



UNIVERSIDAD LIBRE
PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA.
MAESTRIA DE MERCADEO.

1. INTRODUCCIÓN.

El Proyecto Educativo del Programa de Maestría de Mercadeo de la Universidad, es un documento público, fruto del constructo de su comunidad académica, que expresa la voluntad institucional de formar un magíster en mercadeo, que contribuyan de manera ética y con compromiso social responsable y democrático, al desarrollo económico y social de la región y del país.

A través de este proyecto educativo se dan los lineamientos curriculares, sus fundamentos históricos fundacionales del programa, su justificación, pertinencia social, fundamentos epistémicos, científicos, técnicos y axiológicos. Así como el modelo pedagógico propio del programa alineado al modelo pedagógico institucional, el desarrollo de competencias genéricas, básicas, específicas del ejercicio profesional y comportamentales, las estrategias de aprendizaje y de seguimiento curricular, el perfil de ingreso, profesional y ocupacional. Así como las estrategias para lograr el avance y el mejoramiento continuo en las funciones sustantivas de la educación superior, docencia, investigación, proyección social, bienestar universitario e internacionalización, desde el programa y para el programa.

Este es el primer proyecto educativo del programa de Maestría de mercadeo, debido a que en las versiones anteriores de los documentos Maestros, no incluían este requisito, para su construcción hemos utilizado como base el proyecto educativo institucional de Unilibre, y el nuevo documento maestro elaborado bajo las normas actuales vigentes, de tal suerte que nos ha permitido dar una mirada nueva a programa basado no solo en el conocimiento científico y técnico y sino también en el impacto social que genera cuando transforma la vida de nuestros egresados, su entorno familiar y a la comunidad a la que pertenece.

2. IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La Corporación Universidad Libre se constituyó como una institución de educación superior, de utilidad común, sin ánimo de lucro, con domicilio en la ciudad de Santafé de Bogotá (Código MEN 1806), organizada nacionalmente a través de seis (6) seccionales en las ciudades de: Cali (Código 1807), Barranquilla (Código 1808), Pereira (Código 1809), Cúcuta (Código 1810) y Socorro (Código 1811) y una sede en la Ciudad de Cartagena; la cual se fundamenta en los principios y valores que inspiraron su creación y que se mantienen durante sus 95 años de servicio a la comunidad en el contexto Colombiano; donde se cultiva el humanismo, el espíritu crítico, el culto a la diferencia, el pluralismo, los valores éticos, la tolerancia, la discreción, la solidaridad, el liderazgo y la pasión por el conocimiento.

El Ministerio de Gobierno le otorgó Personería Jurídica a la Universidad por Resolución número 192 de junio 27 de 1946, vigente hasta la fecha. El Ministerio de Educación Nacional otorgó a la Universidad Libre la Acreditación Institucional de Alta Calidad Multicampus, mediante resolución número 16892 de 22 de agosto de 2016.

La Misión y la Visión Institucional están estipuladas en el Acuerdo No. 01 de junio 12 de 1997, por medio del cual se adopta el texto de la Misión y Visión de la Universidad, y los principios y valores institucionales definidos en el Acuerdo No. 04 de octubre 6 de 2014, por el cual se actualiza el Proyecto Educativo Institucional de la Universidad Libre.

2.1. Misión

La Universidad Libre como conciencia crítica del país y de la época, recreadora de los conocimientos científicos y tecnológicos, proyectados hacia la formación integral de un egresado acorde con las necesidades fundamentales de la sociedad, hace suyo el compromiso de:

- Proveer los sectores dirigentes de la sociedad.
- Propender por la identidad de la nacionalidad colombiana, respetando la diversidad cultural, regional y étnica del país.
- Procurar la preservación del Medio y el Equilibrio de los Recursos Naturales.
- Inculcar en toda la comunidad Unilibrista el espíritu de pertenencia.

- Ser espacio de formación de personas democráticas, pluralistas, tolerantes y culturales de la diferencia.

2.2. Visión

La Universidad Libre, es una corporación de educación privada, la cual propende por la construcción permanente de un mejor país y de una sociedad democrática, pluralista y tolerante, e impulsa el desarrollo sostenible, iluminada por los principios filosóficos y éticos de su fundador, con liderazgo en los procesos de investigación, ciencia, tecnología y solución pacífica de los conflictos.

2.3. Principios

Los Estatutos de la Universidad Libre señalan “*La universidad se rige por los principios de las libertades de cátedra, examen y aprendizaje, de universalidad, pluralismo ideológico, moralidad, igualdad, fraternidad, democracia, excelencia académica y desarrollo sostenible.*” (Universidad Libre, 1994)

El Proyecto Educativo Institucional define los principios así:

- *Libertad de cátedra*: posibilidad del profesor de diseñar y establecer los ejercicios, instrucciones, simulaciones y herramientas de apoyo, que medirán el aprendizaje, para facilitar los hábitos y adquisición de destreza por parte de los estudiantes en la búsqueda, selección, tratamiento y aplicación de la información y el conocimiento.
- *Examen*: capacidad de juzgar el valor de las ideas, soluciones y métodos con el fin de retroalimentar y facilitar el mejoramiento continuo.
- *Aprendizaje*: proceso activo y creativo, que implica el análisis cognoscitivo, la interacción con las ideas existentes en la estructura mental y la reformulación del aprendizaje. Es decir, la capacidad e estudiante para adquirir y modificar el conocimiento, habilidades, estrategias, actitudes y conductas.
- *Universalidad*: capacidad de trascender la parcialidad, la dualidad, la identificación limitada para así lograr la convergencia integral de saberes.
- *Pluralismo ideológico*: aceptación y tolerancia de la existencia de diferentes posiciones o pensamientos, mediante el reconocimiento de la diversidad.

- *Moralidad*: conjunto de reglas, normas o prescripciones de comportamiento que nos permiten distinguir lo bueno de lo malo, teniendo como criterio la perfección humana.
- *Igualdad*: todos los miembros de la comunidad Unilibrista tienen los mismos derechos, oportunidades y posibilidades para el acceso equitativo de los mismos.
- *Fraternidad*: relación de afecto, respeto y confianza existentes entre los miembros de la comunidad Unilibrista.
- *Democracia*: es decir la organización política de la Institución, donde todos los miembros de la comunidad Unilibrista participan en la toma de decisiones mediante la elección y seguimiento de las acciones desarrolladas por sus representantes, favoreciendo así el ejercicio de los derechos de libertad y participación.
- *Excelencia académica*: resultado de una formación fundamentada en la cultura de calidad, en la que se integran las tendencias educativas de innovación, humanismo, flexibilidad, pertinencia, interdisciplinariedad y pensamiento crítico, reflexivo y prospectivo, es decir, que la excelencia académica en la Universidad Libre comprende las diferentes dimensiones del proceso educativo.
- *Desarrollo sostenible*: capacidad de cumplir los requerimientos vigentes si comprometer recursos y posibilidades de las futuras generaciones. En este sentido, la Universidad Libre serán un agente de cambio, promotor de acciones sociales y políticas a favor de la sostenibilidad, demostrando su compromiso con los principios y la práctica de la protección del medio ambiente.

Estos principios institucionales deberán ser reflejados de manera transversal en el currículo del programa.

2.4. Valores Institucionales

- *Humanista*: comprende y valora las experiencias de la cultura de los pueblos. Asimila el acervo intelectual de las naciones en el marco de la democracia. Cultiva las letras, las artes y la diversidad de las producciones del talento humano para integrarlas a su proyecto de vida.

- *Honesto*: vive con transparencia. Refleja en sus actos la transparencia y honestidad, llevando muy alto grado el sentido de la amistad en congruencia con los compromisos adquiridos. Es una persona respetable.
- *Tolerante*: expresa respeto por las libertades individuales y la dignidad humana como valores supremos; asume actitud incluyente en cada una de sus palabras y sus actos. Es paciente y sabe escuchar. Se muestra ajeno a los sectarismos y fundamentalismos. Promueve el pluralismo ideológico y el diálogo civilizado y dialéctico en medio de las diferencias.
- *Justo*: actúa siempre de manera equitativa y ecuánime. Según la recta razón da a cada uno en la medida de sus posibilidades, guiado por el sentido de la justicia. Genera espacios de inclusión social.
- *Discreto*: medita con prudencia el alcance de sus palabras y decisiones que se refleja en su quehacer diario, principalmente en sus acciones y aún en sus gestos, sin desmedro del respeto a una sana confidencialidad, que asegura siempre el secreto y la reserva profesional.
- *Solidario*: trabaja de manera solícita en favor de las causas sociales, con altruismo y generosidad. Convoca a la acción y al cambio. Emprende proyectos y empresas que responden a las necesidades urgentes de los sectores más vulnerables de la sociedad. Se preocupa por alcanzar un desarrollo sostenible.
- *Creativo*: orienta sus acciones a ofrecer soluciones a los problemas del entorno con actitud crítica y propositiva. Es innovador y emprendedor. Desarrolla su capacidad de invención para la evolución científica en la permanente búsqueda de una mejor calidad de vida, haciendo gala de su imaginación y sentido estético.
- *Líder*: dirige su energía a materializar cada uno de los sueños y las metas de las comunidades que representa. Transforma dinámicamente pensamientos en acciones. Asume, vive y realiza con pasión cada proyecto, porque ama las cosas que elige y hace en todos los momentos de la vida.
- *Crítico*: expresa con claridad y carácter sus posiciones. Defiende sus tesis con entereza y sólidos argumentos; pues se ha nutrido de la pluralidad de las expresiones humanas. Sabe sentar sus puntos de vista y los hace valer.

- *Ético*: reflexiona sobre el alcance de sus acciones de acuerdo con los valores del humanismo. Respeto las reglas para una sana convivencia en el marco de la democracia, en una perspectiva pluralista e incluyente, siempre en búsqueda del bien común y del servicio social.

3. REFERENTE HISTÓRICO DEL PROGRAMA

A partir de la creación en la ciudad de Cali de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, el 19 de febrero de 1975, se han desarrollado cuatro programas de Pregrado y 11 programas de Postgrado, en correspondencia con las necesidades del entorno social y empresarial, de profesionales con formación integral, con capacidad de liderar cambios que beneficien a la sociedad, a las organizaciones, en equilibrio con el uso racional de los recursos naturales y el respeto por la diversidad cultural y étnica del País.

El programa de Administración de Empresas recibió de parte del Ministerio de Educación Nacional la certificación de alta calidad mediante Resolución 751 de 9 de marzo de 2005, y posteriormente en el 2 de junio de 2009 se recibió su Reacreditación mediante Resolución 3607.

La Maestría en Mercadeo inicio su primera cohorte en el año 2008 con un total de 25 estudiantes de los cuales se graduaron 16.

De 2008 a la fecha vamos en la cohorte 12, para un total de 110 egresados graduados lo que nos indica la aceptación del programa en el sur occidente Colombiano.

4. IDENTIDAD DEL PROGRAMA

4.1. Misión del programa

Ofrecer a la comunidad empresarial de la región la Maestría en Mercadeo que responda a sus necesidades, formando magísteres afianzados en principios éticos y respetuosos de las leyes que regulan las diferentes profesiones y especialidades, con capacidad de creatividad e innovación tecnológica, preparados para responder en mercados locales y globalizados.

Con base en la responsabilidad individual y del trabajo en equipo y por la vía del mejoramiento continuo del personal administrativo y docente alcanzaremos nuestro propósito junto con estudiantes y egresados.

Unido a lo anterior a una línea de conducta regida por principios éticos, integridad personal, empresarial y de responsabilidad social, fomentando además un espíritu investigativo dentro de una visión de desarrollo sostenible.

4.2. Visión del programa

Lograr el posicionamiento en el sector empresarial del programa de Maestría en Mercadeo, como una alternativa de estudio importante que le signifique al egresado un cambio relevante en su vida profesional y a las empresas donde se desempeñan una transformación que le impulse al liderazgo y consolidación en los mercados nacionales e internacionales.

4.3. Objetivo general del programa

Proporcionar fundamentación teórico - práctica actualizada y articulada a los procedimientos validados para la óptima solución de problemas organizacionales relacionados con la gestión del Mercadeo en el contexto nacional e internacional.

4.4. Objetivos específicos del programa

- Potenciar en los profesionales participantes habilidades gerenciales, pensamiento crítico y creativo que les permita identificar e implementar soluciones innovadoras y competitivas para la toma de decisiones estratégicas de mercadeo y ventas en las organizaciones.
- Fomentar la utilización de métodos científicos en la investigación, para el análisis de problemas de las empresas que interactúan en entornos cambiantes e internacionalmente interdependiente.

- Actualizar al estudiante en las últimas tendencias, técnicas y procedimientos del área de mercadeo, innovación, creatividad y negociación internacional.
- Crear conciencia y sensibilidad social que motive la generación de nuevo empleo y el fomento de relaciones de solidaridad y convivencia pacífica entre todos los actores de las organizaciones.

4.5. Perfiles del Programa.

4.5.1. Perfil Docente

El docente de la Universidad Libre diseña, motiva, fomenta, guía y evalúa las experiencias de aprendizaje que permiten al estudiante construir su propio conocimiento. Par esto el docente reconoce que los estudiantes tienen diferentes formas de aprender y, por ende, se identifica como el actor principal en el aprendizaje activo de sus estudiantes, planteando interrogantes y preparando los entornos de aprendizaje con pasión.

Para el cumplimiento de este perfil el docente Unilibrista se debe caracterizar por:

- Ser un motivador del aprendizaje, relacionando los nuevos conocimientos con lo abordados con posterioridad, así como con las experiencias personales de los estudiantes.
- Propiciar información, hechos, prácticas y materiales, que permitan al estudiante identificar principios, teorías y modelos.
- Acercar al estudiante a los materiales teóricos utilizando el método científico.
- Emplear esquemas, gráficos, diagramas, mediaciones virtuales, trabajo colaborativo, estudios de caso, solución de problemas, entre otros medios que faciliten los diferentes estilos de aprendizaje (sensorial, visual, activo, reflexivo, intuitivo, entre otros).
- Asumir consciente y responsablemente su papel como orientador del proceso de aprendizaje y apoyar los procesos de formación integral de los estudiantes, estimulando posturas reflexivas y críticas.
- Ser agente de cambio y promotor de acciones sociales y políticas a favor de la sostenibilidad, demostrando su compromiso con los principios y la práctica de la protección del medio ambiente.

- Ser una persona pluralista, tolerante, democrática, ética y respetuosa de las diferentes.
- Ser un profesional con procesos de formación permanente que le permiten actualizar su saber y perfeccionar su labor docente.

Todo lo anterior en el marco del Reglamento Docente de la Universidad y las demás normas concordantes.

5.5.2. Perfil del Estudiante

El estudiante es sujeto activo y protagonista del proceso de conocimiento, autogestor de aprendizaje por medio del estudio independiente, planificador de sus actividades académicas y sistematizador de sus experiencias y métodos de estudio. En este sentido, el estudiante Unilibrista es responsable de asumir con pasión, liderazgo, postura crítica, tolerancia y en un medio pluralista y democrático, la búsqueda de múltiples interpretaciones y perspectivas.

Por lo tanto, el estudiante:

- Fija objetivos, organiza secuencias, tiempos y formas de realizar las actividades relacionadas con los mismos.
- Autoevalúa su aprendizaje y la calidad del mismo de forma crítica.
- Organiza y transforma contenidos como parte del proceso de aprendizaje.
- Busca información en diversas fuentes, registra y controla datos.
- Estructura ambiente de estudio.
- Fortalece la capacidad de escucha eficaz y el proceso dialógico.
- Es un ciudadano con identidad nacional, respetuoso de la diversidad cultural, religiosa y étnica del país.
- Es una persona que se caracteriza por ser democrática, pluralista, tolerante, ética y respetuosa de la diferencia siguiendo el Decálogo del Buen Unilibrista.

Todo lo anterior conforme al Reglamento Estudiantil y demás normas concordantes

5.5.3. Perfil profesional

El egresado de la Maestría en Mercadeo de la Universidad Libre Seccional Cali, por principios misionales de la institución, es un magíster con conciencia y responsabilidad social, al ejercer las habilidades y competencias propias de su formación avanzada. Comprometido con el desarrollo social de la región y del país, propositivo, innovador, con pensamiento estratégico y competitivo, para generar alternativas que posibiliten el desarrollo socioeconómico, manteniendo los principios de la ética, el culto a la diferencia, el pluralismo y la práctica de la democracia.

5.5.4. Perfil ocupacional

Es un profesional que posee competencias y habilidades gerenciales en el área comercial a nivel nacional e internacional. Con capacidad para crear e innovar productos, servicios y procedimientos que fortalezcan el desarrollo empresarial y la competitividad de las organizaciones en que se desempeña. Igualmente, los egresados pueden desempeñarse como consultores empresariales en su área de formación avanzada y/o ser gestores de su propia empresa.

5. MODELO PEDAGÓGICO

5.1. Modelo Pedagógico Institucional

El modelo pedagógico de la Universidad Libre es autoestructurante, cognitivo o cognoscitivo. Entendido como el estudio de las formas de aprendizaje del ser humano mediado por el conocimiento, el lenguaje y el entorno, entre otros aspectos.

El modelo pedagógico de la Universidad Libre se estructura como una propuesta de gestión del conocimiento desde la conceptualización de posturas académicas con referentes teóricos metodológicos, que permite concebir los procesos de aprendizaje, el quehacer de los docentes y su relación con los estudiantes, la evaluación, la metodología, las estructuras curriculares y la relación con el entorno.

Esta perspectiva permite identificar los aportes de cuatro corrientes relacionadas que son expuestas por los siguientes pensadores: a) Jean Piaget, b) Jerome Bruner, c) David Ausubel, y d) Lev S. Vygotski.

Cada uno de los aportes presentados por los autores en mención hace referencia a lo siguiente:

a) La psicología o epistemología genética, presentada por Piaget, propone un paradigma que mantiene preferencia por la investigación focalizada en el desarrollo humano. En este paradigma, el desarrollo está regido por la consolidación de estructuras mentales representativas del conocimiento, reguladas por los fundamentos biológicos del desarrollo, así como por el impacto de los factores de maduración. Estas estructuras, las cuales organizó en categorías denominadas sensorio motrices, preoperacionales, concretas y abstractas, dependen de un ambiente social apropiado indispensable para que las potencialidades del sistema nervioso se desarrollen (Piaget, 1958).

Postuló que cada acto inteligente está caracterizado por el equilibrio entre dos tendencias polares, asimilación y acomodación. En la asimilación, el sujeto incorpora eventos, objetos, o situaciones dentro de las formas de pensamiento existentes, lo cual constituye estructuras mentales organizadas. En la acomodación, las estructuras mentales existentes se reorganizan para incorporar aspectos nuevos del mundo exterior y durante este acto de

inteligencia el sujeto se adapta a los requerimientos de la vida real, pero al mismo tiempo mantiene una dinámica constante en la estructura mentales (Nicolopoulou, 1993).¹

- b) Bruner sustenta un paradigma que mantiene preferencia por la investigación focalizada en el desarrollo humano, visto éste desde la perspectiva intelectual cognitiva. Este paradigma se sintetiza en la mente como el funcionamiento cualitativo del cerebro, la cual sirve de medio para la construcción de mentales sobre la base de los datos que recibe, del proceso de almacenamiento de los mismos y de las inferencias extraídas por parte de quien aprende. Esta codificación es fundamental para comprender la relación entre las cosas del mundo y sus respectivas representaciones dentro del modelo mental-abstracto.

Su posición sobre el proceso de desarrollo humano es que éste se da en diferentes etapas, y cada una de ellas se caracteriza por la construcción de las representaciones mentales por parte del sujeto, de sí mismo y del mundo que lo rodea (Bruner, 1990). La posibilidad de construcción de significado por parte del sujeto está orientada por la selección de la información considerada relevante, y, en todo caso ésta es la que guía su construcción de significado dentro de un contexto.²

- c) El aprendizaje significativo de Ausubel postula que el aprendizaje implica una reestructuración activa de las percepciones, ideas, conceptos y esquemas que el aprendiz posee en su estructura cognitiva. Concibe al alumno como un procesador activo de la información, y dice que el aprendizaje es sistemático y organizado, pues un fenómeno complejo que no se reduce a simples asociaciones memorísticas. Propugna por el aprendizaje verbal significativo, que permite el dominio de los contenidos curriculares que se imparten en las escuelas, principalmente a nivel medio y superior. El aprendizaje significativo es aquel que conduce a la creación de estructuras de conocimientos mediante la relación sustantiva entre la nueva información y las ideas previas de los estudiantes.³

- d) El aprendizaje sociocultural de Vygotsky propone que los procesos de desarrollo y aprendizaje interactúan entre sí y se basan en la interacción entre el individuo y el entorno social. En este sentido el desarrollo cognitivo del aprendiz implica procesos sociales,

¹ Vielma, E. y Salas, M. (2000) Aportes de las Teorías de Vytgosky, Piaget, Bandura y Bruner. Paralelismo en sus posiciones en relación con el desarrollo. Educere: Revista Venezolana en Educación, vol. 3, núm. 9, junio, 2000, pág. 33

² *Ibíd.*, pág. 35-36

³ Díaz, F. y Barriga, A. (2002) Estrategias docentes para un aprendizaje significativo: una interpretación constructivista. México: Mc Graw Hill, pág. 13, 17

históricos y políticos, aspectos que implican que el conocimiento se adquiere en procesos colaborativos que permitan la interacción social que debe caracterizarse por ser asertiva y activa.

6. ASPECTOS CURRICULARES

6.1. Énfasis del Programa.

La propuesta de la Universidad Libre se centra en formar y ofrecer al entorno un magister con amplio conocimiento en planeación e investigación, diseño de planes estratégicos e implementación de estrategias para el marketing, gestionando esquemas de distribución, integrando herramientas comunicacionales.

la Universidad Libre, forma Magister en Mercadeo con énfasis en Logística y en Gestión de negocios internacionales, constituyéndose así, en una alternativa altamente atractiva para los profesionales del sur occidente colombiano.

La oferta de valor de la Maestría en Mercadeo es:

- Magister con énfasis en Logística y en la Gestión de negocios internacionales, lo cual lo hace muy atractivo en un entorno globalizado.
- La Maestría en Mercadeo está estructurada para ofrecer una formación acorde a las necesidades del entorno. Incluye temáticas con alto contenido humanístico y de responsabilidad social (antropología del consumo, escuelas dirección y enfoque del marketing, eco-diseño y la producción más limpia).
- La Maestría cuenta con un equipo de docentes con nivel de doctorado que están desempeñándose también en el sector productivo como ejecutivos del área, asesores y/o consultores.
- La Maestría ofrece movilidad internacional (Argentina, Panamá, Cuba, México y Perú).
- La flexibilidad ofertada a través de las optativas posibilita a los profesionales la selección de asignaturas en áreas de énfasis (neuro-marketing, marketing político, marketing deportivo y franquicias).

6.2. Estructura Curricular

El PEI de la Universidad Libre (2014) señala “La comunidad académica de la Universidad Libre asume la estructura curricular como la ruta que permite organizar los propósitos y objetivos de un programa, por medio de la determinación de competencias, ciclos y componentes. Por otra parte, la estructura curricular es concebida como un mecanismo de

formación, que concreta la selección, determinación y disposición de competencias genéricas y específicas y habilidades que le dan identidad un profesional.”

En cuanto a “la organización curricular de los programas de la Universidad contempla como parte de su estructura general ciclos y componentes. Los primeros ... son entendidos como unidades interdependientes, complementarias y secuenciales. Se clasifican en:

- Básico: está en la parte inicial de la estructura curricular de los programas y saberes. Se asocia al desarrollo de las habilidades del ser humano y el conocimiento de las ciencias, así como a los procesos comunicativos, culturales, éticos y electivos.
- Profesional: corresponde al grupo de disciplinas y saberes obligatorios y optativos, relacionados con la formación específica en los campos de acción profesional.”

Los componentes se relacionan con el grupo de saberes y competencias que median el aprendizaje del estudiante y se organizan así:

- Básico: reúne los saberes que estructuran el cimiento profesional y agrupa los conocimientos científicos que determinan la base del pensamiento, soportado por conceptos, leyes, hipótesis, clasificaciones, métodos y procedimientos, con los cuales se medía la construcción del discurso profesional.
- Humanístico: asocia saberes, conceptos y principios para entender el ser humano en su devenir histórico y social, teniendo en cuenta que todo profesional requiere la reflexión interdisciplinar, como medio para trascender en la vida, por medio de una formación integral, que le permite investigar, relacionarse, comunicarse y tener acceso al conocimiento y contribuir al mejorar las condiciones de vida del ser humano.
- Profesional: constituido por las áreas y disciplinas que favorecen la adquisición de conocimientos que estructuran y consolidan la formación profesional, al potenciar capacidades, saberes, habilidades, destrezas y actitudes del estudiante. Integra saberes y herramientas que median el adecuado acceso, manejo y aplicación de la información, con espíritu crítico.
- Electivo: asocia saberes que amplían el horizonte social y cultural, integrando al estudiante a otros conocimientos y prácticas.

- Optativo: comprende los ámbitos de profundización en lo disciplinar que da flexibilidad al currículo.

Con respecto al concepto de competencias, “La Universidad Libre asume la competencia como el saber hacer en contexto como centro articulador de los saberes relacionados con el conocer, pensar, ser, convivir, sentir, compartir, entre otros.

Para la consolidación de las estructuras curriculares de los diferentes programas de pregrado y posgrado de la Universidad, se asume la clasificación de competencias básicas, genéricas y específicas planteada por Leonard Mertens⁴. Entendiendo cada una de ellas así:

- a) Competencias básicas: brindan conocimientos y habilidades orientadas a comprender el mundo a formar parte de la sociedad. Están relacionadas con la lectoescritura, comprensión lectora, operaciones matemáticas simples y habilidades de interacción social.
- b) Competencias genéricas: parten de las básicas y se relacionan con las capacidades de trabajo en equipo, es decir, la planificación, gestión y uso de apoyos tecnológicos y logísticos.
- c) Competencias específicas: relacionadas con las características propias de la profesión, el saber, ser y hacer en conexión con las habilidades requeridas para la relación laboral y social.”

La siguiente Tabla muestra la distribución de los créditos académicos en los diferentes componentes:

Componente	% de Créditos
Básica	14%
Específica	49%
Investigación	12%
Complementaria	25%
Total	100%

⁴ Mertens L. (1997). Competencia laboral: Sistemas, surgimiento y modelos, México. Oficina Internacional del Trabajo – OTI.

6.3. Plan de estudios de la Maestría en Mercadeo

El plan de estudios del Programa Maestría en Mercadeo se relaciona en siguiente tabla:

Plan de Estudios Maestría en Mercadeo.

Curso – Modulo - Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de Trabajo Académico			Áreas o componentes de formación del Currículo				Número Máximo de estudiantes matriculados o proyectados
				Horas de Trabajo directo	Horas de Trabajo Independiente	Horas de Trabajo Totales	Básica	Específica	Investigación	Complementaria	
Primer Semestre											
Gerencia de Mercadeo	X		1	16	32	48		X			25
Entorno económico nacional e internacional	X		1	16	32	48	X				25
Entorno jurídico: marcas, patentes y contratos	X		1	16	32	48				X	25
Escuelas Dirección y Enfoques del Marketing	X		1	16	32	48		X			25
Comportamiento del Consumidor	X		1	16	32	48	X				25
Análisis Cuantitativo y Cualitativo de los mercados	X		1	16	32	48		X			25
Modelos Estratégicos	X		1	16	32	48			X		25
La Segmentación de los mercados	X		1	16	32	48		X			25
La Marca y su posicionamiento	X		1	16	48	64	X				25
Desarrollo e Innovación de Productos	X		1	16	48	64		X			25
Gestión Estratégica de Precios	X		1	16	48	64				X	25
Distribución Comercial	X		1	16	48	64		X			25
Administración de la Comunicación	X		1	16	48	64				X	25
Total	13		13	208	496	704					
Segundo Semestre											
Mercadeo de consumo	X		1	16	32	48	X				25
Mercadeo industrial	X		1	16	32	48		X			25
Los mercados de servicios	X		1	16	32	48		X			25
Antropología del consumo	X		1	16	32	48				X	25
Mercadeo Internacional	X		1	16	32	48		X			25
Herramientas electrónicas aplicadas al marketing	X		1	16	32	48				X	25
Merchandising y Administración por Categorías	X		1	16	32	48	X				25
Las Finanzas aplicadas al marketing	X		1	16	32	48				X	25
La Gerencia moderna de ventas	X		2	32	64	96	X				25
El plan estratégico de mercadeo	X		2	32	64	96		X			25
Total			12	192	384	576					
Tercer Semestre											
Metodología y estructura de la investigación científica	X		1	16	48	64			X		25
Proyecto de grado	X		2	32	64	96			X		25
Gestión de la innovación y la creatividad	X		2	32	64	96		X			25
Ecodiseños y la producción más limpia	X		2	32	64	96				X	25
Gestión de la calidad y las normas de certificación	X		2	32	64	96		X			25
Consultoría y Auditoría de marketing	X		2	32	64	96		X			25
Productividad y desarrollo empresarial	X		2	32	64	96				X	25

Curso – Modulo - Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de Trabajo Académico			Áreas o componentes de formación del Currículo				Número Máximo de estudiantes matriculados o proyectados
				Horas de Trabajo directo	Horas de Trabajo Independiente	Horas de Trabajo Totales	Básica	Específica	Investigación	Complementaria	
Total			13	208	432	640					
Cuarto Semestre											
Prospección e investigación de los mercados internacionales	X		2	32	64	96			X		25
Gestión de logística internacional	X		2	32	64	96		X			25
Gerencia de negocios internacionales	X		2	32	64	96		X			25
Aprovisionamiento gestión de compras	X		1	16	32	48		X			25
Almacenamiento (modelos logísticos), transporte y JAT	X		2	32	64	96		X			25
Neuro-marketing		X	1	16	32	48				X	25
Marketing político		X	1	16	32	48				X	25
Marketing Deportivo		X	1	16	32	48				X	25
Las franquicias como modelo de expansión		X	1	16	32	48		X			25
Total			13	208	416	624					
Total Número Horas				816	1728	2544					
Total Porcentaje Horas (%)											
Total Número Créditos del Programa	47	4	51				7	25	6	13	
Total Porcentaje Créditos (%)	92	8	100				14	49	12	25	

6.3.1. Electivas y Optativas

Los componentes Electivo y Optativo comprenden:

- ❖ **Electivo:** Estos saberes se conforman en conjunto de asignaturas de libre elección que responden a intereses particulares de los estudiantes y contribuyen a su formación integral, reflejando la flexibilidad del currículo.
- ❖ **Optativo:** El programa presenta a los estudiantes opciones para que puedan seleccionar el núcleo temático de su interés de profundización.

Las asignaturas establecidas en la maestría de mercadeo como electivas y optativas encontramos, Neuro-Markting, Marketing político, Marketing deportivo y franquicias como modelo de expansión.

6.4. Flexibilidad Curricular.

Sin desconocer que existe un currículo nuclear, que debe cumplir todo estudiante de la maestría, se hace necesario brindar la posibilidad de realización paralelas del individuo tales como: intereses particulares de formación, aptitudes y el desarrollo de inteligencias múltiples, que contribuyan en cada persona a consolidar su proyecto de vida. Esta flexibilidad curricular permite introducir nuevos módulos que respondan a los cambios de formación personalizada y del ejercicio de la respectiva maestría, generando magísteres abiertos a la dinámica del desarrollo con conciencia social, crítica, creativos, participativos, tolerantes, investigativos y comunicativos.

Otros aspectos de esta flexibilidad están se demuestran en:

- ❖ Un currículo flexible, una oferta regulada organizada por créditos para tomar en diferentes tiempos la maestría. El estudiante puede matricular asignaturas de acuerdo con sus posibilidades, organizar su propio programa de estudio de acuerdo con sus necesidades, intereses y posibilidades temporales de la formación, todo esto dentro de unos límites.
- ❖ Los contenidos académicos propuestos en ciclos y módulos. La organización de los contenidos académicos en cada ciclo presenta flexibilidad, en donde el estudiante se apropia de los diferentes temas en cada ciclo, integrándolos y articulándolos en todo el programa. A partir de los módulos el estudiante tiene la posibilidad de enfocar sus intereses a un área de profundización específica.
- ❖ Fomento de las líneas de investigación y creación de alianzas mixtas para su desarrollo. Los estudiantes tienen la opción de elegir la línea de investigación, de acuerdo con su intencionalidad, al igual que interactuar con el grupo de investigación o con otro grupo.
- ❖ Movilidad estudiantil. El plan de estudio de la Maestría en Mercadeo está diseñado de manera que permita la movilidad de estudiantes a maestrías de la misma denominación de otras instituciones, de igual forma se reciben homologaciones externas.
- ❖ Apoyos a la formación. Los estudiantes tendrán apoyo con asesorías disciplinares y metodológicas para el desarrollo de su investigación, el estudiante puede solicitar apoyo cuando surja la necesidad, de encuentros presenciales o mediante otras formas de comunicación.

- ❖ Adopción de créditos de la Especialización en Mercadeo para ser homologados en la Maestría en Mercadeo, ofertada por la Universidad en la Seccional Cali.

6.5. Estrategias de Aprendizaje

La metodología presencial compromete trabajos de aula, de campo y las tutorías. El trabajo de campo se hace de dos formas:

- ❖ En el aula mediante el estudio de casos y la presentación de experiencias por parte de los estudiantes o del docente, en los que se analiza la problemática encontrada y las diferentes alternativas de solución requeridas.
- ❖ Las prácticas en terreno, donde los docentes aplican sus conocimientos en las empresas donde laboran o que están interesadas en producir cambios en sus procesos. Los docentes son los directos responsables de las actividades en terreno que ejecuten los estudiantes.

El trabajo no presencial (autónomo), se hace con base en guías de trabajo diseñadas por el profesor. Para el desarrollo de la guía, el estudiante deberá:

- ❖ Hacer consulta bibliográfica en bibliotecas, hemerotecas, bases de datos en internet y archivos de empresas.
- ❖ Elaborar informes escritos, de reseñas, de comentarios e de interrogantes de investigación.
- ❖ Ejecutar un proyecto teórico práctico en su sitio de trabajo, aplicando los conocimientos adquiridos en la asignatura, con presentación periódica, de la experiencia, estableciendo logros y dificultades. La comunicación entre el docente y el estudiante se hará por la Web de la Universidad, mediante correos-e asignados a los estudiantes de la maestría.

6.6. Resultados de Aprendizaje

La Institución entiende el aprendizaje como una construcción integrada e integradora del conocimiento y del desarrollo humano por cada estudiante, este se convierte en la razón de ser del proceso de enseñanza y de los demás procesos y recursos que ofrece la Universidad.

Los estudiantes Unilibristas son reconocidos por su capacidad de pensar y actuar con autonomía. Por ello, se forman para estar en capacidad de analizar, indagar e investigar creativamente con visión histórica y universal; lo que les exige el manejo de las concepciones filosóficas y sociales que se manifiestan en el mundo.

Al finalizar el programa académico el Magister en Mercadeo, estará en capacidad de cumplir con los objetivos específicos del Programa descritos previamente en el perfil de egreso; desempeñándose en diversas áreas que le permitan crear e innovar productos, servicios y procedimientos para aumentar el desarrollo empresarial y la competitividad de las organizaciones

6.7. Evaluación

La evaluación identifica y realimenta el dominio y adquisición de conocimientos, habilidades y aptitudes, medidas por las relaciones profesor-estudiante, estudiante-estudiante, estudiante-comunidad y finalmente profesional-sociedad.

Las técnicas de evaluación de la Universidad Libre Seccional Cali se encuentran explícitas en cada uno de los microcurrículo de los cursos y están acordes a las competencias que se esperan desarrollar y fortalecer en el estudiante, estas son las siguientes:

- ❖ Seminario y Mesa Redonda: Con esta herramienta el estudiante adquiere la capacidad de desarrollar tópicos relacionados con las competencias de cada curso, de esta manera se permite evaluar la actualidad, la investigación de fuentes, dominio del tema, manejo audiovisual, auditorio y bibliografía.
- ❖ Estudio Independiente: A partir del cual el estudiante desarrollará las actividades y tareas planteadas de forma autónoma, con tutoría de los docentes del programa, que le permitirán fortalecer los conocimientos recibidos en las diferentes actividades realizadas durante el curso.
- ❖ Discusión académica: Este es desarrollado a partir de los casos y de los artículos enviados por los docentes. Este método le permite al estudiante desarrollar procesos de argumentación, de análisis y debate para desarrollar un espíritu autónomo, de autocrítica, de tolerancia y respeto por las opiniones distintas, realizando discusiones que permitan retroalimentar la problemática planteada.

Estas estrategias plantean entonces una evaluación continua durante todo el proceso de enseñanza - aprendizaje, realizado a partir de las competencias planteadas por la Universidad y el programa académico.

En el capítulo IV del Reglamento académico de posgrados, Artículo 6. (Modificado Acuerdo No. 6 de 2010) en el que establece que las asignaturas se evalúan en una escala de cero (0.0.) a cinco (5.0) y se aprueban con nota igual o superior a tres cero (3.0). (Aclarado por la Consiliatura 12 de marzo de 2012).

El sistema de evaluación en postgrados se desarrolla con actividades flexibles que rompen el esquema de evaluaciones escritas tradicionales con perfil nemotécnico, aplicando el método del caso, el panel, el foro, la mesa redonda, el debate, la exposición y presentación de resultados de trabajos de campo cortos y de los trabajos de investigación.

La docencia se desarrolla alrededor de sus estrategias metodológicas por medio de las cuales el estudiante aprende haciendo, descubriendo, produciendo y auto evaluándose. La docencia así concebida propicia la investigación y exige un clima de libertad de pensamiento y una pedagogía autónoma. Lo anterior forma el marco conceptual y práctico de los propósitos que orientan el proceso de enseñanza - aprendizaje al interior de la comunidad académica Unilibrista en la que se encuentra inscrita la Maestría. Los ejes del proceso evaluativo son: la integralidad, la interdisciplinariedad, la flexibilidad, la participación de los sujetos que integran la comunidad académica en su proceso educativo; la formación de competencias, privilegiando las interpretativas, comunicativas y axiológicas. Estos propósitos y características del proceso educativo Unilibrista, determinan la forma de evaluación de este. En este sentido, lo que se busca evaluar son conocimientos, competencias y resultados.

La evaluación concebida en estos términos supera la concepción del tradicional examen que busca evaluar fundamentalmente contenidos o conocimientos estandarizados, de carácter individual y comparativo y que se constituye en una forma de control a través de instrumentos unilaterales, cuyos rasgos fundamentales son la certidumbre y la homogeneidad. No se pretende desconocer por completo la utilidad práctica que aún pueda tener el examen así concebido en un programa de postgrado, pero sí se quiere señalar que ellos son sólo una forma de evaluación cuando se lo hace por competencias.

7. INVESTIGACIÓN

7.1. Reglamento.

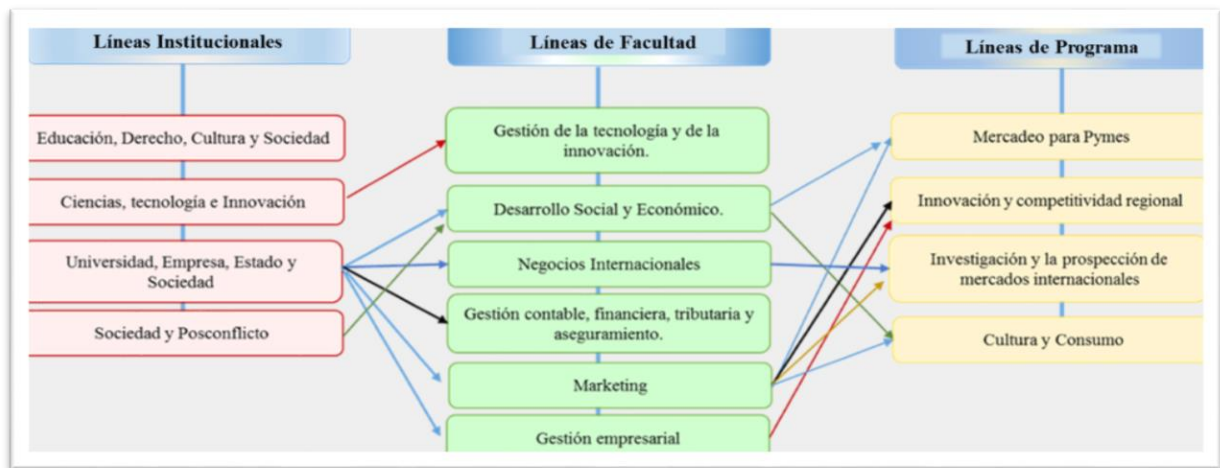
El Reglamento de Investigaciones de la Universidad Libre (2019) define:

- *Formación para la investigación:* Comprende las bases y acercamientos a la investigación, que se incentivan en el aula, enfocada a propiciar espacios para la comprensión y aplicación de conceptos y métodos, técnicas y procedimientos, que permitan despertar el espíritu investigativo de los estudiantes, a lo largo de su proceso formativo.
- *Investigación formativa:* Se establece a partir de la relación entre docencia e investigación, como ejercicio pedagógico integrado por los estudiantes, auxiliares de investigación, semilleros, jóvenes investigadores, Profesores de Planta dedicados a la investigación, grupos y redes de investigación; con el propósito de incrementar la cultura investigativa y promover nuevas actitudes en áreas de la ciencia y la tecnología, con prácticas reales, que permita a la comunidad académica, ser integrante activa de los equipos de investigación.
- *Investigación científica o académica:* Es el proceso sistemático y continuo de análisis y explicación de problemas, fenómenos, eventos y hechos investigativos, que comprende la investigación básica y la investigación aplicada

7.2. Líneas de Investigación

Las Universidad Libre ha definido un conjunto de líneas institucionales, para todas las seccionales; líneas de investigación por facultad y líneas de programas comunes a las seccionales en donde existan facultades o programas similares, se muestran en la siguiente ilustración

Relación Líneas de Investigación.



Fuente: Centro de Investigaciones FCEAC.

La Maestría de Mercadeo, soporta principalmente la investigación en el grupo de investigación: Mercadeo e Iniciativa Empresarial, registrado y categorizado por Colciencias, a través del cual se fomenta la utilización de métodos científicos en la investigación, para buscar soluciones a los problemas en las organizaciones de forma innovadora, proactiva, competitiva y prospectiva, con el propósito de obtener los lineamientos pertinentes para la toma de decisiones estratégicas de mercadeo, en un mundo globalizado e interdependiente, que permita dar respuesta a los paradigmas de la economía como es la gestión de la competitividad, los mercados globales, la gestión, la tecnología y la innovación, que apoyados con la creación de nuevas ideas de gestionen y desarrollen productos, servicios y nuevos procesos de mercadeo en las organizaciones.

El Grupo de Investigación Mercadeo e Iniciativa Empresarial, cuenta con las siguientes líneas de investigación:

- Cultura y Consumo.
- Innovación, Competitividad Regional.
- Investigación y la Prospección de Mercados Internacionales
- Mercadeo para PYMES.

En la línea de Investigación Innovación, Competitividad Regional, los ejes problemáticos y perspectivas nodales y cruciales son: la innovación organizacional y comercial articulada al encadenamiento productivo y sistemas de producción sostenibles estratégicos en la bio -

región, innovación y convergencia tecnológica la cual se relaciona con nuevos servicios de apoyo empresarial, el eco - diseño de productos y servicios ambientales relacionados con el manejo del medio ambiente y la aplicación de prácticas de producción limpia.

La Línea de Investigación la Prospección de Mercados Internacionales, para la cual los ejes problemáticos y perspectivas nodales son: el mercado como instrumento regulador y controlador de la sociedad y la cultura, la inteligencia de mercados e innovación tecnológica, y las perspectivas y prospección de mercados internacionales.

En la siguiente tabla, se relacionan las líneas de investigación de los grupos de investigación adscritos a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.

Líneas y Grupos de Investigación - Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.

Nº	Líneas de Investigación	Grupo de Investigación	Investigador Principal	Semillero de Investigación
1	1. Desarrollo rural. 2. Gestión, territorio y Biodiversidad. 3. Innovación y Gestión Tecnológica. 4. Mercadeo y Negocios Internacionales.	Colectivo Génesis GTI	Viviana Banguero Camacho	❖ Nuevas tecnologías trabajo y gestión. ❖ Contaduría Ofimática. ❖ Logística. ❖ Soluciones TIC.
2	1. Contabilidad y Gestión. 2. Responsabilidad Social Empresarial.	Armonización y Valuación Contable	María Fanny Castro Arbeláez	❖ Libertad Contable.
3	1. Emprendimiento Social y Empresarial. 2. Gerencia del Talento humano 3. Gerencia Pública Integral con Calidad	Gestión Organizacional	Luis Fernando Parra Villanueva	❖ Marketing e Innovación.
4	1. Derecho Aéreo y Espacial 2. Doctrina Militar Aeronáutica 3. Gestión Tecnológica 4. Gestión, Sistemas Logísticos e Investigación de Operaciones	En Ciencias Militares Aeronáuticas y Administrativas – GICMA	Edna Lucía Peláez Muñoz	Sin información.
5	1. Cultura Y Consumo 2. Innovación, Competitividad Regional 3. Investigación Y La Prospección De Mercados Internacionales 4. Mercadeo Para Pymes	Mercadeo e Iniciativa Empresarial	Oscar Henao	❖ Semillero 360°. ❖ MOTIVOX. ❖ Emprendimiento y Ruralidad

N°	Líneas de Investigación	Grupo de Investigación	Investigador Principal	Semillero de Investigación
7	1. Contabilidad y Ecología 2. Contabilidad y Gestión 3. Informática Educativa	Gestión y Productividad Contable	Ximena Sánchez Mayorga	❖ Ananda
8	1. Consultorio Empresarial para MIPYMES 2. Costos para pymes 3. Estándares internacionales para MIPYMES 4. Financiación para MIPYMES 5. Herramientas gerenciales 6. Investigación en el aula	Gestión y Apoyo a Mi Pymes	Helio Fabio Ramírez Echeverry	Sin semilleros
9	1. Contabilidad y Ecología 2. Contabilidad y Gestión 3. Educación y Contabilidad 4. Episteme y Contabilidad	Alternativas Contables	Jorge Alexander Rodríguez Otálora	❖ Libertad Contable.
10	1. Competitividad 2. Econometría 3. Negocios y Logística Internacional 4. Teoría Económica	Economía Aplicada	Héctor Darío Zapata González	❖ Economía Aplicada. ❖ Competitividad de las exportaciones colombianas.
11	1. Desarrollo Local 2. Historia, Desarrollo y Pensamiento Crítico	Desarrollo Local y Regional	Álvaro Albán Moreno	❖ La lleva.

Fuente: Coordinación Maestría en Mercadeo.

7.3. Grupos de Investigación

Los grupos de investigación en la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, están concebidos como el conjunto de individuos que trabajan en el desarrollo de proyectos de investigación en diferentes líneas de investigación; pueden ser de carácter multidisciplinario regional, nacional o internacional.

La Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables - FCEAC - ha estructurado y consolidado once (11) grupos de investigación (Tabla 1); el programa cuenta con tres grupos de investigación directamente relacionados con la Maestría en Mercadeo, estos es: Colectivo Génesis, categorizado en A, Mercadeo e Iniciativa Empresarial, categorizado en B y Gestión Organizacional, categorizado en B, y dos grupos más compartidos entre el programa de Maestría en Mercadeo, el programa de pregrado en Mercadeo y el programa de Administración de Empresas. En la siguiente tabla, se relacionan

los grupos de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, a la cual se encuentra adscrita la Maestría en Mercadeo.

Categorización Grupos de Investigación - Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.

Año	Grupo de Investigación	Categorización en Colciencias
2018	Colectivo Génesis GTI	A
2018	Armonización y Valuación Contable	C
2018	Gestión Organizacional	B
2018	En Ciencias Militares Aeronáuticas y Administrativas – GICMA	C
2018	Mercadeo e Iniciativa Empresarial	B
2018	Gestión y Productividad Contable	C
2018	Gestión y Apoyo a Mi Pymes	C
2018	Alternativas Contables	C
2018	Economía Aplicada	C
2018	Desarrollo Local y Regional	C

Fuente: Centro de Investigación Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.

A través de estos grupos, se han fomentado las prácticas investigativas de carácter formativo y científico, teniendo además una importante tributación del grupo de investigación Gestión Organizacional en su línea Emprendimiento Social y Empresarial a través de trabajos sociales con la incubadora empresarial para empresas comunitarias, trabajo que fue socializado en el simposio de Maestría en Mercadeo celebrado en Brasil en Piracicaba y en el encuentro de investigación internacional de la Universidad desarrollado en el año 2017 en Pereira. Por lo tanto, las investigaciones realizadas por el grupo del Programa, así como algunos grupos de apoyo como Gestión Organizacional y Colectivo Génesis, compartidos con el programa de Administración de Empresas, han posibilitado el fortalecimiento de dinámicas de investigación científica, aplicada y de intervención que de alguna manera contribuyen al fortalecimiento curricular del programa y a la cualificación permanente de los docentes adscritos a ellos.

8. PROYECCIÓN SOCIAL

La Universidad Libre en su Proyecto Educativo Institucional, reafirma su voluntad de servir a la comunidad mediante procesos integradores de las funciones sustantivas de la Universidad. El PEI define las estrategias para el desarrollo de la Proyección Social entre ellas delimitando líneas de acción, generando sentido de pertenencia, promoción de espacios de formación continua, promoviendo la internacionalización de los egresados, aportar a las soluciones del entorno, vinculándose con el sector productivo, fortaleciendo la presencia en redes públicas y privadas, promoción de la participación en eventos interinstitucionales y la oferta de Programas académicos que favorezcan a los sectores más vulnerables como eje de desarrollo y movilidad social.⁵

Retomando los lineamientos curriculares Institucionales de la Universidad Libre, (Acuerdo 01 de 2002) en el artículo 30, define la proyección social como: ***"La extensión interactiva es un canal doble, ya que relaciona la institución con la comunidad"***. Esta función de extensión interactiva o de proyección social es otra de las funciones básicas que debe desarrollar el currículo con pertinencia en los programas académicos, permitiendo mantener la comunicación permanente con la realidad, al interactuar con el medio social, cultural y productivo, de tal manera que pueda ejercer influencia positiva sobre su entorno, en desarrollo de políticas definidas y en correspondencia con su naturaleza y su situación específica.

La proyección social como apertura de la Universidad a la realidad social, económica y política de la Nación demanda exigencias institucionales, necesidades y prioridades sentidas de las comunidades. Esta proyección social en los programas académicos de pregrado y postgrado de la Universidad Libre, se concreta en proyectos sociales y comunitarios, que se desarrollan a través de los siguientes medios:

- Los Consultorios Jurídicos y Centros de Conciliación.
- Los observatorios y prácticas empresariales.
- El trabajo comunitario de salud preventiva y prácticas clínicas.

⁵ Acuerdo 04 de octubre 6 del 2014 PEI. <http://www.unilibrecali.edu.co/images/pdf/acuerdos/Acuerdo-No-04-Actualizacion-Proyecto-Educativo-Institucional-de-la-Universidad-Libre>.

- Los proyectos y prácticas pedagógicas.
- La Cátedra Gerardo Molina y el Centro Benjamín Herrera.
- La Escuela de Formación Pedagógica para Docentes Universitarios.

La Proyección Social como un compromiso de la Universidad Libre, tiene el objetivo generar y mantener una interacción e integración con los distintos actores y sectores de la sociedad, a fin de evidenciarse en el contexto social, ambiental, político, cultural y económico del país, a través de las distintas actividades, proyectos y programas que realiza para aportar a la solución de las problemáticas de la ciudad, la región y el país.

La proyección social a la comunidad como función esencial de la educación superior se concibe como apertura a la realidad social, económica y política nacional e internacional. La Universidad Libre comprometida con el fortalecimiento de la calidad académica de sus programas, la formación de talento humano integral, el respeto por el medio ambiente, la conservación de la biodiversidad local, regional, y la búsqueda de la mejora continua de la calidad de vida de los seres humanos tiene como reto contribuir al desarrollo sostenible y bienestar social de la región suroccidental y del país. Para este fin, la Universidad Libre asume un papel protagónico para constituirse en un núcleo de formación integral de hombres y mujeres con fines éticos y como constructores de mejores comunidades. Por ello, la Proyección Social Universitaria tiene una relación intrínseca con toda su actividad cotidiana.

8.1. Proyectos Sociales

La relación con el sector externo se cumple en diferentes actividades de educación continuada y no formal, en prácticas empresariales y de gestión (social, tecnológica y autogestión), asesorías, consultorías, interventorías (técnicas, tecnológicas, científicas, artísticas) y con el intercambio de experiencias académicas.

8.1.1. Vinculación con el Sector Productivo.

Las prácticas académicas obedecen al desarrollo de competencias profesionales y laborales propias de la formación profesional; por lo cual la Universidad Libre ha dado gran importancia a la vinculación de la academia con el entorno, asumiendo nuevas formas de

impartir el conocimiento buscando contribuir al mejoramiento de las comunidades y al desarrollo del país.

En el marco del PEI y las estrategias que se trazan desde el plan integral de desarrollo institucional PIDI, la Universidad libre cuenta con una serie de convenios que posibilitan y materializan su accionar en el contexto económico, social y cultural de la región, apuntando a la proyección social no solamente en lo tecnológico, sino en otras áreas en donde la universidad puede contribuir de manera eficiente al mejoramiento de las condiciones socio-económicas de los habitantes y la comunidad en su conjunto.

En el contexto educativo, nacional, departamental y local, la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, ha buscado impactar a través de una vinculación con el sector productivo, donde se destacan los distintos proyectos, actividades y consultorías que viene adelantando como:

- Guía NIIF para microempresarios
- Plan de cuentas para Microempresas
- Servicios Junta Central de Contadores Públicos
- Proceso de capacitación en Marketing Digital a empresarios del sector madera en la ciudad de Cali
- Capacitación en Aspectos del derecho comercial y tributario a empresas del sector madera en la ciudad de Cali
- Importancia de la Difusión tecnológica en la productividad de las empresas del sector madera en la ciudad de Cali.

Planteándose retos que marcan el horizonte hacia su consolidación como una facultad y un programa que avanza en la transformación de las realidades sociales, y contribuye a la resolución de problemas del entorno social o del sector productivo.

Los programas de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables tanto de pregrado cómo en posgrado realizan actividades de proyección social como:

- Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF Universidad Libre Campus Santa Isabel es un espacio de atención permanente donde estudiantes y profesores, previamente capacitados, ofrecen orientación básica en materia fiscal a Personas Naturales y

Jurídicas sin ningún costo en el ámbito normativo y, o técnico a través de convenio con la DIAN. En el año 2018 se prestaron 221 consultas y a junio de 2019 van 83 consultas a personas naturales y jurídicas.

- El Programa de Emprendedores Comunitarios es el resultado de la Investigación de la Formulación del Modelo de Gestión del Potencial Humano – Basado en competencias para el fortalecimiento de la actividad empresarial en la población vulnerable de Santiago de Cali. El Programa se inició en el año 2010, se adelantó la fase de implementación y la fase de operacionalización: Gestión de Proyectos y Proceso de Incubadora. En el desarrollo del programa se brindó capacitación a 251, emprendedores comunitarios, en el cual participaron comunidades indígenas del Departamento del Cauca y comunidades afrocolombianas principalmente de la Comuna 14 de Santiago de Cali, en su mayoría de estratos socioeconómicos 1, 2, y 3. En el segundo semestre del año 2018 se realizó un taller a emprendedores comunitarios de la Comuna 16, con la participación de 10 emprendedores y 2 docentes de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables.
- Programa Siloé Emprende en la Comuna 20 de Santiago de Cali, iniciativa del Programa de Derecho de la Universidad donde se capacitan emprendedores. En el programa participan estudiantes y docentes de los programas académicos de Derecho, Administración de Empresas, Contaduría Pública y Mercadeo.
- La Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables ha desarrollado con el sector gobierno los siguientes proyectos: “la Caracterización de las necesidades de fortalecimiento de la gestión tributaria de los entes territoriales del Departamento del Valle del Cauca en el contexto subregional.” Análisis de la medición del desempeño Municipal a los municipios del Valle del Cauca año 2016, Universidad Libre, Gobernación del Valle Subdirección de Asistencia al Territorio, Departamento Administrativo de Planeación Valle del Cauca -DAPV-. “Selección de servidores públicos”; “Capacitación en Contratación Administrativa Unidad Ejecutora de Saneamiento UES” y gestión de proyectos con la Alcaldía Municipal de Tuluá.
- Elaboración de Cartilla Informe de la medición del desempeño municipal del Valle del Cauca, Guía Metodológica de asistencia Técnica al Territorio Valle del Cauca; Procesos de selección Personeros Municipales Jamundí, proceso de selección contralor y

personero Municipal de Palmira, proceso de selección de Contralor Distrital de Santiago de Cali Periodo 2019; participación de consultor investigador en la construcción del observatorio de la Gestión Pública territorial, equipo de conceptualización participan dos investigadores.

- Convenio con la Junta Central de Contadores Públicos la Seccional Cali facilita el espacio la atención de los contadores públicos del sur occidente colombiano; lo que permite la vinculación de egresados del programa de Contaduría en calidad de empleados administrativos e inspectores.
- El Programa de Contaduría Pública participa en la Mesa Académica del Sur Occidente Colombiano, adscrita al Consejo Técnico de la Contaduría Pública, lo que ha permitido la actualización de los profesionales de la región, a través del desarrollo de los diplomados de formación de formadores en Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF - y Normas Internacionales de Auditoría -NIAS-, también realiza simposios y seminarios, con la participación de empresarios, docentes y estudiantes de las Universidades de la región. Para facilitarles el cumplimiento de la norma.
- Proyecto Ladera Libre, apoya el proceso de concreción en la gestión del post conflicto en comunidades deprimidas de la ciudad de Cali a través del desarrollo y formación empresarial, tomando como caso piloto las comunas 1, 18 y 20 de Santiago de Cali.
- Proyectos Productivos el acompañamiento a la comunidad indígena Misak Universidad de Guambia (Cauca), en el proceso de transformación y consolidación productiva; a través de la definición de cinco proyectos productivos y de formación empresarial.
- El programa “Escuela de Tenderos” apoya el desarrollo del mercado de consumo minorista de las tiendas frente al desarrollo de cadenas en centros comerciales; actualmente enfocada en la caracterización de las tiendas de barrio de Santiago de Cali y los determinantes de su competitividad.