



## Divulgación de las evaluaciones de los aprendizajes

---

<b>Institution:</b>	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SANTO DOMINGO
<b>Academic Business Unit:</b>	ÁREA DE NEGOCIOS
<b>Academic Year:</b>	2016/2017

---

International Assembly for Collegiate Business Education  
11374 Strang Line Road  
Lenexa, Kansas 66215  
USA

**REPORTE DE LOGROS OBTENIDOS EN APRENDIZAJE ESTUDIANTIL**  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SANTO DOMINGO**  
**ÁREA DE NEGOCIOS**

For Academic Year: 2016-2017

<b>Misión del Área de Negocios del INTEC</b>
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.

**Avalúo de aprendizaje para la Licenciatura en Mercadeo**

<b>Objetivos de aprendizaje para la Licenciatura en Mercadeo</b>	
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.	
<b>Instrumentos de avalúo de aprendizajes de los estudiantes – Medidas directas</b>	<b>Objetivos meta y criterios para las mediciones directas:</b>
1. <b>Rúbrica de avalúo de aprendizajes en la asignatura MER306 Gerencia Estratégica de Mercadeo</b> 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.
<b>Rúbrica de avalúo de aprendizajes en la asignatura NEG301 Taller de grado.</b> 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.

<p><b>3. Examen de Salida CPC-COMP –Peregrine</b> Aplica a objetivos 1-4</p>	<p>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.</p>								
<p><b>Instrumentos de avalúo de aprendizajes de los estudiantes – Medidas indirectas</b></p>	<p><b>Objetivos meta y criterios para las mediciones indirectas:</b></p>								
<p><b>1. Encuesta de Salida</b> Aplica objetivos 1 al 4</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><b>2. Estudio de seguimiento a egresados</b> Aplica objetivos 1 al 4</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>								
<p><b>Resumen de resultados al llevar a cabo las medidas directas de avalúo de aprendizajes:</b></p>									
<p><b>1. Avalúo de aprendizajes en MER306 Gerencia Estratégica de Mercadeo</b> <b>Noviembre 2015 - Enero 2016</b> Los resultados para cada objetivo de aprendizaje evaluado, en una escala del 1 al 5, siendo 5 lo mayor fue la siguiente:</p> <table border="1" data-bbox="478 1003 1669 1430"> <thead> <tr> <th data-bbox="478 1003 1392 1092">Objetivos</th> <th data-bbox="1392 1003 1669 1092">Resultados obtenidos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="478 1092 1392 1182">1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia</td> <td data-bbox="1392 1092 1669 1182"><b>4.30</b></td> </tr> <tr> <td data-bbox="478 1182 1392 1308">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.</td> <td data-bbox="1392 1182 1669 1308"><b>4.33</b></td> </tr> <tr> <td data-bbox="478 1308 1392 1430">4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.</td> <td data-bbox="1392 1308 1669 1430"><b>4.83</b></td> </tr> </tbody> </table>		Objetivos	Resultados obtenidos	1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.30</b>	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.	<b>4.33</b>	4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>4.83</b>
Objetivos	Resultados obtenidos								
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.30</b>								
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.	<b>4.33</b>								
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>4.83</b>								

**Febrero – Abril 2016**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.60</b>
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.	<b>4.60</b>
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>4.60</b>

**Mayo – Julio 2016**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.30</b>
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.	<b>4.60</b>
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>4.60</b>

**Noviembre 2016- Enero 2017**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.10</b>
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.	<b>4.50</b>
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>4.10</b>

**Febrero – Abril 2017**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.70</b>
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.	<b>5.00</b>
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>4.60</b>

**Noviembre 2017 – Enero 2018**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.60</b>
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.	<b>4.70</b>
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>4.80</b>

**2. Avalúo de aprendizajes en NEG301 Taller de Grado****Febrero – Abril 2016**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.30</b>
2. Los estudiantes demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	<b>4.60</b>
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.	<b>4.30</b>

**Mayo-Julio 2016**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.39</b>
2. Los estudiantes demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	<b>4.40</b>
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.	<b>4.38</b>

**Agosto-October 2016**

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

<b>Objetivos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.20</b>
2. Los estudiantes demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	<b>4.27</b>
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.	<b>4.29</b>

### Noviembre-Enero 2017

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

Objetivos	Resultados obtenidos
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia	<b>4.10</b>
2. Los estudiantes demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	<b>4.00</b>
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.	<b>4.00</b>

### 3. Examen de Salida CPC-COMP –Peregrine

Se evaluaron todos los estudiantes que cursaron la asignatura NEG301 Taller de Grado.

No°	Competencia Evaluada	2017		
		Noviembre 2016 - Enero 2017	Febrero-Abril	Mayo-Julio
1	Contabilidad	35.00%	50.00%	40.00%
2	Ética en los Negocios	60.00%	47.50%	53.33%
3	Finanzas de Negocios	30.00%	27.50%	28.89%
4	Integración de Negocios y Gerencia Estratégica	65.00%	42.50%	41.11%
5	Liderazgo en los Negocios	45.00%	37.50%	42.22%
6	Economía	40.00%	40.00%	37.78%
7	Dimensiones Globales de los Negocios	50.00%	57.50%	38.89%
8	Ambiente Legal en los Negocios	45.00%	35.00%	38.89%
9	Gerencia	40.00%	35.00%	43.33%
10	Mercadeo	75.00%	42.50%	53.33%
11	Técnicas de Investigación Cuantitativa y Estadística	60.00%	37.50%	38.89%

<b>Meta por Competencia</b>	45%		
<b>Total de Competencias Evaluadas</b>	11		
<b>Objetivo de Competencias sobre la Meta</b>	6		
	<b>2017</b>		
	Noviembre 2016- Enero2017	Febrero-Abril	Mayo-Julio
<b>Competencias sobre la meta</b>	7	3	2
<b>% de cumplimiento</b>	<b>116.67%</b>	<b>50.00%</b>	<b>33.33%</b>

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

##### 1. Encuesta de Salida

Estudio realizado en **Abril 2016**. De **22** estudiantes a graduación se entrevistaron **15 (68%)**.

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:

Objetivo	Resultado Obtenido
<b>1.</b> Demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia.	<b>82.7%</b>
<b>2.</b> Demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	<b>88%</b>
<b>3.</b> 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.	<b>80%</b>
<b>4.</b> Describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	<b>77.3%</b>

Estudio realizado en **Abril 2017**. De **17** estudiantes a graduación se entrevistaron **7. (41.17%)**.

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:

Objetivo	Resultado Obtenido
1. Demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia.	93.3%
2. Demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	86.7%
3. 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.	86.7%
4. Describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	90%

Estudio realizado en **Octubre 2017**. De **11** estudiantes a graduación se entrevistaron **4 (36.36%)**.

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:

Objetivo	Resultado Obtenido
1. Demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia.	85%
2. Demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	85%
3. 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.	80%
4. Describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	70%

## 2. Estudio de seguimiento a egresados

La encuesta a egresados se realiza cada dos años. El estudio correspondiente al periodo 2016-2017 se realizará en el primer trimestre del 2018, por lo que no se cuenta con información actualizada por el momento para esta medida.

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

**Licenciatura en Mercadeo**

Objetivos de aprendizaje	Medidas de avalúo de aprendizajes				
Objetivos particulares de aprendizaje para la Carrera o Programa	Rúbrica de avalúo de aprendizajes en la asignatura: MER306 Gerencia Estratégica de Mercadeo	Rúbrica de avalúo de aprendizajes en la asignatura NEG301 Taller de grado.	Examen de Salida CPC-COMP – Peregrine	Encuesta de Salida	Estudio de seguimiento a egresados
	Objetivo desempeño fue...	Objetivo desempeño fue...	Objetivo desempeño fue...	Objetivo desempeño fue...	Objetivo desempeño fue...
1. Los estudiantes demuestran habilidades de análisis y solución de problemas, para la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia.	Cumplido	Cumplido	Cumplido	Cumplido	Pendiente de evaluar
2. Los estudiantes demuestran habilidades de liderazgo y de comunicación para trabajar en equipos multidisciplinarios.	No aplica	Cumplido	Cumplido	Cumplido	Pendiente de evaluar
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.	Cumplido	Cumplido	Cumplido	Cumplido	Pendiente de evaluar
4. Los estudiantes describen los conceptos principales y las mejores prácticas de administración de negocios en las distintas áreas funcionales de una organización.	Cumplido	No aplica	Cumplido	No Cumplido	Pendiente de evaluar

**Planes de acción propuestos para mejorar el desempeño de aquellos objetivos que no fueron alcanzados:**

1. Revisar **conjuntamente con los Coordinadores de las Carreras de Administración y Contabilidad** los contenidos de las asignaturas Principios de Finanzas y Contabilidad Financiera, para reforzar con lecturas y practicas adicionales las debilidades que fueron detectadas según el examen CPC-Comp de Peregrine, en los tópicos: Accounting, Balance Sheet, Debit and Credits Entries, Fiscal Year Income Statement. Revisar que en las evaluaciones correspondientes al periodo Agosto- Octubre 2018 hayan mejorado las calificaciones promedio, en comparación al mismo periodo de los 2 años anteriores.
2. Realizar un ejercicio de diagnóstico **en conjunto con el Coordinador de la Carrera Administración** de los contenidos de las asignaturas que impactan los temas de Comportamiento Organizacional, para detectar en cuales tópicos en particular se tienen debilidades de acuerdo al examen CPC-Comp de Peregrine. Reforzar estos contenidos con los docentes con lecturas, practicas u otras técnicas de enseñanza-aprendizaje durante los trimestres Mayo-Julio y Agosto- Octubre 2018. Revisar que en las evaluaciones correspondientes al periodo Noviembre- Enero 2018 que hayan mejorado las calificaciones promedio en comparación al mismo periodo de los 2 años anteriores.
3. Realizar un ejercicio de diagnóstico **en conjunto con el Coordinador de la Carrera de Economía** los contenidos de las asignaturas que impactan los temas de Macroeconomía, para detectar en cuales tópicos en particular se tienen debilidades de acuerdo al examen CPC-Comp de Peregrine. Reforzar estos contenidos con los docentes con lecturas, practicas u otras técnicas de enseñanza-aprendizaje durante los trimestres Mayo-Julio y Agosto- Octubre 2018. Revisar que en las evaluaciones correspondientes al periodo Noviembre- Enero 2018 que hayan mejorado las calificaciones promedio en comparación al mismo periodo de los 2 años anteriores.

**Cronograma del Plan de Acción**  
**LICENCIATURA EN MERCADEO**

Oportunidad	Acción a Tomar	Participantes	Responsable	Fecha De Cumplimiento
<p><b>1. Bajos promedios en la Evaluación de Aprendizaje:</b></p> <p>1. Finanzas 2. Liderazgo 3. Contabilidad 4. Economía 5. Leyes</p>	<p><b>1.</b> Revisar los contenidos de las materias relacionadas a estos tópicos con cada profesor que las imparte y sus coordinadores.</p> <p><b>2.</b> Tres comunidades de práctica con profesores que imparten materias de contenido relacionado a estos tópicos, serán ejecutadas para aumentar las calificaciones en estas competencias.</p>	<p align="center"><b>Profesores que imparten:</b></p> <p>1. Contabilidad Financiera. 2. Principios de Finanzas. 3. Principio de Macroeconomía. 4. Contabilidad Gerencial. 5. Aspectos legales en los Negocios I. 6. Principio de Gerencia. 7. Comportamiento del Consumidor.</p>	<p><b>1. Sandra Pimentel</b> (Coordinador de la Carrera de Mercadeo)</p> <p><b>2. Marcia Andújar</b> (Coordinadora de Contabilidad)</p> <p><b>3. Jesús Bastardo</b> (Coordinadora de Administración de Empresas)</p> <p><b>4. Rafael Espinal</b> (Coordinador de Economía)</p> <p><b>5.</b> Cada profesor de las materias mencionadas.</p>	<p><b>Agosto – Octubre 2018</b></p>