



## Divulgación Pública de avalúos de aprendizaje

---

**Institution:** INSTITUTO TECNOLOGICO DE SANTO DOMINGO

**Academic Business Unit:** AREA DE NEGOCIOS

**Academic Year:** 2014/2015

---

**REPORTE DE LOGROS OBTENIDOS EN APRENDIZAJE ESTUDIANTIL**  
**INSTITUTO TECNOLOGICO DE SANTO DOMINGO**  
**AREA DE NEGOCIOS**

Para el período: 2014-2015

<b>Misión del Area de Negocios del INTEC</b>
<p>“Somos una escuela comprometida con la formación integral y el desarrollo profesional de líderes socialmente responsables, emprendedores, éticos, transformadores, internacionalmente competitivos, capaces de gestionar de forma eficiente y efectiva los recursos y procesos de negocios, así como de aportar al desarrollo de la sociedad actual mediante la investigación, la creatividad y la innovación”.</p>

**Reporte de avalúo de aprendizaje para la Maestría en Mercadeo**

<b>Objetivos de aprendizaje para la Maestría en Mercadeo</b>	
1. Los estudiantes demuestran una visión del mercado y de su ambiente económico, social y organizacional.	
2. Los estudiantes crean planes y estrategias de mercadeo en los distintos mercados en los cuales compiten.	
3. Los estudiantes aplican habilidades de liderazgo y de comunicación en la conducción de grupos de trabajo en actividades de negocio.	
4. Los estudiantes aplican técnicas actualizadas del mercadeo en ambientes competitivos.	
5. Los estudiantes muestran sentido ético y de responsabilidad social acordes con los requerimientos de los negocios nacionales e internacionales.	
<b>Instrumentos de avalúo de aprendizajes de los estudiantes – Medidas directas</b>	<b>Objetivos de desempeño y criterios para las mediciones directas:</b>
<p>1. <b>Evaluación del trabajo final de grado correspondiente al programa.</b> Se evaluarán los resultados: 1 al 5 mediante una rúbrica.</p>	<p>El 80% de los estudiantes de la maestría se coloca por encima de 3.5 de un máximo de 5 en la rúbrica evaluativa en cada uno de los objetivos de aprendizaje evaluados.</p>
<p>2. <b>Curso integrador Capstone. CAPSIM/ Capstone-COMP-XM</b> Se evaluarán los resultados: 2,3,4.</p>	<p>El promedio obtenido por los estudiantes que participan de la simulación es de 460 de un máximo de 1,100 puntos en el puntaje general del COMP-XM, y obtienen un promedio total combinado de 40% en cada una de las áreas funcionales de la gerencia evaluados en el examen COMP-XM. Los equipos obtienen por encima de 400 de un máximo de 1,000 puntos en la “Balance Score Card” de la simulación Capstone y un promedio de 3 puntos de un máximo de 5 en las evaluaciones de pares en lo concerniente a trabajo en equipo de la simulación.</p>

Instrumentos de avalúo de aprendizajes de los estudiantes – Medidas indirectas	Objetivos de desempeño y criterios para las mediciones indirectas:
<p>1. <b>Encuesta de Salida</b> Aplica objetivos 1 al 5</p>	<p>En el instrumento aplicado a cada estudiante al finalizar la carrera, al menos el 75% de los estudiantes indica que está “Totalmente de acuerdo” o “De acuerdo”, en haber obtenido en sus estudios cada uno de los objetivos de aprendizaje evaluados.</p>
<p>2. <b>Estudio de seguimiento a egresados</b> Aplica objetivos 1 al 5</p>	<p>En una muestra aleatoria de egresados de la Carrera con al menos dos años de haberse graduado, el índice de valoración del contenido de la formación académica recibida y su aplicación en el ambiente de trabajo, tendrá un mínimo de 70%.</p>
Resumen de resultados al llevar a cabo las medidas directas de avalúo de aprendizajes:	
<p>1. <b>Evaluación del trabajo de grado</b> <i>Febrero-Abril 2015. Un total de 10 estudiantes fueron evaluados. Los resultados para cada objetivo de aprendizaje evaluado, en una escala del 1 al 5, siendo 5 lo mayor fue la siguiente:</i></p> <p><i>Objetivo de aprendizaje 1: Los estudiantes demuestran una visión del mercado y de su ambiente económico, social y organizacional. <b>4.0.</b></i></p> <p><i>Objetivo de aprendizaje 2: Los estudiantes crean planes y estrategias de mercadeo en los distintos mercados en los cuales compiten. <b>4.13.</b></i></p> <p><i>Objetivo de aprendizaje 3: Los estudiantes aplican habilidades de liderazgo y de comunicación en la conducción de grupos de trabajo en actividades de negocio. <b>3.88.</b></i></p> <p><i>Objetivo de aprendizaje 4: Los estudiantes aplican técnicas actualizadas del mercadeo en ambientes competitivos. <b>4.5.</b></i></p> <p><i>Objetivo de aprendizaje 5: Los estudiantes muestran sentido ético y de responsabilidad social acordes con los requerimientos de los negocios nacionales e internacionales. <b>4.0.</b></i></p>	
<p>2. <b>Curso integrador Capstone. CAPSIM/ Capstone-COMP-XM</b> <i>Objetivo de aprendizaje 1: Los estudiantes demuestran una visión del mercado y de su ambiente económico, social y organizacional.</i></p> <p><i>Objetivo de aprendizaje 2: Los estudiantes crean planes y estrategias de mercadeo en los distintos mercados en los cuales compiten.</i></p> <p><i>Objetivo de aprendizaje 3: Los estudiantes aplican habilidades de liderazgo y de comunicación en la conducción de grupos de trabajo en actividades de negocio.</i></p> <p>Noviembre-Enero 2015:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) El promedio obtenido por los estudiantes en el COMP-XM fue de 529 de un máximo de 1,100 puntos en el simulador Capstone.</li> <li>b) El promedio total obtenido en las áreas funcionales de la gerencia evaluados en el examen COMP-XM. <ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad 50%</li> <li>Finanzas <b>46%</b></li> <li>Estrategia <b>48%</b></li> <li>Mercadeo <b>58%</b></li> </ul> </li> </ul>	

Operaciones **51%**

Recursos Humanos **48%**

- c) Los equipos obtuvieron un promedio de 610 de un máximo de 1,000 puntos en la “Balance Score Card” de la simulación Capstone.
- d) El promedio obtenido en las evaluaciones de pares para evaluar el trabajo en equipo fue de 4.37.

### Resumen de resultados al llevar a cabo las medidas indirectas de avalúo de aprendizajes::

#### 1. Encuesta de Salida

Estudio realizado en octubre 2014. De 6 estudiantes a graduación se entrevistaron 5 (83.3%)

Proporción de estudiantes que indican estar “Totalmente de acuerdo” o “De acuerdo”, en haber obtenido en sus estudios cada uno de los objetivos de aprendizaje evaluados:

- Demuestran una visión del mercado y de su ambiente económico, social y organizacional. 100% del total.
- Crean planes y estrategias de mercadeo en los distintos mercados en los cuales compiten. 80% del total.
- Aplican habilidades de liderazgo y de comunicación en la conducción de grupos de trabajo en actividades de negocio. 100% del total.
- Aplican técnicas actualizadas del mercadeo en ambientes competitivos. 100% del total.
- Muestran sentido ético y de responsabilidad social acordes con los requerimientos de los negocios nacionales e internacionales. 80% del total.

Estudio realizado en abril 2015. De 10 estudiantes a graduación se entrevistaron 8 (80.0%)

Proporción de estudiantes que indican estar “Totalmente de acuerdo” o “De acuerdo”, en haber obtenido en sus estudios cada uno de los objetivos de aprendizaje evaluados:

- Demuestran una visión del mercado y de su ambiente económico, social y organizacional. 87.5% del total.
- Crean planes y estrategias de mercadeo en los distintos mercados en los cuales compiten. 87.5% del total.
- Aplican habilidades de liderazgo y de comunicación en la conducción de grupos de trabajo en actividades de negocio. 75% del total.
- Aplican técnicas actualizadas del mercadeo en ambientes competitivos. 87.5% del total.
- Muestran sentido ético y de responsabilidad social acordes con los requerimientos de los negocios nacionales e internacionales. 100% del total.

#### 2. Estudio de seguimiento a egresados

Estudio realizado en marzo 2015.

En una muestra aleatoria de **13** egresados con al menos dos años de haberse graduado, el índice de valoración del contenido de la formación académica recibida y su aplicación en el ambiente de trabajo tuvo como resultado **76.2%**.

Desglose del cumplimiento de los resultados de los objetivos de aprendizaje:				
<i>Maestría en Mercadeo</i>				
Objetivos de aprendizaje	Medidas de avalúo de aprendizajes			
Objetivos particulares de aprendizaje para la Carrera o Programa	Evaluación del trabajo final de grado correspondiente al programa.	CAPSIM/ Capstone-COMP-XM	Encuesta de Salida	Estudio de seguimiento a egresados
	Objetivo desempeño fue...	Objetivo desempeño fue...	Objetivo desempeño fue...	Objetivo desempeño fue...
1. Los estudiantes demuestran una visión del mercado y de su ambiente económico, social y organizacional.	Cumplido.	No corresponde a esta medida	Cumplido.	Cumplido.
2. Los estudiantes crean planes y estrategias de mercadeo en los distintos mercados en los cuales compiten.	Cumplido.	Cumplido	Cumplido.	Cumplido.
3. Los estudiantes aplican habilidades de liderazgo y de comunicación en la conducción de grupos de trabajo en actividades de negocio.	Cumplido.	Cumplido.	Cumplido.	Cumplido.
4. Los estudiantes aplican técnicas actualizadas del mercadeo en ambientes competitivos.	Cumplido.	Cumplido.	Cumplido.	Cumplido.
5. Los estudiantes muestran sentido ético y de responsabilidad social acordes con los requerimientos de los negocios nacionales e internacionales.	Cumplido.	No corresponde a esta medida	Cumplido.	Cumplido.
Planes de acción propuestos para mejorar el desempeño de aquellos objetivos que no fueron alcanzados:				
1. <i>Revisar conjuntamente con los profesores de Gernecia Estrategica y Estrategia de Precios las asignaciones y trabajos que tienen que realizar los estudiantes a fin de fortalecer en los estudiantes la visión estratégica de la empresa y sus entornos. Eso permitiría elevar la ejecución en las pruebas del el COMP-XM/CAPSIM en lo concerniente a este importante tópico.</i>				

2. *Reforzar los requerimientos de trabajo en equipo a fin de elevar la autoconcepción de líderes de tienen los estudiantes. Esto se hara en las asignaturas de Comportamiento organizacional, Gerencia de mercadeo, Mercadeo internacional y en el taller de mercadeo. La autoconcepción de liderazgo que tienen los estudiantes es una de las áreas que los estudiantes señalan como ligeramente bajas en su formación. Esto no observo en la encuesta de salida.*
3. *Revisar con el profesor de Contabilidad y finanzas las estrategias de enseñanzas utilizadas para impartir la asignatura pues de acuerdo con los resultados del COMP-XM/ CAPSIM los resultados se ubicaron en un nivel realmente bajo. A pesar de que los estudiantes de la maestría en Mercadeo no requieren niveles de finanzas muy altos, la relevancia de estos contenidos, completarían mejor su formación y facilitarían egresados mas completos y competitivos.*
4. *Revisar con los profesores de Investigacion de Mercados lectrónico la utilización de las TIC como herramientas tecnológicas relevantes para la enseñanza del mercadeo. Asimismo, introducir como parte de la asignatura de Mercadeo Internacional, una simulación que aporte en la dirección el objetivo de mejorar la percepción que tienen los estudiantes del programa con respecto a la utilización de las nuevas tecnología en la Maestría. Esto fue un hallazgo en la encuesta de salud realizada a los estudiantes de 2015 .*
5. Revisar las métricas objetivo  
Con efectividad para el período Noviembre 2015-enero 2016.
  - Examen de Salida COMP-XM/ CAPSIM. Aumentar a 535 la puntuación objetivo en el promedio general.
  - Encuesta de Salida. Aumentar de 75% a 80% la proporción de estudiantes que al momento de concluir sus estudios está “De acuerdo” o “Completamente de acuerdo” en haber obtenido la competencia.
  - Encuesta de seguimiento a egresados. De 76% a 78% el índice de valoración del contenido de la formación académica recibida y su aplicación en el ambiente de trabajo en egresados con por lo menos dos años de concluir sus estudios.

## MAESTRÍA EN MERCADEO

OPORTUNIDAD	ACCIONES A TOMAR	PARTICIPANTES	RESPONSABLE	FECHA DE CUMPLIMIENTO
<p>Los estudiantes obtuvieron bajos promedios en las competencias de Gerencia en el examen CAPSIM.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Revisar conjuntamente con los profesores de Gerencia Estrategica y Estrategia de Precios las asignaciones y trabajos que tienen que realizar los estudiantes a fin de fortalecer en los estudiantes la visión estratégica de la empresa y sus entornos. Eso permitiría elevar la ejecución en las pruebas del el COMP-XM/CAPSIM en lo concerniente a este importante tópico.</i></li> <li>- <i>Reforzar los requerimientos de trabajo en equipo a fin de elevar la autoconcepción de lideres de tienen los estudiantes. Esto se hara en las asignaturas de Comportamiento organizacional, Gerencia de mercadeo, Mercadeo internacional y en el taller de mercadeo. La autoconcepción de liderazgo que tienen los estudiantes es una de las áreas que loestudiantes señalan como ligeramente bajas en su formación. Esto no observo en la encuesta de salida.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesores del Programa Academico.</li> <li>- Coordinador del programa Academico.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Coordinador del programa Academico.</p>	<p style="text-align: center;">Agosto – Octubre 2015</p>
<p>Los estudiantes obtuvieron bajos promedios en las competencias de Contabilidad y Finanzas en el examen CAPSIM.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Revisar con el profesor de Contabilidad y finanzas las estrategias de enseñanzas utilizadas para impartir la asignatura pues de acuerdo con los resultados del COMP-XM/ CAPSIM los resultados se ubicaron en un nivel realtivamente bajo. A pesar de que los estudiantes de la maestria en Mercadeo no requieren niveles de finanzas muy altos, la relevancia de estos contenidos, completarían mejor su formación y facilitarían egresados mas completos y competitivos.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesores del Programa Academico.</li> <li>- Coordinador del programa Academico.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Coordinador del programa Academico.</p>	<p style="text-align: center;">Agosto – Octubre 2015</p>

<p>Los estudiantes obtuvieron un bajo promedio en la competencia de Tecnología de la Información en el examen CAPSIM.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Revisar con los profesores de Investigación de Mercados electrónico la utilización de las TIC como herramientas tecnológicas relevantes para la enseñanza del mercadeo. Asimismo, introducir como parte de la asignatura de Mercadeo Internacional, una simulación que aporte en la dirección el objetivo de mejorar la percepción que tienen los estudiantes del programa con respecto a la utilización de las nuevas tecnologías en la Maestría. Esto fue un hallazgo en la encuesta de salidad realizada a los estudiantes de 2015 .</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesores del Programa Académico.</li> <li>- Coordinador del programa Académico.</li> </ul>	<p>Coordinador del programa Académico.</p>	<p>Agosto – Octubre 2015</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los estudiantes no obtuvieron el promedio esperado en los resultados de la Encuesta de Salida.</li> <li>- Los estudiantes obtuvieron un bajo promedio en estar de acuerdo con la aplicación de los contenidos aprendidos en clase en el entorno laboral.</li> </ul>	<p>Revisar las métricas objetivo Con efectividad para el período Noviembre 2015-enero 2016.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Examen de Salida COMP-XM/ CAPSIM. Aumentar a 535 la puntuación objetivo en el promedio general.</li> <li>• Encuesta de Salida. Aumentar de 75% a 80% la proporción de estudiantes que al momento de concluir sus estudios está “De acuerdo” o “Completamente de acuerdo” en haber obtenido la competencia.</li> <li>• Encuesta de seguimiento a egresados. De 76% a 78% el índice de valoración del contenido de la formación académica recibida y su aplicación en el ambiente de trabajo en egresados con por lo menos dos años de concluir sus estudios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesores del Programa Académico.</li> <li>- Coordinador del programa Académico.</li> </ul>	<p>Coordinador del programa Académico.</p>	<p>Noviembre – Enero 2016</p>