

ANEXO 1

LINEAMIENTOS DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES POR COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE MERCADEO

LA EVALUACION BASADAS EN COMPETENCIAS

1. DESCRIPCIÓN

FACULTAD: Ciencias Económicas	PROGRAMA: Mercadeo
DECANO DE FACULTAD: Rafael Ospina Infante	DIRECTOR DE PROGRAMA: Jorge García Álvarez
Coordinador del Proyecto: Grupo GAP	
Duración: 01/12 /2015 a 01/12/2018 (3 años)	
Responsable	Función
Grupo GAP	Diseño del Plan
	Seguimiento del Plan
	Evaluación del Plan

2. INTRODUCCIÓN

La Universidad de los Llanos consciente de su responsabilidad y compromiso con el contexto Oriniquense, desarrolla las funciones sustantivas de investigación, docencia y proyección social, en una región con heterogeneidad cultural, donde se busca formar capital humano cualificado para contribuir en la transformación de los procesos sociales y económicos, con proyectos colectivos y mayores oportunidades competitivas para la región. En tal sentido uno de los propósitos fundamentales, es la formación integral, por cuanto todos los seres humanos deben estar en condiciones favorables, gracias a la educación que reciban en su proceso de formación. La formación integral también contribuye a dotar al estudiante de pensamiento crítico, autónomo, reflexivo, que les permita emitir juicios propios y reflexionar su actuación en las diversas circunstancias de la vida.

El paso de una educación tradicional y memorística a una, donde prima la voluntad y el interés del educando, permite que surjan diferentes formas de determinar el desenvolvimiento del estudiante. Esta nueva propuesta reconoce la actuación frente a una tarea concreta y se denomina: Competencias. Su propósito es considerar como importante, dentro del campo evaluativo, las

habilidades que llevan a desempeños y acciones ante un problema académico o laboral. De esta forma, la evaluación pasa de ser la medición de los aprendizajes mecánicos obtenidos por la reiteración, para entrar en una nueva concepción, que ofrece la posibilidad de apreciar el surgimiento de la imaginación y la creatividad frente al problema o la habilidad y eficiencia en el desempeño de una función.

La Universidad de los Llanos, a partir del año 2003 hasta la fecha, desarrolla un proceso de capacitación y actualización permanente (al inicio de cada periodo académico) con el propósito de fortalecer a los docentes en: estrategias pedagógicas de formación, didácticas de enseñanza-aprendizaje y estrategias de evaluación en formación basada en competencias, entre otras.

En el Programa de Mercadeo se ha diseñado un currículo moderno, consecuente con el momento histórico actual, y por consiguiente, el sistema de evaluación está concebido para que permita determinar el potencial del estudiante, desde las competencias, sin menguar su creatividad o su iniciativa, tal como lo explica Olga Cecilia Flórez Díaz: “En buena parte de los documentos de política educativa en la coyuntura actual, señalan la importancia de diseñar pruebas novedosas para evaluar, ya sea el logro cognitivo, la competencias, la calidad de la educación, los diferentes estamentos o las dinámicas institucionales”¹.

El Programa de Mercadeo considera la evaluación desde los aspectos generales planteados en el PEI de la Universidad (aspectos curriculares: ser, deber ser, y hacer)², una educación soportada en el fortalecimiento de las competencias garantizando la capacidad de abstracción, que va más allá de descomponer el concepto e identificar la causa y el efecto del mismo. Significa colocar un pie en el futuro con una actuación que deja de ser pasiva y pasa a romper paradigmas.

3. PROPOSITO

Los lineamientos de evaluación de los aprendizajes por competencias tiene por finalidad contribuir a la mejora de la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje, planteando así como propósito el:

¹ OLGA CECILIA DIAZ. Artículo la evaluación como discurso estratégico, en el texto investigación educativa. Revista de la facultad de investigación de la Universidad del Bosque. Afán grafico limitada. 2001. Bogotá.

² UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS. Proyecto Educativo Institucional. Sistema de Evaluación Institucional. Marzo 2000. , Pág. 36

Consolidar en los docentes del programa de Mercadeo, el sistema de evaluación en el marco de la formación basada en competencias, con el fin de transformar la visión y el sentido de la evaluación y fortalecer el que hacer pedagógico que actualmente subyace en la institución y el programa.

4. MARCO CONCEPTUAL

4.1 COMPETENCIA

Desde una perspectiva integradora integramos el concepto de la competencia como una combinación de componentes personales (conocimientos, habilidades cognitivas, motivación, actitudes, emociones), de componentes sociales (conocimientos de los contextos) y de conductas (acciones, comportamiento, iniciativas) guiados por unos fines u objetivos. En la Educación, la competencia supone poner en acción: destrezas, aptitudes, comportamientos y actitudes, pero además implica una construcción, un acto creador y una combinación de los distintos saberes en la ejecución ³.

Teniendo en cuenta la opinión de diversos autores en cuanto a lo que es una competencia, Parra (2006, p.2) indica que el modelo por competencias es aquella práctica educativa centrada en el aprendizaje que propicia el desarrollo integral del estudiante por competencias actualizables, ya que promueve una educación continua, en la que el estudiante aprende a aprender a lo largo de la vida.

Por otra parte está la siguiente definición: una competencia es un conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas, tanto específicas como transversales, que debe reunir un titulado para satisfacer plenamente las exigencias sociales. Las competencias son capacidades que la persona desarrolla en forma gradual y a lo largo de todo el proceso educativo y son evaluadas en diferentes etapas. (ANUIES)

Es por esto que el programa de Mercadeo estableció el proceso de las competencias mediante la verificación y valoración de las capacidades del estudiante con relación al desempeño del mismo, teniendo en cuenta que este puede llevarse a cabo mediante parciales, prácticas, observación de trabajos de aula, con el propósito de formarse un concepto sobre su competencia, a partir de un patrón (normas o criterios, indicadores y evidencias), e identificar aquellas áreas de desempeño que requieren ser fortalecidas mediante la formación, para alcanzar la competencia. La evaluación basada en competencias es, en definitiva, un proceso de aportación de evidencias.

³M. I. Solar.

La evaluación de competencias requiere combinación de instrumentos que den cuenta de aspectos cognitivos (saber), aspectos técnicos (saber hacer) y aspectos metacognitivos (saber por qué lo hace)⁴.

¿Qué debe saber? Alude al campo de conocimientos y capacidades del que se derivarán los contenidos formativos básicamente teóricos.

¿Qué debe saber hacer? Se identifican los conocimientos y capacidades a los que se asocian contenidos formativos de carácter práctico, concretamente las destrezas y habilidades.

¿De qué forma tiene que saber estar y actuar? Se deducen los conocimientos y las capacidades a los que se asocian contenidos formativos ligados a los aspectos actitudinales de la profesión, responsabilidad, y trabajo en equipo, autonomía, iniciativa, toma de decisiones, otros⁵.

CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN BASADA EN COMPETENCIAS

El currículo se ha consolidado para lograr que el estudiante promueva su aprendizaje en diversos ambientes, espacios y roles como: aulas de clase, aulas de sistemas, escenarios reales en organizaciones públicas y privadas, seminarios, foros, congresos, visitas empresariales, prácticas en campo, laboratorios, desarrollo de proyectos estratégicos de marketing, organización y participación en ferias empresariales, acciones de asesoría empresarial, diversidad de opciones de grado, participación en grupos de investigación y proyección social entre otros; acercando el saber con el hacer. Garantizando así la pertinencia y permeabilidad a los requerimientos de una comunidad académica en permanente evolución, modernización y en pro de promover y alcanzar las competencias establecidas para el ejercicio profesional. ⁶

Las competencias tienen implícitas elementos o dimensiones relacionados con el conocimiento, las habilidades técnicas, la comunicación y las actitudes, que determinan el dominio de la competencia y el ejercicio profesional competente. Así mismo estos elementos (Cognitivo, Ocupacional/Operacional, Actitudinal) requieren de la definición de Indicadores de Competencia o Desempeños, señales o rasgos observables del desempeño humano, capaces de mostrar la adquisición o desarrollo de la competencia y que deben estar estrechamente relacionadas con el nivel y propósitos de formación que se quiere alcanzar. Los anteriores elementos se constituyen en un conjunto de atributos que determina el dominio global de la competencia por parte del estudiante.

⁴ Foster, C.2001 PUC.

⁵ Bárbara, Estela. 2002.

⁶ Proyecto educativo programa de Mercadeo. PEP

En este marco, el plan de trabajo del docente debe estar orientado a fortalecer en el estudiante el logro total de la competencia que se propone en cada curso de formación, con el fin de ayudar a la formación integral del estudiante, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

REFLEXIONAR SOBRE QUE ES FORMAR EN COMPETENCIAS	Conceptualizar la competencia dentro del espíritu crítico y reflexivo, la formación humana y el proyecto ético de vida, teniendo en cuenta una estructura compleja de atributos necesarias para el desempeño en situaciones diversas de la cotidianidad
El docente se debe apoyar en los siguientes criterios de desempeño	
SABER SER	Aborda las competencias desde lo humanístico, teniendo en cuenta la racionalidad humana, la actitud, los valores personales y la autorrealización para un desempeño idóneo.
SABER CONOCER	Conceptualiza la formación de la competencia como un proceso complejo y articulado, implica reunirlos conocimientos para tener múltiples perspectivas frente a los diversos problemas sociales. Importante tener en cuenta el proyecto ético de vida, la interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad
SABER HACER	Integra en el análisis de la competencia el contexto personal, social, laboral, familiar y educativo, acorde con los propósitos del proyecto pedagógico

Fuente: Sergio Tobón. Formación basada en competencias, 2004

Es importante enfatizar que la formación hace referencia “a la construcción de capacidades, habilidades, conocimientos, actitudes y valores dentro del marco de un conjunto de potencialidades personales que articulan con dinámicas sociales y contextuales, mediadas por el lenguaje y la comunicación”. “Desde este postulado surge la propuesta de abordar la formación en competencias como un proceso recursivo y dialógico, por medio del cual la sociedad forma a sus miembros para la autorrealización, y a su vez, esta formación es la que posibilita la permanente y continua recreación de la sociedad.” La formación basada en competencias fortalece la formación integral de los miembros de la comunidad académica (docentes y estudiantes apropiados y partícipes del proceso de formación en competencias) y se constituye en una propuesta que mejora la calidad de la formación, en la medida que supera las formas tradicionales de la educación, dando paso a una propuesta pedagógica con pertinencia y relevancia social.

5. PEDAGOGIA DEL PROGRAMA

5.1 ENFOQUE PEDAGÓGICO

La Universidad de los Llanos, dentro de los lineamientos del PEI plantea como modelo pedagógico el Aprendizaje Significativo, propuesto por David Asubel y explicado dentro de perspectiva constructivista de Piaget como un aprendizaje autogestivo de construcción permanente de significados y conocimientos. Estos soportes teóricos le permiten al Programa de Mercadeo, establece su modelo desde la propuesta institucional y fortalecido, entre otras, con la corriente Histórica Cultural de Vygotsky, quien prima la psicología sociocultural para la reconstrucción del conocimiento.

Por tal razón, el aprendizaje que realiza el estudiante de mercadeo es la reestructuración de las ideas, percepciones y conceptos de su estructura cognitiva, gracias a contenidos curriculares, que le permiten iniciar un proceso sistémico y organizado de estudio sobre nuevas propuestas, alternativas dinámicas y claras, que, sin minimizar las necesidades o las oportunidades de su entorno, le brindarán la información pertinente que corresponde a los soportes teóricos de su profesión, con el propósito de hacer de él un educando responsable de su propia formación, con autonomía moral e intelectual y pensamiento crítico.

5.2 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

A partir del modelo pedagógico Institucional y atendiendo las tendencias de educación determinadas por el nuevo contexto mundial, acorde a los marcos legales nacionales e institucionales, el Programa de Mercadeo para el desarrollo de su propósito de formación en el aula y diversos contextos de aprendizaje, acoge las estrategias didácticas de aprendizaje entendida de acuerdo con Díaz Barriga (1993) como "... procedimientos que el agente de enseñanza utiliza en forma reflexiva y flexible para promover el logro de aprendizajes significativos en los alumnos" (pág.4), en concordancia con el aprendizaje significativo y el modelo constructivista propio del modelo pedagógico de la Universidad de los Llanos.

EL programa de Mercadeo acoge las propuestas planteadas por Frida Díaz Barriga en su texto "Estrategias docentes para un aprendizaje significativo", las cuales ofrecen opciones para propiciar un aprendizaje que respete la autonomía Institucional, fortalezca la motivación y el desarrollo de contenidos. Algunas de ellas son:

- Organizar y planear, desde el currículo hasta el aula, clases prácticas evaluativas que vayan más orientadas a priorizar metas en el aprendizaje y no en la calificación.

- Promover el aprendizaje por medio de proyectos que se evidencien en la creación de productos, soluciones de casos, análisis de contextos y expresión de ideas.
- Fortalecer las asesorías y estrategias de apoyo para que puedan ejercer un impacto sobre la formación que van a recibir, el nivel cognitivo del estudiante y su disposición afectiva favorable ante el conocimiento.
- Fomentar la creatividad del estudiante de acuerdo a los contenidos curriculares que nos permitan motivar y generar respuestas a las expectativas del estudiante.
- Diseñar espacios experienciales que fortalezcan la formación integral del estudiante, para que se apropie de su entorno y su propia conducta.
- Fomentar la autonomía, la responsabilidad y la participación en la toma de decisiones a través de acciones pedagógicas que incentiven la manifestación de iniciativas y oportunidad de demostrar talentos e intereses.
- Promover el aprendizaje cooperativo en el aula, ampliando las posibilidades de interacción personal y el desarrollo de habilidades sociales y colaborativas
- Establecer oportunidades de liderazgo dentro del grupo, donde prime el diálogo, la tolerancia y la argumentación.
- Implementar actividades curriculares y extracurriculares, tales como trabajo de campo, pasantías, visitas empresariales, laboratorios y el empleo de esquemas gráficos como mapas mentales, conceptuales, flujo gramas, líneas de tiempo, entre otros con la implementación de las Tics.
- Realizar encuentros académicos de interés general, tales como: seminarios, conferencias, mesas redondas, debates y foros, entre otros.
- Motivar el uso y correcto manejo de las TICS, no solamente como herramienta de apoyo para el desarrollo de trabajos de clase, sino desde la perspectiva de ser utilizado como un elemento útil en la creación, innovación y proyección de propuestas comerciales, informativas y publicitarias

5.3 COMPONENTE PEDAGÓGICO

En relación con el enfoque pedagógico se establece un rol específico de cada uno de los componentes del proceso de aprendizaje, para el logro eficiente del plan de estudios y desarrollar las competencias propuestas para el egresado.

RELACIÓN DOCENTE ESTUDIANTE	<ul style="list-style-type: none">▪ Docente, facilitador, mediador, motivador, orientador del proceso enseñanza-aprendizaje en el aula. Tutor o asesor del trabajo del tiempo independiente.▪ Estudiante, reflexivo, propositivo, participativo, asertivo, inquieto y comprometido con su proceso de aprendizaje.
METODOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none">▪ Participativa.▪ Creadora de ambientes y experiencias de desarrollo.▪ Variada según el nivel de desarrollo de las competencias y el nivel de profundidad de los contenidos.▪ Analítica del entorno.▪ De libre expresión y acceso al conocimiento.▪ De experiencias previas.
EVALUACIÓN	<p>Evaluación por competencias, producto de:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Evaluación permanente, diagnóstica, formativa acumulativa y sumativa.▪ Evaluación de actitudes, valores y normas.▪ Evaluación con criterio conceptual, procedimental y actitudinal.▪ Evaluación individual y grupal.▪ Evaluación por proyectos.

6. SISTEMA DE EVALUACIÓN

El reglamento estudiantil, Acuerdo 015 de 2003, normaliza la evaluación académica de los estudiantes, en el Capítulo III del título III, artículos 46 al 51. Las formas y elementos de evaluación son claramente establecidas por el Comité de Programa. Entendido por evaluación la acción permanente que permite emitir juicios sobre los avances obtenidos en la adquisición de un

conocimiento, desarrollo de habilidades, destrezas y actitudes de un estudiante que se halle inscrito en una cadena de formación.

Actualmente, la educación vive cambios profundos como lo explica Julian De Zubiria cuando dice: "La teoría ausubeliana permite distinguir entre dos tipos de aprendizajes y la enseñanza o formas de adquirir información. El aprendizaje puede ser repetitivo o significativo según lo aprendido se relacione arbitrariamente o sustancialmente con las estructura cognitiva"⁷.

Entendido así el sistema de evaluación se ha implementado desde la concepción, de ser una herramienta de apoyo a la formación por competencias. Donde se valora el desempeño del estudiante en el aula y el desempeño del estudiante en su tiempo independiente, lo que permite una permanente aplicación de estrategias y mediaciones pedagógicas establecidas por el comité de programa para los cursos, según la naturaleza, teniendo en cuenta la relación docente - estudiante, metodología, recursos y estructura curricular.

La evaluación al interior del programa de Mercadeo, entre sus relevantes características, es holística, desde el momento que busca apreciar la totalidad del proceso, teniendo en cuenta que la teoría y la práctica van perfectamente entrelazadas y sólo se da el aprendizaje cuando se complementan y pueden ser valoradas conjuntamente. Este tipo de evaluación responde al modelo pedagógico. "En el enfoque cognitivo la evaluación se centra en evaluar el grado de desarrollo alcanzado por los alumnos en los aspectos cognitivo, socio afectivo y psicomotor, es decir, no solamente se evalúan los contenidos programáticos, sino todos los procesos que contribuyen a la formación integral. No sólo interesan los resultados sino también los mecanismos que operan para lograrlos"⁸.

La evaluación concebida desde esta óptica responde a la propuesta de los ejes teóricos institucionales consignados en el PEI, ya que si bien es cierto que ni Piaget, ni Ausubel, ni Vigostky fueron pedagogos, desde la Psicología le abrieron camino a la pedagogía, y la evaluación; que pensada inicialmente solamente desde el campo productivo, pasó a ser soporte importante en la educación, atravesando diferentes procesos evolutivos. "Las pruebas de rendimiento académico significó un avance histórico para la educación frente al tutor medieval que media el progreso del alumno por el número de horas que permanecía sentado"⁹.

⁷ Julián De Zubiria Samper. Tratado de pedagogía conceptual. Fundación Alberto Merani Bogotá 1999.

⁸ Sonia García de Ruiz. Israel Salazar Puentes. La evaluación como componente del PEI Editorial LIBROS & LIBRES. Bogotá. 2000.

⁹ Rafael Flórez Ochoa, EVALUACIÓN, PEDAGOGÍA Y COGNICIÓN. Mc. Graw Hill. Bogotá.

En consecuencia a los cambios en el mercado nacional y la economía mundial, el currículo del Programa tiene la flexibilidad, que las normas Institucionales le permiten, por lo tanto, su sistema de evaluación no solamente es permanente, continuo y sistemático, sino que acepta la flexibilidad y la autonomía en su estructura curricular, y por ende, se adapta a los intereses de los conceptos trabajados y a las condiciones de los sujetos que participan en el proceso. En virtud a la estructura misma en el Programa de Mercadeo, se busca que la evaluación sea cooperativa y dialógica, de tal forma que la apreciación o juicio, considerado como valorativo sobre el desempeño del estudiante, no corresponda a un esquema individualista, sino a su conexión convivencial y cooperativa, semejante a la que vivirá en su desempeño laboral¹⁰.

Concebido desde este punto de vista, la evaluación pasa de ser utilizado como un instrumento empleado para medir únicamente el conocimiento, a constituirse en una interesante experiencia investigativa, donde sus resultados abren espacios para nuevas propuestas metodológicas.

6.1 CARACTERÍSTICA DE LA EVALUACIÓN

En este proceso de construcción del conocimiento, la evaluación será permanente y se tendrán en cuenta los siguientes aspectos: la asistencia, participación crítica y analítica, investigación y trabajo creativo, la innovación y su responsabilidad.

- Las evaluaciones se diseñarán y efectuarán, previa información a los estudiantes y se realizarán a través de la coevaluación, heteroevaluación y autoevaluación.
- La evaluación será: continua, integral, sistemática, flexible, interpretativa, participativa y formativa.
- Se hará acompañamiento en el desarrollo de talleres, observación de los procesos de aprendizaje, niveles de trabajo individual, de grupo, participación, interés y calidad en las exposiciones y los trabajos.
- Pruebas a partir del desarrollo de guías, practicas, cuestionarios, interpretación y producción textual.

¹⁰ Cayetano Estévez Solano. Editorial Mesa redonda Magisterio. Bogotá.

- Se concertará con los estudiantes lo referente a trabajos de tiempo independiente y las actividades de asesoría, al igual que el tipo de evaluación que se realice y la metodología utilizada.
- Las fechas y los porcentajes asignados, son responsabilidad del comité de programa.

Elementos plasmados tanto en la guía de curso como en la guía de trabajo independiente y que el comité de programa como responsable de velar por la evaluación de los cursos, según lo establecido Acuerdo Superior 012 del 2009 y el Acuerdo superior No. 015 / 2003 (Reglamento Estudiantil) define que la evaluación del proceso formativo, se realiza con referencia al logro de los propósitos y competencias planteadas para cada curso, que deben alcanzar los estudiantes a través del desarrollo de un curso¹¹.

Se tiene como estrategia fundamental el proyecto que permite evaluar todas las dimensiones de las competencias establecidas por la Institución (cognitiva, praxiológica, axiológica y comunicativa)

Teniendo en cuenta las competencias, el programa ha definido que para los cursos de I a IV semestre, en las diferentes áreas del saber, los docentes deben establecer estrategias que tengan alto porcentaje de peso evaluativo individual en los tres cohortes parciales, con cuestionarios de pregunta abierta para que el estudiante conceptualice y pueda fundamentar sus conocimientos y así propender por desarrollar y mejorar las competencias lectoras, de razonamiento cuantitativo, competencias ciudadanas, inglés y comunicación escrita, que se requieren y que son las de mayor falencia en los estudiantes de primeros semestres.

Igualmente se incluirá un porcentaje de preguntas tipo Saber Pro, para que el estudiante se vaya familiarizando con esta estructura de evaluación, otro porcentaje del peso evaluativo será el trabajo en equipo, por cuanto se requiere que el profesional de mercadeo, desarrolle competencias para resolución de conflictos, establecimiento de propuestas, que requieren, mejorar y moldear su conducta, temperamento y carácter, ya que en el entorno laboral el profesional deberá enfrentarse a diferentes escenarios.

Para los semestres de V-VII se deben establecer estrategias de evaluación con un 70% de estudio de casos, análisis de contexto, investigación con el uso de nuevas tecnologías, que logren desarrollar en el estudiante competencias praxiológicas y comunicativas y un 30 % de evaluación de estrategias evaluativas individuales tipo saber pro que involucre competencias en las áreas tales

¹¹ Proyecto Educativo Programa de Mercadeo. PEP.

como: gestión de las organizaciones, gestión financiera, formulación, evaluación y gestión de proyectos.

Para los semestres de VIII a IX, se deben desarrollar propuestas de marketing que obedezcan a necesidades del entorno empresarial regional, nacional e internacional, que logren un impacto profesional y dar así cumplimiento a la totalidad de las competencias adquiridas en su plan de estudio, en donde se demuestre la evaluación individual y/o grupal, a través de la sustentación y aplicación. Esta evaluación debe enfocarse en un % alto a la verificación de competencias comunicativas, reflexivas y críticas que le permitirán al estudiantes además de dar un respuestas a lo específicos del programa a las competencias genéricas que evalúa el saber pro.