que la internacionalización en las Instituciones de Educación Superior de dan por factores a nivel de entorno, organizacional e intraorganizacional, de esta forma y de acuerdo a sus planteamientos literales, la internacionalización en la Universidad y en el programa consideran los factores ambientales que en este caso de Institución Pública resalta la importancia de la mejora del plan de estudios y el prestigio de la institución, la capacidad de incrementar las fortalezas en la investigación y las oportunidades del benchmarking. Adicionalmente considera para este tipo de IES una premura sobre el peso de la investigación y la producción científica o hacia la docencia.

Desde lo anterior conviene puntualizar las acciones que el programa viene realizando en esta materia:

1. Clases Espejo: con Universidades de México y Bolivia
2. Actividades Culturales y Deportivas: Torneos deportivos y culturales en México
3. Participación en Eventos Nacionales Internacionales:
 - Ferias de Internacionalización Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
 - Congreso Internacional Facultad de Administración de y Economía
 - Eventos de emprendimiento y proyección social en México
4. Internacionalización del Currículo vía Bilingüismo
 - Ejercicio COFFEE TALKS (charlas de competencias en inglés)
 - Componentes en inglés
 - Actividades en inglés en componentes en español
5. Internacionalización de la Proyección Social: Participación en foros de Universidades Internacionales compartiendo experiencia Consultorio Empresarial

6. Vinculación de Estudiantes a Prácticas de Internacionalización: Estudiantes de escenarios de práctica vinculados
7. Convocatoria Movilidad Estudiantil: convocatoria de semestre académico
8. Internacionalización de la Investigación: eventos propios e internacionales con expertos de América y Europa

9. Aseguramiento de la calidad

El programa de Administración de Empresas Comerciales, bajo la orientación de la Oficina de Autoevaluación y Acreditación, viene realizando desde el año 2008, un proceso de autoevaluación mediante la planeación y la conformación de equipos de trabajo y de apoyo. Es así como en el año 2010, el Programa identifica las Líneas Prioritarias de Gestión, los Proyectos de Mejoramiento y se formulan los Proyectos Estratégicos Operativos como estrategias de autorregulación. A partir de 2015, estos proyectos se trabajan bajo la metodología del Plan de Acción Anual- PAA.

El análisis de los factores críticos de éxito del programa, permitió la identificación de 12 líneas prioritarias de gestión, a saber: estrategias de socialización y actualización del proyecto educativo del programa; desarrollo curricular; formación integral; interacción con las comunidades académicas; producción de material docente y publicaciones; investigación formativa y de docentes; participación en programas y servicios de bienestar; aplicación del sistema de información del programa; seguimiento a egresados y su impacto; ampliación de la planta docente; y, por último, planta física.

Los resultados de la autoevaluación invitan a continuar en la labor de fortalecer el Programa, a partir de una autorregulación, que permita consolidar y posicionar el programa como uno de los líderes en el contexto nacional. Actualmente, trabaja en planes de mejoramiento como: interiorización PEI y PEP; participación en actividades de formación integral; modelo de evaluación curricular; interacción con comunidades académicas; formación integral y compromiso con la investigación.

El programa viene adelantando procesos de evaluación curricular en atención a la necesidad sentida que han identificado de actualizar su propuesta académica en respuesta a la tendencia del campo de formación, las necesidades de país y de región, a las directrices institucionales a la luz del MOPEI y de los lineamientos Curriculares y la normativa ministerial vigente, es de esta manera que se puede continuar con el fortalecimiento y la oferta de un programa de vanguardia.

En el marco de esta evaluación se viene revisando la pertinencia y las demás características curriculares acogidas por Unicolmayor, así como lo propio del componente formativo que, aunque esta declarado en sus aspectos esenciales amerita ser revisado, armonizado y actualizado.

Mediante el acompañamiento y las sugerencias realizadas por la oficina de Autoevaluación y Acreditación, el programa de Administración de Empresas Comerciales tiene en cuenta los “parámetros de autoevaluación, verificación y evaluación de las condiciones de calidad de Programa” emitidas por el MEN (2020), es relevante (1) justificar la oferta académica del programa, a partir de las necesidades de la región y del país y, su articulación con la propuesta curricular. (2) describir el proceso de análisis y definición de los resultados de aprendizaje del programa, los

mecanismos de articulación con el plan de estudios, las competencias planteadas, y las estrategias de evaluación que se aplican durante el proceso formativo.

Mediante acuerdo No 062 del 13 de octubre de 2020 emitido por el Consejo Superior se expide el Reglamento de las modalidades de grado del programa de pregrado de Administración de Empresas Comerciales en la Facultad de Administración y Economía de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Las Modalidades de Grado son el conjunto de actividades de revisión, indagación, selección, abstracción y profundización alrededor de un tema específico relacionado con el perfil de formación del estudiante, en las modalidades ofrecidas por el programa que todo estudiante debe realizar y presentar como requisito para obtener el título profesional. Dentro del programa de Administración de Empresas Comerciales las modalidades de grado hacen parte integral del currículo y tienen asignación de créditos del componente de seminario de grado de décimo semestre.

El programa de Administración de Empresas Comerciales ofertara las siguientes modalidades de grado:

- Trabajo de grado o monografía
- Artículo de revisión
- Primer semestre aprobado en programas de posgrado ofertados por Unicolmayor
- Proyecto de investigación institucional
- Sistematización de experiencias profesionales
- Pasantías
- Diplomados

El Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución No 019931 del 22 de octubre de 2020 “Por medio del cual se resuelve la solicitud de registro calificado para el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en modalidad (antes metodología) Presencial, en Funza – Cundinamarca”.

El programa realiza sesiones de acompañamiento a los estudiantes y promueve la actualización docente en evaluación por competencias, y con las orientaciones del ICFES y la Asociación Colombiana de Facultades de Administración - ASCOLFA.

10. Gestión académico administrativa del programa

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, según el Estatuto General, Acuerdo 011 del 10 de abril de 2000, artículo 1, es un ente autónomo del orden nacional con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera para el cumplimiento de sus objetivos. En ella, la Facultad de Administración y Economía, cuenta con una estructura orgánica, en la cual el Consejo de Facultad es el organismo máximo de dirección de la facultad, seguido de la Decanatura, un Comité Asesor de Estudiantes, los Programas Académicos y dentro de ellos, un comité de currículo. EL Consejo de Facultad lo conforman el Decano, un representante de los estudiantes y un representante del cuerpo docente de la facultad; estos dos últimos elegidos por voto popular.

Entre las funciones de Decanatura definidas en la resolución 953 del 30 de septiembre de 2004 están: diseñar, planear y ejecutar acciones que incidan en el desarrollo y gestión de los procesos académicos y administrativos de la facultad; orientar los procesos curriculares y evaluativos; propender por acciones que apoyen los procesos de gestión del programa; preparar proyectos de presupuesto; asesorar al rector en la selección de personal docente;

El Comité de Currículo acorde con la resolución 808 del 17 de septiembre de 2003, está conformado por el Decano, el director del Programa, los Jefes de Campo de formación, el representante de los estudiantes y un coordinador del programa que actúa como secretario. Sus funciones son: revisar en forma permanente el desarrollo curricular del programa; evaluar su cumplimiento y resultados; proponer al Consejo Académico por medio del decano, las modificaciones del plan de estudios y actualización del currículo; desarrollar los procesos de autoevaluación, autorregulación y acreditación del programa. El Comité Asesor está conformado por el Decano, la Dirección del programa, los Representantes estudiantiles de cada semestre y los Coordinadores del programa.

El Director de Programa, es un docente que apoya en aspectos relacionado con la academia y la administración del programa. Las funciones, consignadas en la Resolución 1077 del 11 de Marzo de 1998, entre otras, son: proponer o sugerir todo aquello que considere conveniente para el perfeccionamiento del programa y el óptimo desarrollo de la misión, visión, objetivos institucionales, de la dependencia y del plan de desarrollo de la Universidad; apoyar los procesos de promoción del programa; velar porque se cumplan los procedimientos establecidos dentro del proceso de sistematización de las calificaciones; atender los aspectos académicos y administrativos de los estudiantes.

En cuanto a los Jefes de Campo, son docentes que prestan apoyo a la formación académica; sus funciones se describen en la Resolución 614 del 31 de agosto de 1989, mientras que los coordinadores son docentes que prestan apoyo a los procesos académicos y administrativos del

programa y sus funciones están dadas en la Resolución 182 de 2005. Existe, además, un grupo de docentes responsables de las prácticas empresariales, cuyas funciones están descritas en el Reglamento de prácticas 007 de 2001.

Estamentos relacionados con el programa. La Estructura Orgánica de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, según el Acuerdo No. 012 del 10 de abril de 2000, establece que los estamentos institucionales que apoyan al programa, se encuentran divididos en dos grupos: los académicos y los administrativos. Del estamento académico son los docentes, que según su vinculación pueden ser catedráticos, de planta u ocasionales de medio tiempo y tiempo completo, cuyas funciones, sistemas de vinculación y de evaluación, promoción, deberes y derechos, régimen disciplinario y de participación en los órganos directivos, están establecidas en el Estatuto Docente, Acuerdo No. 022 del 5 de Julio de 2000.

La Oficina de Investigaciones, según el Acuerdo No. 012 del 10 de abril de 2002, Artículo 10, apoya académicamente al programa, mientras el sistema de información Academusoft según convenio suscrito entre el Ministerio de Educación Nacional, la Universidad de Pamplona y la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, tiene el propósito de mantener los sistemas de información de las instituciones de educación superior oficiales. El sistema ofrece una alternativa para administración de la información, apoya e integra los procesos académicos de inscripción, selección de aspirantes, inscripción en línea, matrícula financiera, liquidaciones, matrícula académica, horarios, calificaciones, grados, calendario académico y procesos de evaluación docente, entre otros.

De otra parte, la Universidad cuenta con la plataforma Moodle como sistema de gestión para el aprendizaje, que permite a los docentes apoyar de manera virtual procesos educativos en los estudiantes. El grupo de apoyo Sistema de Innovación Educativa apoyada en TIC, denominado SIETIC, capacita a los docentes en los procesos de creación y diseño de aulas virtuales con calidad como soporte a la presencialidad.

11. Conclusiones

El Proyecto Educativo del Programa Administración de Empresas Comerciales, se encuentra armonizado al PEI y MOPEI, así como a los lineamientos curriculares y la normatividad vigente de la Universidad, en especial lo concerniente a la formación integral y su contribución a la construcción de una mejor sociedad desde el rol como futuro Administrador; así mismo, asume la misión y visión institucionales desde su compromiso con los valores humanos que se priorizan y que son la base firme de los planes y programas dirigidos al mejoramiento de la calidad educativa, investigativa, de proyección social y de gestión. Esta es la meta a la cual ha de llegar el programa y, por ende, será alcanzar la acreditación cumpliendo así los objetivos institucionales.

12. Referencias

- AEC-Renovación Registro Calificado. (16 de septiembre de 2018). Documento Maestro. Administración de Empresas Comerciales-AEC. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Bogotá.
- ASCOLFA. (octubre de 2010). *ECAES en Administración*. Recuperado el 20 de 02 de 2015, de http://www.ascolfa.edu.co/web/archivos/saberpro/LIBRO_ECAES.pdf
- Ballina, F. (2000). *Teoría de la Administración: un enfoque alternativo. Primera Edición*. México: McGraw Hill.
- Bateman, T., & Snell, S. (2001). *Administración: Una ventaja Competitiva. (4ª. Ed.)*. Méjico,x.Mexico: Mc Graw Hill.
- Brech, E. (1996). *Management, su Naturaleza y Significado*. Barcelona: Orbis.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hil.
- Drucker, P. ... (2002). *La Práctica del Management"*. Bilbao: Deusto.
- Dubrin, A. (2000). *Fundamentos De Administración. (5ª. Ed.)*. México: International Thompson.
- Fayol, H. (2002). *Administración Industrial y General*. Barcelona: Folio.
- Griffin, R., & Ebert, R. (2005). *Negocios (7ª. Ed.)*. México: Pearson educación.
- Hernández, S. (2002). *Administración: Pensamiento, Proceso, Estrategia y Vanguardia. Méjico, Mc Graw Hill Interamericana*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (2008). *Principios de Administración*. México: Edit. Mc Graw Hill.
- MEN. (2009). *Internacionalización de la Educación Superior*. Recuperado el 09 de marzo de 2015, de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196472.html>
- MOPEI. (noviembre de 2009). Modelo Pedagógico Institucional. Acuerdo No. 092 del 17 de noviembre de 2009. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. 1-50. Bogotá.
- PEI. (2021). *Proyecto Educativo Institucional. Acuerdo No. 029 del 11 de noviembre de 2021, expedido por el Consejo Superior Universitario. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca*. Bogotá.