



IACBE

International Assembly for Collegiate Business Education

Public Disclosure of Student Learning

Institution INSTITUTO TECNOLOGICO DE SANTO DOMINGO

Academic Business Unit AREA DE NEGOCIOS

Academic Year NOV15-OCT16

Report of Student Learning and Achievement

Institution

Name of your Academic Business Unit

For Academic Year: 2016

Mission of the *Business School*

Mission Statement

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.

Student Learning Assessment for *Licenciatura en Mercadeo*

Program Intended Student Learning Outcomes

1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia.
2. Los estudiantes demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.
3. Los estudiantes elaboran y ejecutan un plan estratégico de mercadeo, orientado a la satisfacción del consumidor y la generación de utilidades de la empresa, con una visión ética y de responsabilidad social.
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.

Assessment Instruments for Intended Student Learning Outcomes— Direct Measures of Student Learning:

Performance Objectives (Targets/Criteria) for Direct Measures:

1. **Rúbrica de avalúo de aprendizajes en la asignatura MER306
Gerencia Estratégica de Mercadeo**

Aplica a objetivos 1,3,4

Al aplicar la rúbrica de avalúos en el proyecto final entregado, al menos el 80% de los estudiantes de la carrera de Mercadeo que aprueban la asignatura obtienen un promedio de 3.5 de un máximo de 5 al evaluarse cada uno de los objetivos de aprendizaje.

2. **Rúbrica de avalúo de aprendizajes en la asignatura NEG301 Taller
de grado.**

Aplica a objetivos 1,2,3

Al aplicar la rúbrica de avalúos en las actividades de evaluación de la asignatura al menos el 80% de los estudiantes que aprueban, obtienen

	un promedio de 3.5 de un máximo de 5 al evaluarse cada uno de los objetivos de aprendizaje descritos.
3. Examen de Salida CPC-COMP –Peregrine Aplica a objetivos 1-4	En la muestra de estudiantes de término de la carrera seleccionados aleatoriamente en la asignatura de Taller de Grado (NEG-301), se obtiene un promedio por encima de 45% en por lo menos 6 de las 11 competencias en negocios evaluadas.
Assessment Instruments for Intended Student Learning Outcomes— Indirect Measures of Student Learning:	Performance Objectives (Targets/Criteria) for Indirect Measures:
1. Encuesta de Salida Aplica objetivos 1 al 4	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.
2. Estudio de seguimiento a egresados Aplica objetivos 1 al 4	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%.
Assessment Results: <i>Licenciatura en Mercadeo</i>	
Summary of Results from Implementing Direct Measures of Student Learning:	
<p>1. Avalúo de aprendizajes en MER306 Gerencia Estratégica de Mercadeo <i>Noviembre-Enero 2016. La totalidad de los 5 estudiantes que cursaron la asignatura fueron considerados.</i> <i>Febrero-Abril 2016. La totalidad de los 10 estudiantes que cursaron la asignatura fueron considerados.</i> <i>Mayo – Julio 2016. La totalidad de los 12 estudiantes que cursaron la asignatura fueron considerados.</i> <i>Agosto- Octubre 2016. No se cursó la asignatura.</i></p> <p>Objetivo de aprendizaje 1: Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Noviembre – Enero 2016. Promedio obtenido fue de 4.2 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5. • Febrero – Abril 2016. Promedio obtenido fue de 4.5 de 5. El 90% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5. • Mayo – Julio 2016. Promedio obtenido fue de 4.1 de 5. El 92% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5. 	

Objetivo de aprendizaje 3: Los estudiantes elaboran y ejecutan un plan estratégico de mercadeo, orientado a la satisfacción del consumidor y la generación de utilidades de la empresa, con una visión ética y de responsabilidad social.

- Noviembre – Enero 2016. Promedio obtenido fue de 4.2 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Febrero – Abril 2016. Promedio obtenido fue de 4.4 de 5. El 90% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Mayo-Julio 2016. Promedio obtenido fue de 4.1 de 5. El 92% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.

Objetivo de aprendizaje 4: Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.

Noviembre – Enero 2016. Promedio obtenido fue de 4.2 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.

Febrero – Abril 2016. Promedio obtenido fue de 4.2 de 5. El 90% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.

Mayo – Julio 2016. Promedio obtenido fue de 3.9 de 5. El 92% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.

2. *Avalúo de aprendizajes en NEG301 Taller de Grado*

- Noviembre-Enero 2016. La totalidad de los 2 estudiantes que cursaron la asignatura fueron evaluados.
- Febrero-Abril 2016. La totalidad de los 3 estudiantes que cursaron la asignatura fueron evaluados.
- Mayo – Julio 2016. La totalidad de los 13 estudiantes que cursaron la asignatura fueron evaluados.
- Agosto – Octubre 2016. La totalidad de los 11 que cursaron la asignatura fueron evaluados.

Los resultados para cada objetivo de aprendizaje evaluado, en una escala del 1 al 5, siendo 5 lo mayor fue la siguiente:

Objetivo de aprendizaje 1: Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia.

- Noviembre-Enero 2016. Promedio obtenido fue 3.6 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Febrero-Abril 2016. Promedio obtenido fue 4.1 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Mayo – Julio 2016. Promedio obtenido fue 4 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Agosto – Octubre 2016. Promedio obtenido fue 3.9 de 5. El 91% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.

Objetivo de aprendizaje 2: Los estudiantes demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.

- Noviembre-Enero 2016. Promedio obtenido fue 3.6 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Febrero-Abril 2016. Promedio obtenido fue 3.8 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Mayo – Julio 2016. Promedio obtenido fue 3.8 de 5. El 96% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Agosto – Octubre 2016. Promedio obtenido fue 3.6 de 5. El 73% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.

Objetivo de aprendizaje 3: Los estudiantes elaboran y ejecutan un plan estratégico de mercadeo, orientado a la satisfacción del consumidor y la generación de utilidades de la empresa, con una visión ética y de responsabilidad social.

- Noviembre-Enero 2016. Promedio obtenido fue 3.5 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Febrero-Abril 2016. Promedio obtenido fue 3.7 de 5. El 100% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Mayo – Julio 2016. Promedio obtenido fue 3.8 de 5. El 93% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.
- Agosto – Octubre 2016. Promedio obtenido fue 3.5 de 5. El 82% de los estudiantes obtuvo por encima de 3.5.

3. Examen de Salida CPC-COMP –Peregrine

Se evaluaron todos los estudiantes que cursaron la asignatura NEG301 Taller de Grado. Se evaluaron 11 competencias en negocios. De acuerdo a la agencia norteamericana Peregrine, una calificación entre 40-59 se encuentra en el promedio mundial que toma esta prueba.

Competencia Evaluada	Nov-Ene 2016	Feb-Abr 2016	May-Jul 2016	Ago-Oct 2016
Contabilidad	38	37.5	58	31
Ética en los Negocios	68	65	71	66
Finanzas en los Negocios	38	50	37	30
Integración de Negocios y Gerencia Estratégica	63	60	72	64
Liderazgo en los Negocios	46	45	51	36
Economía	48	52.5	41	50
Dimensiones Globales en los Negocios	61	70	44	53
Ambiente Legal en los Negocios	46	52.5	38	47
Gerencia	53	45	64	52
Mercadeo	48	62.5	53	47
Técnicas de Investigación Cuantitativa y Estadísticas	58	60	48	50

Meta por Competencia	45%
Total de Competencias Evaluadas	11
Objetivo de Competencias sobre la meta	6

	Nov-Ene 2016	Feb-Abr 2016	May-Jul 2016	Ago-Oct 2016
Competencias sobre la meta	9	10	7	8
% de Cumplimiento	150%	166.67%	117%	134%

Summary of Results from Implementing Indirect Measures of Student Learning:

1. Encuesta de Salida

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 habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia. **93%**
- Demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios. **96%**
- Elaboran y ejecutan un plan estratégico de mercadeo, orientado a la satisfacción del consumidor y la generación de utilidades de la empresa, con una visión ética y de responsabilidad social. 96%
- Describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización. 89%

2. Estudio de seguimiento a egresados

En el 2016 no se ha realizado un estudio de seguimiento a egresados y no se tiene en agenda de trabajo 2016 realizar dicho estudio. El estudio de seguimiento de egresados de marzo 2015 presenta actualidad relevante.

Desglose del cumplimiento de los resultados de los objetivos de aprendizaje:

Desde el 2015 la Universidad completa inició proceso quinquenal de Reforma Curricular que fortalecerá todos los programas académicos. A nivel de grado para todos los programas académico el ciclo de estudios generales se actualizó e innovó. El proceso de despliegue lleva diversas velocidades de implementación por áreas académicas.

El proceso conlleva las siguientes etapas:

1. Consulta y revisión documental, desde los diferentes ámbitos:
2. Conformación de comisiones y equipos de trabajo, los cuales son:
 - Comisión que revisará y presentará una propuesta del Modelo Aprendizaje Educativo
 - Comisión que revisará y presentará una propuesta de los Estudios Generales
 - Equipos de trabajo: Grado y Postgrado
 - Equipo de identificación y desarrollo de nuevos planes y programas:
3. Jornadas de socialización de los resultados de las comisiones y encuentros con Expertos Académicos
4. Encuestas y entrevistas a estudiantes, egresados y empleadores
5. Propuesta de Reforma. Diseño de modalidad de implementación, monitoreo, evaluación y seguimiento

Los programas educativos de nivel de postgrado del área de negocios iniciaron el análisis y actualización de los planes de estudio en Noviembre 2016 – bajo en un enfoque que busca optimizar la experiencia académica de sus futuros estudiantes. El análisis de los 3 años de desempeño en los instrumentos de avalúo de aprendizajes de los estudiantes – Medidas directas con IACBE han probado ser insumos valiosos para las reformas que serán conocidas en Consejo Académico en el 2017.