

INFORMES DE INVESTIGACION

Preferencia de los nuevos programas Técnicos, Tecnológicos y Profesionales para *escolme* en el año 2010

Autores

Oswaldo Barrientos Cuellar

Especialista en Gerencia de Mercadeo.
Escuela colombiana de mercadotecnia- *escolme*,
oswallmkt@gmail.com

Jorge Isaac Agudelo Gutiérrez

Especialista en Gerencia de Mercadeo, Escuela colombiana de mercadotecnia- *escolme*,
Administrador de Empresas, UNAD,
jagudelo@escolme.edu.co
jiagudelo@gmail.com

Víctor Román Jaramillo

Ingeniero industrial, Escuela Colombiana de Mercadotecnia-*escolme*,
vroman@escolme.edu.co

Resumen: La Escuela Colombiana de Mercadotecnia *escolme*, es una Institución de Educación Tecnológica, con 39 años de servicio a la comunidad, que actualmente cuenta con cuatro programas; Tecnología en Mercadotecnia, Tecnología en Sistemas, Tecnología en Gestión Financiera y Tecnología en Comercio Exterior, siendo su programa líder el primero de los mencionados. Con el fin de ampliar su cobertura a nivel regional, nacional e internacional, está en la tarea de ofertar nuevos programas académicos Técnicos, Tecnológicos y Profesionales con el objeto de ampliar su cobertura, y propiciar espacios de equidad, igualdad de género y accesibilidad.

En la actualidad la Institución se propone presentar ante el Ministerio de Educación Nacional dos Programas Técnicos Profesionales: Mercadeo y Contabilidad y Finanzas, con una duración de 1.5 años; tres Programas Tecnológicos: Diseño Gráfico para marketing en Ambientes Virtuales, Redes Informáticas y Gestión Informática, con una duración de 2.5 años; y tres Programas Profesionalizantes: Administración de Negocios, Mercadeo y Administración de Sistemas de Información, con una duración de 4.0 años.

El objetivo general fue: Determinar la preferencia de los nuevos programas Técnicos, Tecnológicos y Profesionales que implementará la Fundación Escuela Colombiana de

Mercadotecnia - *escolme*, que permitan la ampliación de la oferta para el año 2010; para esto se desarrollaron los siguientes: Analizar la aceptación de los nuevos programas técnicos en los estudiantes de grados 10 y 11, evaluar la importancia que tienen para los tecnólogos los nuevos programas que implementará Escolme e identificar la importancia de los nuevos programas profesionales en el portafolio de Escolme.

Para la obtención de los resultados se llevó a cabo un estudio en 2 fases: la primera fue Cualitativa Exploratoria y la segunda fue Concluyente Descriptiva. El proceso de evaluación se llevó a cabo en octubre de 2009, para obtener los datos se utilizó una encuesta, la cual se aplicó a través de un cuestionario a los estudiantes de ESCOLME, y a los estudiantes de grado 11 de algunas Instituciones de Educación aledañas.

A través de este estudio de investigación se determinó la importancia de ampliar la oferta de programas de la Fundación Escuela Colombiana de Mercadotecnia – ESCOLME para el año 2010.

Palabras clave:

Cualitativa Exploratoria
Diseño etnográfico
Fuentes primarias
Fuentes secundarias
Concluyente Descriptiva

Abstract: The *Escuela Colombiana de Mercadotecnia*¹ **escolme** is a Technological Education Institute with 39 years of service to the community, which currently has four programs: Marketing Technology, Systems Technology, Financial Management Technology and Foreign Trade Technology, the first one of them being the leader program. In order to expand its coverage at regional, national and international level, it is working on offering new Technical, Technological and Professional academic programs in order to expand their coverage and promote equity, gender equality and accessibility.

At present the institution is aiming to submit to the Colombian Ministry of Education two Professional Technical Programs: Marketing, and Accounting and Finances, with a duration of 1.5 years; three technology programs: Graphic Design for Marketing in Virtual Environments, Computer Networks, and Information Management, with a duration of 2.5 years; and three Professionalizing Programs: Business Management, Marketing, and Management Information Systems, with a duration of 4.0 years.

The overall objective was to determine the preference of new Technical, Technological and Professional programs, to be implemented by the *Fundación Escuela Colombiana de Mercadotecnia - escolme*, which allow for the expansion of professional programs for the year 2010. To do so, it has developed the next steps: Analyze the acceptance of new technical

programs for students in grades 10 and 11, evaluate the importance for technologists of the new programs implemented by Escolme, and identify the importance of the new professional programs in the portfolio of Escolme.

A two-phase study was conducted to obtain the results: the first one was Exploratory Qualitative and the second one was Conclusive Descriptive.

The evaluation process was carried out in October 2009, to obtain the data it was used a survey, implemented through a questionnaire to ESCOLME students and 11th grade students from some educational institutions nearby.

Through this research study it was identified the importance of expanding the programs offered by the *Fundación Escuela Colombiana de Mercadotecnia - ESCOLME* for 2010.

¹ Colombian School of Marketing

Keywords:

Qualitative Exploration, Conclusive Descriptive, Ethnographic Design, Primary Sources, Secondary sources.

Introducción:

La Escuela Colombiana de Mercadotecnia *escolme*, es una Institución de Educación Tecnológica, con 39 años de servicio a la comunidad, En la actualidad la Institución se propone presentar ante el Ministerio de Educación Nacional dos Programas Técnicos Profesionales: Mercadeo y Contabilidad y Finanzas, con una duración de 1.5 años; tres Programas Tecnológicos: Diseño Gráfico para marketing en Ambientes Virtuales, Redes Informáticas y Gestión Informática, con una duración de 2.5 años; y tres Programas Profesionalizantes: Administración de Negocios, Mercadeo y Administración de Sistemas de Información, con una duración de 4.0 años.

El objetivo general fue: Determinar la preferencia de los nuevos programas Técnicos, Tecnológicos y Profesionales

que implementará la Fundación Escuela Colombiana de Mercadotecnia - *escolme*, que permitan la ampliación de la oferta para el año 2010; para esto se desarrollaron los siguientes: Analizar la aceptación de los nuevos programas técnicos en los estudiantes de grados 10 y 11, evaluar la importancia que tienen para los tecnólogos los nuevos programas que implementará *escolme*, e identificar la importancia de los nuevos programas profesionales en el portafolio de *escolme*.

Referente teórico

Durante toda su historia la Fundación Colombiana de Mercadotecnia- *escolme*, ha venido desarrollando actividades relacionadas con la investigación en temas como la economía, el sector

servicios y sector industrial, seguros, alimentos, textiles, agrario y en el sector educativo, en donde la Institución ha pretendido conocer a través de estudios de mercado la aceptación de los programas que ha venido desarrollado durante toda su historia, ejemplo de ello, son los programas tecnológicos a distancia en ambientes virtuales, y los programas técnicos profesionales.

Para dar fuerza al planteamiento anterior, *escolme* es consciente que la situación actual está afectada por factores externos que son ajenos a su voluntad. La gran cantidad de variables incontrolables, los altos niveles de incertidumbre, y la demanda exagerada de soluciones a las diferentes problemáticas del momento, obligan a reorganizar las estrategias y planes de acción con el objeto de responder eficientemente a los requerimientos de clientes y usuarios.

La Fundación Escuela Colombiana de Mercadotecnia *escolme*, como una Institución de Educación Superior, debe cumplir con la difícil tarea de formar individuos con capacidad de pensar y proponer nuevos caminos para responder a las necesidades del medio, valiéndose del conocimiento adquirido por el estudio de los ideales y saberes históricos y actuales para desarrollar alternativas de bienestar general. En otras palabras, la educación vista como una función social estratégica, tiene la imperativa tarea de “educar” bajo parámetros de alta calidad, tal como lo expresa la Constitución Nacional.

La presente propuesta Institucional, posibilita a *escolme* para incrementar su oferta educativa, dando respuesta a uno de los propósitos del MEN, que tiene que ver con la diversidad de programas para diversidad de públicos; esto se respalda en la solicitud de aprobación ante el Ministerio de Educación Nacional, de nuevos programas técnicos profesionales, tecnólogos y profesionales.

Otro aspecto a tener en cuenta lo constituye el reto de ofrecer programas pertinentes con estándares de calidad que aporten al mejoramiento continuo del sistema de educación universitario, cuando esta tarea debe rendir cuentas al Estado y a la sociedad, por ser la educación un servicio público.

Estos antecedentes se apoyan en estudios previos, otras investigaciones y fuentes secundarias, entre ellas el Ministerio de Educación Nacional, que a nivel de cobertura de Educación superior, muestra los siguientes estudios²³

Proyecto: Financiamiento de la demanda y mejoramiento de la equidad, cuyo objetivo es Fortalecer los recursos para garantizar el ingreso de los egresados de la educación media y la permanencia de los estudiantes en la Educación Superior.

Proyecto: fomentar la permanencia estudiantil en la educación superior, cuyo objetivo es Promover con las IES acciones afirmativas orientadas a fomentar la permanencia de los estudiantes en el sistema de educación superior aumentando su capacidad de monitorear e implementar estrategias para disminuir la deserción.

A nivel de pertinencia se pueden citar los siguientes estudios:

Proyecto: promoción y seguimiento de la pertinencia de la educación superior, cuyo objetivo es Promover que la oferta de programas de educación superior forme un capital humano más capacitado, acorde con las vocaciones económicas de las

regiones y los requerimientos de la sociedad.

Proyecto: Internacionalización de la educación superior, cuyo objetivo es facilitar la inserción de la educación superior colombiana en el contexto de la educación internacional.

http://www.mineduacion.gov.co/1621/propertyva_lue-30972.html

Referencias:

1. <http://www.plandecenal.edu.co/html/1726/channel.html>
2. <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-197276.html>
3. <http://snies.mineduacion.gov.co/men/sniesBasico/informacionProgramasAcademicos.jsp>
4. Paquete estadístico EPI – INFO 2000 www.epiinfo2000.com
5. MARTÍNEZ BENGARDINO, Ciro. Estadística aplicada. ECOES Editores, Ed. 2006. 764 p.
6. SÁNCHEZ, Javier Ignacio. Estadística para administradores y economistas. Universidad Nacional de Colombia. 1996. 627 p.
7. HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto, y otros. metodología de la investigación McGraw-Hill, segunda edición México 2000. 501 p,
8. BERNAL, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación Segunda Edición. Prentice Hall 316 p