



ACUERDO n.º 334 DE 2023  
10 de Octubre

1

Por el cual se aprueba la creación del programa Administración de Empresas Culturales y Creativas, en modalidad presencial y lugar de desarrollo Bucaramanga, articulado por ciclos propedéuticos con los programas de Tecnología en Gestión Cultural y Creativa y Técnica Profesional en Proyectos Culturales y Creativos.

EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
en uso de sus atribuciones legales, y

CONSIDERANDO:

- a. Que la Ley 30 de 1992 por la cual se organiza el servicio público de educación superior y el Estatuto General de la Universidad Industrial de Santander aprobado mediante el acuerdo del Consejo Superior n.º 166 de 1993 disponen que el Consejo Académico es la máxima autoridad académica de la Universidad.
- b. Que el literal e. del Artículo 23 del Estatuto General establece que es función del Consejo Académico aprobar la creación, modificación, suspensión o supresión de programas académicos de pregrado o de posgrado, de conformidad con las políticas aprobadas por el Consejo Superior.
- c. Que en cumplimiento de lo dispuesto en el Acuerdo del Consejo Académico n.º 108 del 28 de marzo de 2023, mediante el cual se adoptan medidas para la creación de programas académicos de pregrado en la Universidad, se definió el equipo responsable de la creación del programa Administración de Empresas Culturales y Creativas.
- d. Que el equipo definido para la creación del programa Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por ciclos propedéuticos con los programas de Tecnología en Gestión Cultural y Creativa y Técnica Profesional en Proyectos Culturales y Creativos elaboró el proyecto educativo para la creación del citado programa bajo las condiciones de calidad exigidas por el Decreto 1075 de 2015 del MEN y atendiendo las disposiciones del Modelo Pedagógico UIS21 y el Acuerdo del Consejo Académico n.º 023 de 2022. El equipo presentó ante las instancias y autoridades académicas correspondientes el proyecto educativo del programa de qué trata el presente acuerdo.
- e. Que la Dirección de Planeación de la Universidad, después de analizar la documentación que se relaciona a continuación, concluyó que el proyecto cumple con los requisitos establecidos en las disposiciones normativas enunciadas en los considerandos precedentes y, en consecuencia, avaló el proyecto de creación del programa Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por ciclos propedéuticos con los programas de Tecnología en Gestión Cultural y Creativa y Técnica Profesional en Proyectos Culturales y Creativos, para ser sometido a consideración del Consejo Académico. La documentación referida es la siguiente:
  - Concepto de Planeación.
  - Concepto de CEDEDUIS
  - Proyecto Educativo del Programa (PEP).
  - Resumen ejecutivo del PEP.
- f. Que el Consejo Académico en sesión del 10 de octubre de 2023 revisó y analizó la propuesta de creación del programa de qué trata el presente acuerdo.

En mérito de lo anterior,

ACUERDA:

ARTÍCULO 1º. Aprobar la creación del programa Administración de Empresas Culturales y Creativas, en modalidad presencial y lugar de desarrollo Bucaramanga, por ciclos propedéuticos con los programas de Tecnología en Gestión Cultural y Creativa y Técnica Profesional en Proyectos Culturales y Creativos, adscrito a

X



ACUERDO n.º 334 DE 2023  
10 de Octubre

2

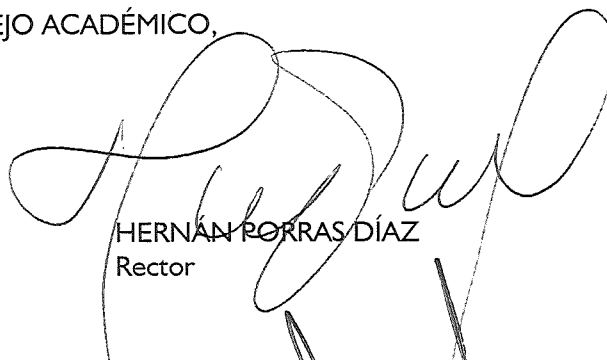
la Escuela de Economía y Administración de la Facultad de Ciencias Humanas, según documento adjunto que forma parte integral del presente Acuerdo.

ARTÍCULO 2º. La Universidad tramitará por conducto de la Vicerrectoría Académica la creación del programa en mención ante el Ministerio de Educación Nacional.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE,

Expedido en Bucaramanga, a los diez (10) días del mes de octubre de 2023.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO ACADÉMICO,



HERNÁN PORRAS DÍAZ  
Rector

EL SECRETARIO GENERAL (E),

CESAR AUGUSTO QUIJANO QUIROGA





Universidad  
Industrial de  
Santander

## PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

## ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS



El presente programa se encuentra articulado  
por ciclos propedéuticos

Bucaramanga, Santander 2023

PROGRAMA

**DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS  
ARTICULADO MEDIANTE CICLOS PROPEDEÚTICOS**

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>1. CONTEXTO DEL PROGRAMA</b> .....	<b>2</b>
1.1 Misión de la unidad académica.....	2
1.2 Visión de la unidad académica.....	2
1.3 Programas ofrecidos por la unidad académica.....	2
<b>2. IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA</b> .....	<b>2</b>
2.1 Denominación del programa .....	2
2.2 Título que otorga .....	3
2.3 Campos de educación y formación de programa.....	3
2.4 Modalidad.....	3
2.5 Lugar donde se ofrece el programa.....	3
2.6 Duración del programa.....	3
2.7 Jornada de ofrecimiento del Programa.....	3
2.8 Número de créditos académicos .....	3
2.9 Periodicidad de la admisión .....	3
2.10 Número de estudiantes admitidos por cohorte .....	3
<b>3. PROPÓSITOS GENERALES DEL PROGRAMA</b> .....	<b>3</b>
<b>4. CONSIDERACIONES PARA EL INGRESO AL PROGRAMA</b> .....	<b>4</b>
4.1 Perfil de ingreso al programa.....	4
4.2 Criterios y procesos de admisión .....	4
4.2.1 Convocatoria e inscripción de aspirantes .....	5
4.2.2 Criterios de selección y admisión .....	6
4.2.3 Criterios adicionales de desempate.....	6
4.2.4 Admisiones especiales.....	6
<b>5. PROPUESTA CURRICULAR</b> .....	<b>7</b>
5.1 Justificación del programa .....	7
5.2 Objeto de estudio del programa.....	17
5.3 Conceptualización teórica y epistemológica del programa .....	17
5.4 Perfil de egreso .....	21
5.5 Resultados de aprendizaje.....	21
5.5.1 Resultados de Aprendizaje del Programa .....	22
5.6 Macro competencias.....	23
5.7 Estructura curricular .....	36
5.7.1 Estrategias para la Formación Integral de los estudiantes .....	37
5.7.2 Estrategias de flexibilización del programa .....	43
5.7.3 Estrategias de interdisciplinariedad.....	44
5.7.4 Estrategias de interacción del programa.....	45
5.7.4.1 Creación y el fortalecimiento de vínculos entre la institución y los diversos actores en pro de la armonización del programa con los contextos locales, regionales y globales. ....	45
5.7.5 Desarrollo de habilidades en estudiantes y profesores para interrelacionarse con contextos locales, regionales y globales.....	46
5.7.6 Internacionalización del programa.....	49
5.7.7 Desarrollo de competencias plurilingües e interculturales .....	50



5.8	Plan general de estudios.....	55
5.8.1	Articulación de las macro competencias con el plan general de estudios. ....	65
5.8.2	Requisitos de graduación .....	70
5.9	Estrategias y practicas pedagógicas y didácticas .....	71
5.10	Evaluación del desarrollo competencial en el ambito meso curricular.....	87
5.10.1	Estrategias para la retroalimentación a los estudiantes, a partir de los resultados de las respectivas evaluaciones .....	100
5.11	Micro currículo del programa .....	103
5.11.1	Micro competencias (mC) .....	103
5.11.2	Programas de las actividades académicas .....	114
<b>6.</b>	<b>INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN EL PROGRAMA.....</b>	<b>115</b>
6.1	Declaración de investigación E innovación del programa de administración de empresas culturales y creativas .....	116
6.2	Proceso formativo en investigación e innovación del programa.....	117
6.3	Producción científica E innovación.....	119
6.3.1	Áreas, líneas o temáticas de investigación en las que se enfocarán los esfuerzos y proyectos del programa .....	120
6.3.2	Estrategias para que los resultados de investigación contribuyan a la transformación social de las dinámicas que aporten a la construcción del país.....	124
6.3.3	Resultados de la investigación de acuerdo con los lineamientos establecidos por el sistema nacional de ciencia y tecnología u otros afines.....	125
<b>7.</b>	<b>RELACIÓN CON EL SECTOR EXTERNO.....</b>	<b>126</b>
7.1.1	Estrategias para la vinculación del programa con el sector productivo, social y cultural .....	127
7.1.2	Estrategias de articulación de los profesores y estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto.....	128
7.2	Convenios que facilitan la relación del programa con el sector externo.....	129
<b>8.</b>	<b>PROFESORES .....</b>	<b>133</b>
8.1	Contratación de Profesores.....	133
8.2	Vinculación de Profesores.....	134
8.3	Normas y estrategias para la permanencia, el desarrollo y la capacitación profesoral.....	143
8.3.1	Periodo de Prueba y Evaluación del Personal Docente.....	145
8.4	Plan de Desarrollo y Capacitación .....	146
8.4.1	Normas y estrategias para el seguimiento y evaluación de profesores. ....	149
<b>9.</b>	<b>MEDIOS EDUCATIVOS .....</b>	<b>150</b>
9.1	Medios educativos disponibles para el proceso formativo, la investigación y la relación con el sector externo.....	151
9.2	Estrategias para garantizar que los medios educativos atenderán las barreras de acceso y las particularidades de las personas que requieran de ajustes razonables, de acuerdo con la normatividad vigente. ....	160
9.3	Estrategias de capacitación y apropiación de los medios educativos para los estudiantes y profesores que estén adscritos al programa.....	161
9.4	Plan de mantenimiento, actualización y reposición de los medios educativos .....	162
<b>10.</b>	<b>INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA .....</b>	<b>163</b>
10.1	Infraestructura física disponible para el desarrollo del programa .....	164
10.2	Infraestructura tecnológica disponible .....	171
<b>11.</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PROGRAMA .....</b>	<b>174</b>

11.1 Autoevaluación del Programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos .....	179
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>181</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>186</b>
Anexo 1. Estudio de pertinencia y viabilidad.....	1
Anexo 2. Programas de actividades académicas .....	150

## Lista de tablas

Tabla 1. Programas ofrecidos por la Escuela de Economía y Administración .....	2
Tabla 2. Criterios de selección del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos para el proceso de admisión: .....	6
Tabla 3. Macro Competencias Específicas por Niveles de Formación.....	24
Tabla 4. Macro Competencias Genéricas y Ciudadanas .....	26
Tabla 5. Macro competencias del programa en el nivel de formación técnico y su relación con los resultados de aprendizaje .....	27
Tabla 6. Macro competencias del programa en el nivel de formación tecnológico y su relación con los resultados de aprendizaje .....	30
Tabla 7. Macro competencias del programa en el nivel de formación profesional y su relación con los resultados de aprendizaje .....	34
Tabla 8. Interacción de los actores del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos.....	47
Tabla 9. Competencia inicial en lengua extranjera por programa académico de pregrado (Nivel Técnico) ....	51
Tabla 10. Competencia inicial en lengua extranjera por programa académico de pregrado (Nivel Tecnológico) .....	53
Tabla 11. Competencia inicial en lengua extranjera por programa académico de pregrado (Nivel Profesional) .....	54
Tabla 12. Componente propedéutico del programa .....	59
Tabla 13. Plan de estudios .....	60
Tabla 14. Distribución de los créditos académicos por nivel .....	63
Tabla 15. Electivas .....	64
Tabla 16. Macro competencias del programa y su relación con el plan de estudios.....	65
Tabla 17. Incidencia de las macro competencias del programa en el logro de los resultados de aprendizaje..	88
Tabla 18. Dominio de las Competencias - Taxonomía de Marzano y Kendall.....	91
Tabla 19. Progresión del desarrollo de las macro competencias a lo largo del proceso formativo .....	93
Tabla 20. Feed up, feed back y feed forward.....	102
Tabla 21. Micro competencias derivadas de las macro competencias .....	103
Tabla 22. Convenios nacionales para la Escuela de Economía y Administración .....	130
Tabla 23. Convenios internacionales para la Escuela de Economía y Administración.....	131
Tabla 24. Profesores con los que cuenta la Universidad y pueden apoyar el inicio del programa.....	135
Tabla 25. Profesores requeridos para el programa.....	138
Tabla 26. Material Bibliográfico y Bases De Datos.....	151
Tabla 27. Recursos electrónicos de apoyo al programa.....	151
Tabla 28. Total de recursos en biblioteca física.....	151
Tabla 29. Total de recursos en biblioteca virtual .....	151
Tabla 30. Equipos de apoyo docente .....	152
Tabla 31. Acceso a redes de información.....	153
Tabla 32. Medios audiovisuales .....	153
Tabla 33. Redes de información propias .....	153
Tabla 34. Servicios de comunicaciones externas e internas.....	154
Tabla 35. Infraestructura Física.....	164
Tabla 36. Espacios Físicos Sede Floridablanca.....	169
Tabla 37. Sistemas de Información Disponibles en la Universidad.....	171

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Organización y articulación de los conceptos que sustentan el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos .....	20
Ilustración 2. Representación de la Taxonomía de Marzano y Kendall .....	22
Ilustración 3. Núcleo Problémico Nivel Técnico Profesional.....	41
Ilustración 4. Núcleo Problémico Nivel Tecnológico.....	41
Ilustración 5. Núcleo Problémico Nivel Profesional.....	42
Ilustración 6. Ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas técnicos para estudiantes cuya lengua materna es el español. ....	52
Ilustración 7. Ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas tecnológicos para estudiantes cuya lengua materna es el español .....	53
Ilustración 8. Ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas profesionales para estudiantes cuya lengua materna es el español .....	54
Ilustración 9. Plan de Estudios Programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos.....	56
Ilustración 10. Distribución del Plan de Estudios por Componentes.....	57
Ilustración 11. Aula tradicional VS Aula Invertida .....	78

## PRESENTACIÓN

El proyecto educativo del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos es coherente con la visión de la Universidad, la cual ha hecho una apuesta de formación de ciudadanos como profesionales integrales, éticos, innovadores y con sentido político, capaces de aportar al desarrollo sostenible.

La propuesta educativa ha sido diseñada para brindar a los estudiantes una formación sólida en el campo de la administración, pero con un enfoque específico en las economías culturales y creativas y en atención a los lineamientos del Decreto 1330 de 2019 por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 -Único Reglamentario del Sector Educación y de la Resolución No 021795 de 2020 del Ministerio de Educación Nacional de Colombia, modificada parcialmente por la Resolución No. 002265 de febrero 15 de 2023. Del mismo modo, se fundamenta en los documentos internos, acordes con la normatividad vigente para los programas académicos de la institución y que serán citados a lo largo del documento.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se encuentra formulado mediante ciclos propedéuticos, los cuales son:

Nivel técnico – profesional: Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos.

Nivel tecnológico: Tecnología en Gestión Cultural y Creativa

Nivel Profesional: Administrador de Empresas Culturales y Creativas.

Asimismo, el programa ha sido organizado mediante resultados de aprendizaje nutridos por macro y micro competencias reflejadas en las diferentes actividades académicas distribuidas a lo largo de semestres académicos, cuidadosamente planificados, con el fin que los estudiantes puedan cumplir con los objetivos establecidos en su proceso formativo. Además, se busca proporcionar oportunidades para una formación integral como parte fundamental de su desarrollo personal.

Mediante la implementación de diversas estrategias, el programa permite la interacción de profesores y estudiantes con la comunidad y con sectores externos y productivos, lo que enriquece su formación y permite un acercamiento con las necesidades del sector abordándolas desde los ejes misionales de docencia, investigación y extensión.

También, se han considerado aspectos importantes de las economías culturales, creativas y de los saberes, su entorno social ambiental, así como las tendencias tecnológicas y de conectividad que actualmente tienen un papel relevante a nivel mundial. Estos factores han sido tomados en cuenta para proyectar a largo plazo y, en consecuencia, se busca incorporar modelos que promuevan el espíritu emprendedor, la investigación, la creatividad y la innovación.

## I. CONTEXTO DEL PROGRAMA

### I.1 MISIÓN DE LA UNIDAD ACADÉMICA

La Escuela de Economía y Administración, en respuesta a los propósitos misionales de la Universidad, tiene como norte la formación integral de personas de alta calidad ética y política y se soporta en una concepción abierta del conocimiento, cuyos principios orientadores son la perspectiva crítica y la responsabilidad social. Se ha planteado como meta conformar una comunidad solidaria de estudiantes, investigadores y profesionales que, desde el punto de vista de la Economía tanto en el ámbito público como el privado, aporten a la discusión y el análisis explicativo sobre la realidad socio-económica de la región, el país y los países en vías de desarrollo, y que contribuyan a la formulación de propuestas, proyectos y políticas que incidan positivamente en la calidad de vida de la población.

### I.2 VISIÓN DE LA UNIDAD ACADÉMICA

La Escuela de Economía y Administración tiene como visión que “Desde una concepción humanística e interdisciplinaria, el programa de Economía se consolidará como líder de los procesos de análisis, investigación y solución de los problemas económicos, sociales, políticos y ambientales”.

Esta unidad académica, dedicada a la formación profesional, a la investigación y al desarrollo de procesos de proyección social, contribuirá a través de sus docentes, estudiantes, investigadores y egresados, en la formulación y el perfeccionamiento de alternativas de solución a los problemas del desarrollo que caracterizan a la región y el país, desde una visión interdisciplinaria en los ámbitos económico-productivo, ambiental, político, social, cultural y científico-tecnológico.

### I.3 PROGRAMAS OFRECIDOS POR LA UNIDAD ACADÉMICA

La Escuela de Economía y Administración ofrece en la actualidad, tres programas. El primero de ellos, es el programa de pregrado en Economía, con 30 años de funcionamiento; el segundo es la Maestría en Economía y Desarrollo y, adicionalmente, la Maestría en Gestión y Políticas Públicas. El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, formara parte de los programas ofrecidos, teniendo como derrotero las fortalezas ya presentes en los programas actuales.

**Tabla I. Programas ofrecidos por la Escuela de Economía y Administración**

Programa	Año de creación	Código SNIES	Reconocimiento del Ministerio de Educación Nacional	Número de graduados <sup>1</sup>
Economía	1993	2623	Acreditación de Alta Calidad – Resolución del Ministerio de Educación Nacional No. 018040 del 28 de septiembre de 2020 (6 años)	1.288
Maestría en Economía y Desarrollo	2014	103395	Resolución del Ministerio de Educación Nacional No. 13399 de 23 de julio de 2021.	16
Maestría en Gestión y Políticas Públicas	2014	103646	Resolución del Ministerio de Educación Nacional No. 18720 del 5 de octubre de 2020.	35

*Fuente: Escuela de Economía y Administración, UIS*

## 2. IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

### 2.1 DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA

Administración de Empresas Culturales y Creativas.

El nivel de formación del programa es Profesional Universitario.

<sup>1</sup> Consultado en UIS en Cifras, primer semestre de 2022.

## 2.2 TÍTULO QUE OTORGA

Administrador(a) de Empresas Culturales y Creativas

## 2.3 CAMPOS DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DE PROGRAMA

De acuerdo con la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación – Campos de la Educación y Formación Adaptada para Colombia (CINE-F 2013 A.C.) del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) indicar para el programa:

- Campo amplio: Administración de Empresas y Derecho – 04.
- Campo detallado: Educación Comercial y Administración – 041.
- Campo específico: Gestión y Administración – 0413.

## 2.4 MODALIDAD

- Presencial.

## 2.5 LUGAR DONDE SE OFRECE EL PROGRAMA

- Bucaramanga, Santander.

## 2.6 DURACIÓN DEL PROGRAMA

Debido a que el programa se encuentra articulado por ciclos propedéuticos, la duración de cada nivel está dada de la siguiente forma:

- Nivel profesional: Administrador de Empresas Culturales y Creativas: 2 semestres
- Nivel Tecnológico: Tecnólogo en Gestión Cultural y Creativa: 2 semestres
- Nivel Técnico: Técnico profesional en proyectos culturales y creativos: 4 semestres

Total del ciclo propedéutico: 8 Semestres – 4 años

## 2.7 JORNADA DE OFRECIMIENTO DEL PROGRAMA

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se ofrecerá en jornada completa.

## 2.8 NÚMERO DE CRÉDITOS ACADÉMICOS

Teniendo en cuenta la articulación con los niveles de formación del ciclo propedéutico, el número de créditos está conformado de la siguiente forma:

- Administrador(a) de Empresas Culturales y Creativas: 128 créditos.
- Tecnólogo(a) en Gestión Cultural y Creativa: 96 créditos.
- Técnico profesional en proyectos culturales y creativos: 64 créditos

## 2.9 PERIODICIDAD DE LA ADMISIÓN

- Semestral.

## 2.10 NÚMERO DE ESTUDIANTES ADMITIDOS POR COHORTE

- El número máximo de admitidos por cohorte es de 96 estudiantes.

El número de admitidos al ciclo profesional no superará la cifra entre graduados del ciclo tecnológico en gestión cultural y creativa de la UIS, programas afines por homologación y se tendrá en cuenta el número máximo de admitidos en el nivel técnico profesional en proyectos culturales y creativos.

## 3. PROPÓSITOS GENERALES DEL PROGRAMA

El propósito general del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas es formar profesionales integrales y competentes en la gestión estratégica y sostenible de organizaciones y

emprendimientos culturales y creativos. El programa se propone brindar a los estudiantes las herramientas teóricas, prácticas y habilidades necesarias para enfrentar los desafíos del sector cultural y creativo, promoviendo el desarrollo de proyectos innovadores, el reconocimiento del patrimonio cultural y el impulso de la economía creativa.

El programa busca proporcionar una sólida formación en áreas fundamentales como la gestión empresarial y de proyectos, la economía, el marketing, la planificación estratégica y la legislación específica del sector cultural y creativo. Además, se fomentará el desarrollo de habilidades de liderazgo, pensamiento crítico, resolución de problemas y trabajo en equipo, con el fin de preparar a los estudiantes para asumir roles de liderazgo en el ámbito cultural y creativo.

Además, el programa fomentará la generación de conocimiento y la aplicación de metodologías de investigación en el ámbito de la administración de empresas culturales y creativas. De esta manera, se contribuirá al desarrollo del conocimiento y se fomentará la mejora continua en el sector.

Asimismo, el programa busca establecer una estrecha relación con el sector externo, conectando las funciones misionales de formación, investigación y extensión. Se promoverán alianzas estratégicas con organizaciones culturales, creativas y el sector, brindando a los estudiantes oportunidades de desarrollo de núcleos y proyectos conjuntos. De esta manera, se fomentará la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos y se establecerán vínculos con el entorno profesional.

## **4. CONSIDERACIONES PARA EL INGRESO AL PROGRAMA**

### **4.1 PERFIL DE INGRESO AL PROGRAMA**

El aspirante para el Programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos debe atender los requisitos y trámites determinados para el ingreso a la educación superior por el Ministerio de Educación Nacional y por la Universidad Industrial de Santander.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas busca atraer a estudiantes que tengan aptitudes y habilidades afines a la administración y gestión empresarial en el ámbito cultural y creativo. El aspirante debe poseer:

- Interés y pasión por la cultura y la creatividad, entusiasmo por el arte, la cultura, el patrimonio y la creatividad en todas sus manifestaciones. Deben estar motivados para trabajar en un entorno dinámico y en constante evolución.
- Capacidad para analizar situaciones complejas, identificar desafíos y proponer soluciones innovadoras. Deben mostrar habilidades para el razonamiento lógico, la toma de decisiones y la adaptabilidad frente a cambios y ambigüedades del entorno.
- Interés en generar ideas nuevas, pensar de manera no convencional y encontrar soluciones creativas a los desafíos empresariales en el ámbito cultural y creativo.
- Una mentalidad emprendedora y la disposición para asumir riesgos calculados.

### **4.2 CRITERIOS Y PROCESOS DE ADMISIÓN**

El proceso y los criterios de admisión para acceder a los programas de pregrado de la Universidad Industrial de Santander están definidos en los Acuerdos N.º 222 de 2014 y 282 de 2017 que establece las disposiciones para el ingreso de aspirantes en modalidad de admisión especial, así como el Acuerdo del Consejo Académico No. 166 de 2023.

Ahora bien, debido a que el programa se encuentra formulado mediante ciclos propedéuticos así; Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos, Tecnología en Gestión Cultural y Creativa y Administración



de Empresas Culturales y Creativas, el aspirante deberá estar graduado del ciclo tecnológico para continuar con el ciclo profesional. Si cumple con este requisito, el aspirante puede continuar con su formación profesional manifestándolo mediante un correo electrónico a la coordinación del programa o mediante el formulario dispuesto para este fin, para realizar el respectivo trámite.

Debido a que el programa profesional en Administración de Empresas Culturales y Creativas se articula por ciclos propedéuticos con el ciclo Tecnológico en Gestión Cultural y Creativa, el proceso de admisión no tiene costo.

Para los egresados de programas tecnológicos afines a la gestión cultural y creativa, provenientes de otras instituciones de educación superior o universidades extranjeras, deberán acogerse a lo expresado en el reglamento académico – estudiantil de pregrado<sup>2</sup>, título IV: traslados y transferencias, capítulo II, del artículo 61 al artículo 68 el cual reglamenta lo referente a las transferencias.

El estudiante debe presentar la solicitud por escrito al comité de admisiones con una anticipación no inferior a (2) meses a la fecha de terminación de un periodo académico.

Teniendo en cuenta el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 de 2022 del Consejo Académico, sobre los referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos (Universidad Industrial de Santander, 2022), se espera que los estudiantes admitidos al ciclo profesional de Administración de Empresas Culturales y Creativas, a su ingreso, tengan un nivel de dominio de inglés de A2, sin que este sea un requisito para determinar el perfil de ingreso en los programas académicos de estos niveles de formación. Ahora bien, con el fin de definir la ruta de formación apropiada para que el estudiante alcance los niveles de competencia plurilingüe e intercultural requeridos para su graduación, todos los estudiantes admitidos a un programa de pregrado en la UIS deben presentar un examen clasificatorio de competencia en lengua extranjera inglés previo al inicio del primer semestre académico, capítulo 6. lineamientos curriculares para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales en los programas académicos, numeral 6.5. del Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022<sup>3</sup>

#### 4.2.1 Convocatoria e inscripción de aspirantes

- **Convocatoria:** la Dirección de Admisiones y Registro Académico realiza a través de distintos medios de comunicación, en forma previa a la convocatoria de inscripciones, la respectiva divulgación de los programas académicos ofrecidos y de los lineamientos establecidos por la Universidad para el proceso de admisión.
- **Inscripción de aspirantes:** el aspirante diligencia la inscripción al programa académico de su interés en la página web de la Universidad, previa consignación del valor del derecho de inscripción en línea, de acuerdo con el número de programas académicos a los cuales aspira (máximo dos). Registra los datos de la consignación un día hábil después de realizado el pago<sup>4</sup>. En caso de aspirar a una admisión especial, solicita su petición de admisión especial a través de la página web de la Universidad, adjuntando los respectivos soportes.
- **Requisitos de inscripción:** Para realizar la inscripción al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, es necesario que toda persona que esté interesada en participar en el proceso de admisión cumpla con los requisitos establecidos en el Acuerdo del Consejo Académico No. 222 de 2014 (UIS, 2014).

---

<sup>2</sup> Reglamento estudiantil de Pregrado UIS disponible en: <https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2021/10/reglamentoPregrado.pdf>

<sup>3</sup> Referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos, Disponible en: [https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2023/01/Referentes\\_CreacionRreformaModificacionPgmasAcademicos\\_ACA\\_23\\_2022.pdf](https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2023/01/Referentes_CreacionRreformaModificacionPgmasAcademicos_ACA_23_2022.pdf)

<sup>4</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Sistema Integrado de Gestión. Proceso de Admisiones y Registro Académico Disponible en <https://inscripciones.uis.edu.co/pregrado-bucaramanga/>

#### 4.2.2 Criterios de selección y admisión

Con los aspirantes validados por la Dirección de Admisiones y Registro Académico para continuar con el proceso de admisión, se realiza la selección de los aspirantes al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, teniendo en cuenta el Acuerdo del Consejo Académico No. 222 de 2014 (UIS, 2014), por medio del cual se establece el sistema de admisión de la UIS. Este proceso de selección se fundamenta únicamente en el mérito académico evidenciado en los resultados de las pruebas de Estado Saber II realizadas por el Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación (ICFES).

La ponderación del examen es específica para cada programa y es definida teniendo en cuenta las competencias que debe cumplir el aspirante. En la Tabla 2, se presenta la ponderación específica para el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos.

**Tabla 2. Criterios de selección del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos para el proceso de admisión:**

Criterios de selección	Ponderación (%) de Pruebas Saber II
Ciencias naturales	10%
Lectura crítica	25%
Matemáticas	25%
Sociales y Ciudadanas	25%
Inglés	15%

La asignación de cupos se realizará en orden descendente teniendo en cuenta los puntajes obtenidos hasta completar los cupos aprobados para cada periodo académico por el Consejo Académico de la Universidad. Los admitidos deben efectuar la matrícula en la fecha establecida por la Universidad; de lo contrario se procederá a reasignar el cupo correspondiente, si no ha sido autorizado su aplazamiento por la autoridad competente.

#### 4.2.3 Criterios adicionales de desempate

En caso de empate entre los aspirantes al programa, se asignará el cupo teniendo en cuenta los siguientes criterios en su respectivo orden:

- a) Quien haya obtenido, comparativamente, el valor más alto en el puntaje global obtenido en el Examen de Estado Saber II°.
- b) Quien haya obtenido, comparativamente, el valor más alto en la prueba de Lectura Crítica del Examen de Estado Saber II°.
- c) Quien haya obtenido, comparativamente, el valor más alto en la prueba de Sociales y Ciudadanas del Examen de Estado Saber II°.
- d. Si el empate se presenta entre aspirantes cuyas edades los hacen legalmente hábiles para ejercer el derecho al voto, se asignará el cupo al aspirante que hubiere ejercido ese derecho en las votaciones inmediatamente anteriores a la fecha de inscripción para el proceso de admisión, según lo dispuesto en el numeral I, del Artículo 2° de la Ley 403 del 27 de agosto de 1997, por la cual se establecen estímulos para los sufragantes. Si alguno de los aspirantes no tiene edad para ejercer el derecho al voto, este criterio no se tomará en cuenta.
- e. Se otorgará el cupo en el orden de inscripción generado por el sistema, según el número del consecutivo que asigna para tal fin<sup>5</sup>.

#### 4.2.4 Admisiones especiales

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por Ciclos Propedéuticos para el proceso de admisión, atenderá el Acuerdo N°. 282 del Consejo Académico de 2017 y el Acuerdo No. 166

<sup>5</sup> Universidad Industrial De Santander. Consejo Académico. Acuerdo No. 222 De 2014. Art. 5

de 2023 del Consejo Académico, por el cual se dictan disposiciones sobre el ingreso a la Universidad de aspirantes por la modalidad de Admisiones Especiales, contemplando los siguientes casos:

- Pertenecer a una comunidad o resguardo indígena.
- Tener procedencia de población negra, afrocolombiana, palenquera y raizal (Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina).
- Proceder de departamentos donde no existen Instituciones de Educación Superior.
- Proceder de municipios de difícil acceso o con problemas de orden público.
- Estar catalogado como víctima del conflicto armado interno colombiano.
- Estar catalogado como desmovilizado de manera individual o en forma colectiva en procesos de paz.

Los aspirantes por la modalidad de Admisiones Especiales deberán atender las disposiciones comunes y el proceso de admisión que para cada uno de los casos establece el Acuerdo No. 282 de 2017 del Consejo Académico y el Acuerdo No. 166 de 2023 del Consejo Académico.

## 5. PROPUESTA CURRICULAR

### 5.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante ciclos propedéuticos se gesta desde la creciente importancia de las organizaciones culturales y creativas en el desarrollo económico y social a nivel local, regional, nacional e internacional, así como por la necesidad de formar profesionales capacitados para gestionar eficientemente organizaciones públicas o privadas y emprendimientos en este sector.

Por lo tanto, se hace necesario analizar la evolución de la disciplina de la Administración de Empresas desde el proceso administrativo a lo largo del tiempo, a partir de autores clásicos como Henri Fayol con su propuesta sobre las funciones básicas de la organización para conseguir la eficiencia y Frederick Winslow Taylor quien estudio el mejoramiento de la productividad de las empresas mediante la optimización de procesos y la especialización de trabajadores u organización científica del trabajo, hasta autores modernos como Idalberto Chiavenato, el cual define la administración como la orientación, dirección y control de actividades para alcanzar un objetivo común. También, se plantea la diferencia entre administración y gestión, donde la primera se refiere a la organización y dirección de recursos, mientras que la segunda se enfoca en la coordinación de esfuerzos para la ejecución de actividades o proyectos (Chiaventato, 2019).

Del mismo modo, cabe resaltar el concepto de Economía Cultural y Creativa, la cual se reconoce como las actividades económicas que agrupan la creación, producción, distribución y comercialización de contenidos culturales o protegidos por derechos de autor<sup>6</sup>.

A nivel global, las personas encargadas de la administración de la cultura y la creatividad se han abierto paso a medida del crecimiento de las artes, la cultura y las empresas creativas en la economía, lo que lleva a las instituciones de educación a pensar la formación de profesionales que den respuesta a las necesidades propias de este campo, donde la administración de empresas culturales y creativas se beneficia de la interdisciplinariedad de diferentes áreas, ya que incorpora enfoques de contabilidad, psicología, derecho, estadística, sociología, matemáticas, economía e informática para generar valor tangible e intangible.

Es así como la formación académica en Administración de Empresas Culturales y Creativas debe incluir análisis económico y de mercado, habilidades expresivas y simbólicas y consideración de aspectos

---

<sup>6</sup> Fuente: DANE, consultado en la página web - <https://acortar.link/uMUNmB> - 2023

psicológicos y sociales. Además, se enfoca en la creación de cultura como memoria colectiva y promueve la colaboración interdisciplinaria ya mencionada. La digitalización, la sostenibilidad y las alianzas estratégicas son tendencias clave en la administración de empresas culturales y creativas, así como la colaboración con otras organizaciones y la adaptación a las tecnologías emergentes son esenciales para el éxito en un mercado competitivo.

Por su parte, la profesión en Administración de Empresas Culturales y Creativas ofrece un prometedor panorama de perspectivas en los contextos actuales y futuros. Según el informe de la Unesco (2022) se espera que las economías culturales y creativas globales continúen creciendo, impulsadas por factores como la globalización, la digitalización y la creciente demanda de experiencias culturales y creativas. En ese contexto, la Administración de Empresas por sí sola no logra suplir la necesidad y carencias de este sector, ya que se requiere un acercamiento desde la academia al sector real mediante la constante práctica de los estudiantes, para entender las necesidades de los artesanos, artistas y creativos con el fin de administrar su cadena de valor para hacer más sostenible su actividad.

Ahora bien, las organizaciones culturales y creativas desempeñan un papel fundamental en la economía, generando empleo, promoviendo la diversidad cultural y contribuyendo al desarrollo de las comunidades, es así como en el último reporte de la Unesco (2022) indica que el total de empleos que agencia este sector es de 6,2% a nivel mundial. En este sentido, la Unesco (2022) también expone que: “Aunque la demanda de contenidos culturales es actualmente muy alta en todo el planeta, las oportunidades de trabajo cultural y creativo seguirán siendo escasas a menos que se estimule la demanda de diversidad de integrantes en la cadena de valor” por lo tanto, hay un gran potencial de empleabilidad con dificultades para llevar al consumidor final sus productos y servicios. Para Colombia, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2022) reporta que el sector cultural y creativo antes de la pandemia tenía un incremento del 16% entre los años 2014 y 2019, con un valor añadido bruto del 3%. Como era de esperar, el Covid-19 afectó la empleabilidad del sector con una disminución del 11% en los años 2019 y 2020. Sin embargo, en los primeros trimestres del 2021, hubo un aumento del empleo del 8% en comparación con este mismo periodo del año anterior, lo que refleja un gran potencial a desarrollar en el ecosistema de valor. Ahora bien, se debe tener en cuenta que el sector abarca áreas como las artes visuales, la música, el cine, el teatro, el diseño, la moda, el turismo cultural y el patrimonio, entre otras. Ante esta relevancia, es necesario formar profesionales capacitados para administrar, gestionar y potenciar estas actividades y proyectos de manera sostenible.

En la actualidad, existe una creciente demanda de profesionales competentes y hábiles en la administración y gestión de empresas culturales y creativas entendiendo sus necesidades particulares; según lo enunciado en el documento de políticas para la creatividad - Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas desarrollado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, se expone que el sector se caracteriza por el trabajo por cuenta propia o la generación de empresas pequeñas para la ejecución de proyectos artísticos. Menciona también, que la falta de conocimiento y experiencia empresarial es un impedimento para llevar a la realidad muchas iniciativas (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2010). Asimismo, resaltan que las organizaciones del sector buscan líderes capaces de articular la visión artística con la eficiencia empresarial, impulsar la innovación, desarrollar estrategias de marketing y gestionar recursos financieros de manera efectiva. Además, el sector cultural y creativo brinda múltiples oportunidades para el emprendimiento, donde se requiere un enfoque empresarial sólido junto con la comprensión y el desarrollo de las audiencias.

La identificación de los sectores y ámbitos en los que estos profesionales pueden desempeñarse, abarcan desde la ejecución de proyectos culturales y creativos hasta la dirección de las organizaciones. Según la firma Bob & Co Business Consulting, el apoyo en la creación de empleos en el ámbito cultural y creativo para estados de América Latina y el Caribe, se encontró en el 71%, mientras que los países que integran los

estados, el 82% desarrollaron estrategias para la formalización y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

Dentro de este marco, el Ministerio de Trabajo de Colombia, destaca la importancia de las nuevas competencias laborales emergentes en el sector de artes escénicas en varias ciudades de Colombia, como Bucaramanga, Barranquilla, Bogotá, Cúcuta y Cartagena. Estas competencias abarcan campos como la producción audiovisual, la fotografía, la programación, la gestión cultural y la dirección de proyectos, y son promovidas tanto por organismos gubernamentales como por instituciones de educación superior, en línea con la Ley 397 de 1997. Los profesionales del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas en sus diferentes niveles de formación tienen un amplio espectro de oportunidades a nivel nacional, incluyendo roles en instituciones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con la cultura, así como en empresas privadas del ámbito cultural. A nivel internacional, tienen la opción de colaborar en proyectos de cooperación internacional, festivales, museos y agencias de turismo cultural, además de explorar nuevas oportunidades en el entorno digital. La perspectiva futura de la profesión sugiere un continuo crecimiento y evolución, con un aumento en la valoración de la cultura y la creatividad en la sociedad, lo que generará más oportunidades laborales en áreas como la ejecución y gestión de proyectos culturales y la promoción de la diversidad cultural, permitiendo a estos profesionales contribuir al desarrollo cultural y creativo en diversas organizaciones y proyectos, tanto a nivel local, nacional e internacional (Ministerio de Trabajo, 2022).

Según lo reportado por el DANE (2022), en el primer trimestre del año 2022 hubo un registro de 21.186 personas ocupadas más que en el mismo periodo del 2021, en áreas de artes y patrimonio se registra un crecimiento del 3,1%, Industrias culturales tuvo un crecimiento del 7,4% y creaciones funcionales incremento el 4,3%.

La Unesco (2022) propone una hoja de ruta para lograr sectores culturales y creativos más dinámicos, la cual menciona que hay un desajuste entre la educación, la formación y las oportunidades de empleo ya que la gestión de las organizaciones culturales y creativas están poco representadas en la enseñanza a nivel superior.

Asimismo, el sector cultural y creativo tanto a nivel nacional como internacional, está experimentando una notable transformación digital, impulsada por la pandemia, que ha tenido un profundo impacto en su cadena productiva. En Colombia, se ha observado un crecimiento significativo en la utilización de tecnologías digitales tanto en la creación de contenido multimedia como en estrategias de marketing y publicidad (Redondo Méndez & Hernández Acosta, 2019). La incorporación de plataformas en línea, redes sociales y herramientas de gestión digital ha permitido a las empresas culturales y creativas llegar a audiencias más amplias y diversas, estableciendo conexiones directas con su público. Sin embargo, es esencial considerar aspectos como los derechos de propiedad intelectual y la seguridad en entornos digitales para garantizar que la adopción de la tecnología sea inclusiva y sostenible en este sector (OCDE, 2018). Lo anterior, permite observar las características principales que deben abordar los profesionales mediante las competencias adquiridas en la universidad articulando los de principios de la administración, la gestión empresarial con el contexto cultural y creativo abordando aspectos como la financiación y ejecución de proyectos culturales, la protección del patrimonio, el marketing cultural, la formación de audiencias y la legislación específica para el sector.

Con el fin de analizar las necesidades a nivel local, regional, nacional e internacional, cabe mencionar que el sector ha experimentado un notable crecimiento tanto a nivel nacional como internacional. Según (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013), en el año 2005, este sector representaba el 6,1% de la economía global, con Estados Unidos liderando la contribución con un 38% de los 4.2 mil millones de dólares reportados. En Colombia, durante el gobierno de Iván Duque, el PIB experimentó un crecimiento del 12,19%, siendo especialmente destacable el crecimiento del 60,46% en el sector cultural y creativo, que representó el 2,3%

del PIB en 2021 y el 3,23% a mediados de 2022. A nivel internacional, la Unesco enfatiza la importancia de estrategias innovadoras para fortalecer la economía cultural y creativa, mientras que Terry Flew (2012) destaca la necesidad de una gestión efectiva de los recursos culturales y creativos. Además, Baker & Hesmondhalgh (2010) resaltan la importancia de la planificación estratégica y la gestión de la innovación en este sector. Sin embargo, a nivel educativo, persisten brechas significativas en la oferta de programas especializados en administración de empresas culturales y creativas en Colombia, lo que plantea la necesidad de ampliar la formación en este campo para satisfacer las crecientes demandas de la industria.

Un notable panorama de lo anterior es el estado de la formación en el área de conocimiento del programa en los ámbitos internacional, nacional y local, como se describe a continuación:

A nivel internacional, diferentes países como Australia, Reino Unido, Alemania y Países Bajos han estado fortaleciendo su oferta académica en el campo de las economías culturales y creativas para promover y gestionar eficazmente a los diversos actores involucrados en este sector en constante crecimiento. La expansión y evolución de las economías culturales y creativas en todo el mundo ha generado una creciente demanda de profesionales capacitados en su gestión, lo que ha llevado a la creación de programas de pregrado y posgrado en universidades con altos estándares de calidad. Este enfoque en la educación en “management” cultural y creativo a nivel internacional proporciona valiosa información sobre las tendencias actuales, las metodologías educativas y los enfoques pedagógicos utilizados en diferentes programas, lo que, a su vez, impulsa a mejorar y adaptar programas educativos para satisfacer las necesidades cambiantes de las nuevas generaciones.

El QS World University Rankings 2022-2023 ha compilado datos relevantes sobre la oferta internacional en este campo, considerando la internacionalización de las instituciones, la reputación académica, la calidad de la enseñanza y la relación estudiante-profesor. Universidades como The University of Newcastle Australia, Queensland University of Technology, Kingston University, University of York, Stenden University of Applied Sciences, SRH Berlin University of Applied Sciences y Breda University of Applied Sciences, han optado por una formación en promedio de 3 años, la cual se caracteriza por la formación mediante ciclos de mayores y menores. En el caso de los “mayores”, se encuentran relacionados con los conocimientos y actividades académicas que forman habilidades y destrezas para el ejercicio profesional. Se incluyen las actividades académicas indispensables para la formación y sin los cuales la titulación perdería su carácter. Por su parte en los “menores”, se profundiza en el área de su disciplina o se amplía el conocimiento en el campo de formación o en campos complementarios que atienden una necesidad o interés social, es flexible en tanto que el estudiante puede seleccionar las actividades académicas de una oferta institucional coherente con los propósitos de cada escuela o facultad.

En cuanto a la oferta nacional, Colombia ha experimentado un creciente interés en el desarrollo de programas de pregrado y posgrado en el campo cultural y creativo. Como resultado, algunas de las instituciones de educación superior del país han creado programas académicos que ofrecen una formación rigurosa y actualizada en temas relacionados con la gestión de las industrias culturales y creativas.

La tendencia de los programas en Colombia, pertenecientes a los diferentes niveles de formación durante los años 2017 al 2021, ofertados de manera presencial, han sido de crecimiento para el caso del pregrado universitario y tecnológico, en cuanto al nivel de formación técnico profesional se ha mantenido en número de programas ofertados.

A nivel regional, se carece de programas técnicos, tecnológicos y de pregrado profesional. Sin embargo, las principales ciudades y municipios en tener oferta de programas enfocados a la cultura y la creatividad son: Bogotá, Cali, Manizales y Envigado con un promedio de 70 créditos para las carreras técnicas profesionales, 105 créditos en promedio para el nivel tecnológico y 140 créditos para el nivel profesional. A su vez, 41

programas optan por la modalidad presencial, mientras que 7 programas se encuentran operando en modalidad a distancia. Para el periodo comprendido entre los años 2017 al 2021, la matrícula por niveles de formación en programas no articulados mediante ciclos propedéuticos ha tenido para el nivel técnico un promedio de 25 estudiantes, para el nivel tecnológico 23 estudiantes y para el nivel profesional 63 estudiantes, cabe resaltar que los programas son de reciente creación ya que no superan los 10 años de obtención de su registro calificado.

Con la finalidad de explorar las necesidades propias de la región, se realizó una investigación de mercados con el fin de caracterizar los diferentes grupos de interés del programa y sus expectativas, las cuales arrojaron las siguientes conclusiones:

- Encuesta a estudiantes de undécimo grado: en total se realizaron 405 encuestas a estudiantes de bachillerato. El 78,5% de los estudiantes encuestados provienen de colegios públicos y el 21,5% de colegios privados. Con respecto a su género, el 66,9% son mujeres, el 31,6% hombres y el 1,5% se identifica como “otros”. La edad promedio de los participantes fue de 16 años. El 69,4% quiere estudiar una carrera profesional. El 41,7% de los estudiantes se entera de las universidades por medio de su familia, mientras que el 24% lo realiza mediante páginas web. El 74% de los estudiantes prefieren la modalidad de estudio presencial, mientras que el 16% prefiere estudiar bajo modalidad dual \*(a las personas encuestadas se les informó acerca de las diferencias entre modalidades). Al 73% de encuestados les interesa conocer más sobre las industrias culturales y creativas y al 66,4% le gustaría aprender sobre cómo gestionarlas \*(a las personas encuestadas se les hizo un breve contexto como referencia a las economías culturales y creativas). El 71% de los estudiantes encuestados menciona que la gestión de industrias culturales y creativas puede ser una carrera rentable y al 56,3% (228 personas) les gustaría matricularse. Las líneas de profundización más seleccionadas son Diseño, Artes Visuales y Escénicas, Turismo y Patrimonio Cultural, nuevos medios en el orden presentado. En cuanto a la ruta de formación, el 35,1% de los encuestados prefieren el ciclo propedéutico, mientras que el 22,4% indica al técnico profesional como su elección y el 20,2% selecciona el nivel profesional \*(a las personas encuestadas se dio claridad sobre las rutas de formación). De los encuestados que eligieron la opción de matricularse en el programa, es decir, 228 personas, el 84,2% recibiría apoyo de su familia. De la población total, el 72,1% manifiesta no conocer la sede de Floridablanca.
- Encuesta a empresarios y colaboradores relacionados con el sector de economías culturales y creativas: en total, se realizaron 145 encuestas a personas relacionadas con las economías culturales y creativas. Los encuestados pertenecen a diferentes áreas como: Publicidad, Audiovisual, Artes escénicas, Danza, Música, Artes escénicas y espectáculo, Diseño, Producción Audiovisual, Teatro, Artes, Artes plásticas, Cinematografía, Diseño Gráfico, Diseño, publicidad y contenido multimedia, Educación, Entretenimiento, Fotografía, Literatura, Agencia de comunicación, Agencia de Viajes y Turismo con especialidad en Turismo Cultural, Animación 3D y VFX, Arte, diseño, Artes escénicas entre otras. El 74% de las personas encuestadas ha permanecido en el sector por más de 7 años, el 12% entre 5 y 6 años al igual que la permanencia de 1 a 3 años. El 59% es empresario y la empresa se encuentra legalmente constituida, el 21% se encuentra empleado en el sector y el 10% se reporta como independiente. El 60% han recibido formación en temas de gestión o administración y el 92% ha sentido la necesidad de recibir este tipo de formación. El 52%, es decir 75 personas tienen personal no superior a 10 trabajadores. La principal preocupación de los encuestados son los aspectos financieros, de rentabilidad y acceso a recursos, seguido por aspectos legales y de marketing y publicidad. El 88% de las personas realizan por su cuenta la gestión de su empresa o emprendimiento. Expresan que las áreas donde requieren apoyo son: asesoría legal, audiovisuales, Contabilidad, administrativo, Diseño gráfico, divulgación, dirección, Formación para el trabajo, gestión de proyectos y recursos, Informes, divulgación en redes sociales, diseño de logos o afiches y logística, asesoría legal, Legales y administrativas, El apoyo es de tipo contable, legal y artístico, legal, parte audiovisual y producción. El 93% contrataría a un profesional que se encargue de lo

administrativo y de gestión. Las ventajas competitivas que tendría una empresa si contara con un profesional en esta área son: El relacionamiento - Las industrias creativas se nutren principalmente de artistas formados en la creación y la expresión por lo cual la gestión, marketing, financiación y comercialización de sus productos es algo que llega tarde y se aprende de manera diversa con el correr del oficio, lo cual no es ideal - Conocimiento legal, conocimiento administrativo y recursos - Tener la capacidad de mejorar el rendimiento y gestión de una empresa -mejor producción - Optimización de los recursos, inversión, ingresos, utilidad- Mayores ingresos - Menor riesgo al fracaso, entre otras. El 90,4% de los encuestados está de acuerdo con la importancia de un programa de pregrado para las industrias creativas y culturales, lo anterior alineado con 91,8% que indica que el programa contribuiría con la profesionalización del sector. El 87% de los encuestados indican que un profesional en esta área los ayudaría a consolidar su empresa o emprendimiento. En cuanto al público al cual debería estar dirigido el programa, la respuesta fue que a personas que ya se encuentran trabajando en el sector 58%, 27% a personas que quieran iniciar una carrera (están finalizando secundaria) y 23% a ambos, no debe ser excluyente, lo que refuerza el ciclo propedéutico. Sobre las modalidades de formación, el 30,8% eligió la combinación de modalidades, un 24% selecciono la modalidad dual, y el 16,4% opto por la modalidad presencial \*(a las personas encuestadas se les informo acerca de las diferencias entre modalidades). En cuanto a los niveles de formación, el 20,5% selecciono la especialización universitaria, 14,4% se inclinan por el técnico profesional, 13% mencionan el ciclo propedéutico como la mejor ruta, el 12,3% prefiere el pregrado profesional \*(a las personas encuestadas se dio claridad sobre las rutas de formación). Para el énfasis del programa, resaltaron en primer lugar a las artes visuales y escénicas, en segundo lugar, a nuevos medios y en tercer lugar a turismo y patrimonio. Por último, el 54% indico que el nombre de la carrera profesional debe ser Gestor de industrias culturales y creativas, mientras que para el 46% debe ser Administrador de industrias culturales y creativas.

En cuanto a la empleabilidad de los futuros profesionales, es esencial considerar el contexto internacional y nacional en cuanto a las contribuciones económicas de las economías culturales y creativas. Según un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2023), este sector representa aproximadamente el 3,1% de la economía mundial, subrayando la importancia de los datos para la toma de decisiones estratégicas en este ámbito. En Colombia, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) ha proporcionado datos relevantes sobre el empleo generado por el sector cultural y creativo a través del Sistema de Consulta de Información de Economía Naranja (SIENA), donde encuentra que para el año 2015, 265.526 personas eran asalariados y 259.185 personas trabajaban de manera independiente, y para el año 2021 a pesar de la pandemia, las personas asalariadas ascendieron a 305.817, mientras que 295.101 estuvieron registradas como independientes. El promedio de salario para los años 2014 al 2020 obtenidos del observatorio laboral para la educación OLE del Ministerio de Educación Nacional indica que la remuneración para el nivel técnico y tecnológico se encuentra en 1 y 1,5 salarios mínimos legales vigentes en promedio e cada uno de los años. Para el nivel profesional este promedio fue de 3,08 SMMLV. Para lo anterior se debe tener en cuenta que los programas son de reciente creación y la administración y gestión enfocada a la cultura y la creatividad ha sido un tema de discusión y clasificación reciente por la dinámica y relevancia que el sector está presentando en los últimos años.

Derivado del análisis anterior, fueron declarados los rasgos distintivos, los cuales identifican y diferencian la oferta académica del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulados mediante ciclos propedéuticos de la Universidad Industrial de Santander:

- La propuesta curricular del programa refleja las tendencias en el área de la administración y gestión de las economías culturales y creativas, así como sus líneas de actuación en diseño, las artes visuales y escénicas, el turismo y patrimonio cultural y nuevos medios adaptados al nivel de formación propuesto, por medio de ciclos propedéuticos así:



- Técnico profesional en proyectos culturales y creativos
- Tecnólogo en gestión cultural y creativa
- Administrador de empresas culturales y creativas

- El diseño del programa por medio de ciclos propedéuticos permite que el estudiante avance gradualmente en su proceso formativo. El Ministerio de Educación Nacional, propone tres etapas que deben tenerse en cuenta para la organización de los ciclos propedéuticos, estas son: que tenga flexibilidad, que sean secuenciales y finalmente, complementarias. Lo anterior obedece a los lineamientos propuestos por la Universidad bajo el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 (UIS, 2022), y en cuanto a la orientación para la creación de nuevos programas académicos y el Ministerio de Educación Nacional con la Ley 1188 de 2008, que regula el registro calificado de programas de Educación Superior y amplía la posibilidad de formación por ciclos a todas las áreas del conocimiento.

- Debido a que el diseño curricular está orientado a resultados de aprendizaje y basado en competencias, el programa cuenta con metas formativas claras expresadas en el perfil de egreso en los diferentes niveles de formación. El diseño curricular entonces, incorpora deliberadamente perspectivas interdisciplinarias y articula la teoría con la práctica mediante el desarrollo de tres núcleos problémicos ligados a las necesidades que se identifiquen al interior de la universidad, como fuera de ella, con la intención de acercar a los estudiantes al ejercicio de su profesión. El primer núcleo se desarrolla en el nivel técnico, en el nivel tecnológico se cuenta con un núcleo y finalmente en el nivel profesional se lleva a cabo el último núcleo. Cabe destacar, que estos núcleos se desarrollan bajo el aprendizaje basado en proyectos y aprendizaje experiencial en las áreas administrativas de la Universidad como la Dirección de Comunicación, la Dirección Cultural y la División de Publicaciones, en escenarios tales como Emisoras UIS en AM y FM, Periódico Institucional Hechos UIS, Periódico Investigativo Cátedra Libre, Programa Hechos UIS T.V. , el Auditorio Luis A. Calvo y los grupos culturales institucionales y Ediciones UIS, así como en los convenios empresariales con organizaciones del sector.

- Integra tecnologías relevantes y herramientas digitales para mejorar el proceso formativo de los estudiantes preparándolos para las demandas de la modernidad tanto en el lugar de trabajo o en la creación de su propia empresa.

- Los estudiantes pueden adaptar su proceso formativo de acuerdo con sus intereses, porque el programa ofrece rutas flexibles en el componente electivo.

- El programa en sus diferentes niveles de formación reconoce las necesidades de su entorno y busca que los estudiantes identifiquen, apliquen y formulen, proyectos en el ámbito cultural y creativo en pro de la mejora del sector, buscando emprender iniciativas organizacionales y sectoriales sostenibles.

- El programa fomenta el desarrollo de competencias de investigación en áreas específicas de interés del estudiante, con el fin de formular preguntas relevantes, recopilar y analizar información que le permita contribuir al avance del conocimiento en su campo de estudio.

- El modelo pedagógico centrado en el estudiante y con un fuerte apoyo de las TIC, redefine el rol del estudiante y del docente, convierte al primero en el actor principal de su proceso de formación, y al docente en un asesor y orientador de dicho proceso, además se obtiene flexibilidad y mayor armonización con los ritmos y condiciones del aprendizaje de los estudiantes.

- El programa cuenta con un sistema de evaluación del aprendizaje que monitorea el avance de los estudiantes respecto de los niveles de dominio esperado tanto a nivel de metas formativas en cuanto al desarrollo competencial, así como metas de apropiación conceptual, que son conocidas por los estudiantes con anticipación y propician la mejora continua nivel curricular, así como la incorporación de un sistema de evaluación permanente del programa; sus perfiles de formación y metodologías que le permite mantenerse actualizado y pertinente a las necesidades reales de la región, el país y el mundo.

- El componente formativo hace competente al profesional para el tratamiento de datos en la toma de decisiones y lo capacita como interlocutor en el sector se desempeña. Para ello se incorpora la analítica de datos de manera transversal, que comprende técnicas que permiten identificar patrones significativos en conjuntos de datos, las cuales facilitan su comprensión y uso como insumo para la toma de decisiones. Se destaca particularmente por el aporte que permite además de describir y comprender, extrapolar comportamientos y tendencias.

El programa se encuentra articulado con el proyecto educativo institucional, el modelo pedagógico, así como las diferentes políticas institucionales así: Acorde con el Modelo Pedagógico de la Universidad, Acuerdo Consejo Académico N.º 233 de 2021 (UIS, 2021), la Universidad cuenta con un modelo de aprendizaje innovador que tiene como eje central al estudiante, propendiendo por su formación integral. Así mismo, contiene una interpretación amplia y transversal de la cultura y la creatividad, considerándolas elementos esenciales para el desarrollo humano, social y económico de la sociedad. La creatividad entonces, entendida como procesos innovadores que involucran a los docentes y estudiantes en el claustro universitario, fortaleciendo con esto los demás ejes que conforman la formación para la innovación. Atendiendo a lo dispuesto entonces en el modelo pedagógico, la estructura curricular que se desarrollara mediante tres niveles de formación situando al estudiante en el centro del proceso mismo, para lo cual el programa se acoge a lo establecido a nivel macro curricular favoreciendo la integralidad tanto en el aula de clase como fuera de ella, brindando la posibilidad al estudiante de realizar diferentes actividades donde desarrollar sus habilidades.

En lo concerniente al ámbito meso curricular, el programa despliega los perfiles de egreso que dependen directamente de cada nivel de formación y se desagregan en resultados de aprendizaje definidos, que a su vez cuentan con competencias a nivel macro (específicas, genéricas y ciudadanas) y micro (cognitivas, procedimentales y actitudinales) que, mediante indicadores propuestos, evalúan el proceso formativo del estudiante para generar mejoras permanentes con el equipo profesional y orientar de una mejor manera al estudiante desde su ingreso al programa, pasando por el desarrollo del mismo hasta la culminación de su proceso formativo y finalmente como graduado.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Institucional 2019-2030 (Acuerdo Consejo Superior N° 047 de 2019), la universidad está comprometida con programas estratégicos que involucran el modelo pedagógico, la calidad y pertinencia de los programas, el desarrollo profesoral y acciones estratégicas que despliegan líneas que orientan el actuar institucional. Es allí, donde se gesta la importancia de las nuevas propuestas curriculares que lleven al cumplimiento de un perfil profesional definido para las necesidades encontradas, a partir de análisis de pertinencia y viabilidad, siendo coherentes con la investigación del entorno, el cual hace el llamado a la importancia de un profesional encargado de la administración y gestión de las economías culturales y creativas como parte esencial de la economía del país en la actualidad.

Teniendo en cuenta la Política de Culturas de la Universidad Industrial de Santander, Acuerdo No. 017 de 2021, en el capítulo II, del título II, el cuál comprende la dimensión de investigación y extensión, mediante esta primera dimensión, se menciona la promoción y divulgación de cuestiones culturales y artísticas en pro de la generación de diseños curriculares como el que se propone en el presente documento.

De acuerdo con el Proyecto Educativo Institucional (UIS, 2018), Acuerdo del Consejo Superior No. 26 de 2018, el Programa Administración de Empresas Culturales y Creativas, articulado por ciclos propedéuticos con los programas Técnico profesional en proyectos culturales y creativos y Tecnología en Gestión Cultural y Creativa, en el marco de los enfoques estratégicos, se encuentra articulado de la siguiente forma:

El programa se compromete a brindar una formación integral a los estudiantes, en los diferentes niveles de formación propuestos, mediante el desarrollo de competencias transversales como el pensamiento crítico, la

creatividad, el trabajo en equipo y la responsabilidad social. Además, se promueve una innovación pedagógica que va más allá de la enseñanza tradicional en el aula de clase, incorporando metodologías activas, proyectos colaborativos por medio de núcleos problémicos, uso de tecnologías digitales y vinculación con el entorno real. De esta manera, se busca preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos cambiantes en su entorno, fomentando su capacidad de adaptación, liderazgo y emprendimiento.

El programa reconoce la importancia de generar conocimiento y promover la innovación en el campo de las empresas culturales y creativas, por ende, se encuentra comprometido a fomentarlo por medio de la formulación de proyectos y actividades académicas que integren estas competencias tanto al interior del programa como en colaboración con el sector empresarial.

En la búsqueda constante de la cultura de la excelencia académica el programa se propone la formación mediante niveles, iniciando desde el técnico, pasando por el nivel tecnológico y finalizando con el nivel profesional, buscando el aporte desde cada perfil a las problemáticas que enfrenta el sector cultural y creativo en la región y en el país.

El programa reconoce la importancia de generar espacios de encuentro, diálogo y colaboración que permitan generar un sentido de pertenencia y compromiso con la comunidad, promoviendo, valorando y respetando la diversidad cultural, fomentando la interacción y el intercambio de ideas de manera respetuosa, en la búsqueda constante de la cohesión social y construcción de comunidad tanto dentro del currículo como fuera de él.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por ciclos propedéuticos, desde su concepción, ha contado con la participación de un equipo interdisciplinario de la universidad conformado por profesores y grupos de investigación de economía, ingeniería industrial, licenciatura en música, artes plásticas, diseño industrial y gestión empresarial, generando aportes desde diferentes disciplinas, permitiendo la integralidad en las soluciones a problemáticas del sector de orden regional y nacional.

El programa reconoce la diversidad cultural y territorial, valorando el aporte de las comunidades locales en la construcción de alternativas sostenibles en el sector cultural y creativo. Se busca fortalecer la interacción entre la academia y la sociedad, promoviendo la transferencia de conocimiento y la co-creación de soluciones que respondan a las necesidades propias del sector, beneficiando a su colectivo.

La articulación entre el Proyecto Institucional de la UIS y el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas fortalece la calidad y pertinencia de la formación, contribuyendo al desarrollo de profesionales altamente competentes y comprometidos con la transformación y dinamización del sector en el que se desarrollan.

Enmarcado en la Política de Investigación de la Universidad Industrial de Santander, Acuerdo No. 046 de 2020, la cual toma en el contexto nacional, a la misión internacional de sabios 2019, y las propuestas realizadas en el foco dedicado a las industrias culturales y creativas, (Misión de Sabios, 2019), se hace un análisis de las brechas y la necesidad de especialización en el sector cultural, donde se evidencia la distancia entre la oferta de la educación superior y las necesidades del sector cultural, lo cual origina anomalías en el sistema. En un estudio realizado por el British Council y Lado B en el año 2016, se hace evidente la falta de habilidades de gestión en este sector en las áreas de finanzas y negocios, marketing, desarrollo de audiencias, diseño e implementación, políticas públicas y cooperación. Se resalta con particularidad que no existen personas capacitadas para trabajar en los procesos técnicos necesarios para la producción y distribución de contenido cultural de cada una de las líneas de trabajo provenientes de este sector. También se hace hincapié

en el requerimiento de estos espacios de formación, ya que la oferta internacional que es atraída por Colombia está en constante aumento.

Esa brecha que se mencionaba al comienzo puede ser tratada mediante la formulación de programas que aborden competencias administrativas, de gestión y empresariales y se conjuguen con las diferentes líneas de la industria cultural y creativa formando profesionales integrales en este campo. Según lo anterior, la Política de investigación UIS establecida en el Acuerdo del Consejo Superior N.º 046 de 2020 se presenta como un marco relevante para el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por ciclos propedéuticos. Esta política brinda lineamientos y directrices que impulsan la generación de conocimiento, la innovación y la extensión, lo cual atiende a los objetivos específicos planteados por el acuerdo, que orientan al programa al impulsar las labores misionales enfocándolas al sector de las economías culturales y creativas. En este sentido, se propende por la formulación de proyectos y la producción de conocimiento en este campo específico, no solo al interior de las actividades académicas, sino también en el relacionamiento con el sector mediante convenios para el desarrollo de proyectos conjuntos y articulados con las necesidades del entorno.

La Universidad normaliza las actividades de extensión mediante de las políticas de extensión, establecidas mediante el Acuerdo de Consejo Superior No 006 de 2005, que procuran asegurar la participación de la universidad en los procesos de cambio del entorno social, que conlleven a la mejora de la calidad de vida de la comunidad. Esta actividad se basa en criterios de calidad y excelencia académica, por lo que se determina que las unidades académicas y administrativas ofrezcan servicios, programas y proyectos en aquellas áreas en las que tengan reconocidas fortalezas. Por lo tanto, el programa se encuentra abierto a participar con agentes del sector en la organización de talleres, seminarios y conferencias, donde se aborden temas relevantes relacionados con la gestión cultural y creativa alineado con las necesidades propias de los artistas. Estas actividades permiten difundir conocimientos y experiencias, y promover el diálogo y la reflexión en torno a los desafíos y oportunidades del sector. Asimismo, se pretende que el programa establezca alianzas estratégicas con organizaciones culturales y creativas, entidades gubernamentales y otros actores relevantes que permitan el intercambio de conocimiento y sean partícipes de la formación de los estudiantes.

Según la Política de Equidad de Género, aprobada mediante Acuerdo del Consejo Superior No. 022 de 2018, la Universidad Industrial de Santander promueve la igualdad de oportunidades y el respeto a los derechos de todas las personas, sin importar su género, el programa se adhiere y promueve los principios de esta. En su desarrollo académico y en sus actividades, se busca garantizar la igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de su género. Se fomenta la reflexión y el análisis crítico de las inequidades de género, y se promueve la implementación de acciones para eliminar barreras y estereotipos.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, se beneficia de la política TIC de la UIS (Universidad Industrial de Santander, 2009), ya que permite el acceso a recursos digitales, plataformas de aprendizaje en línea, herramientas de colaboración y comunicación, entre otros. Estas tecnologías facilitan el desarrollo de competencias digitales, la investigación, la gestión de información y la comunicación efectiva.

En el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, atiende a la política de educación inclusiva de la Universidad (Universidad Industrial de Santander, 2019), se refleja en la atención a la diversidad de los estudiantes, proporciona apoyo psicopedagógico y orientación mediante horas de consulta, para asegurar que todos los estudiantes puedan participar activamente en el proceso de aprendizaje y alcanzar su máximo potencial. Así mismo, desde el área de bienestar estudiantil en articulación con el programa, se pretende contribuir al desarrollo integral y a la mejora de la calidad de vida de los estudiantes mediante los programas y servicios con los que se cuenta.

Con esta premisa y de acuerdo con el Plan de Desarrollo Institucional 2019-2030 (Acuerdo Consejo Superior N° 047 de 2019), la Universidad está comprometida con programas estratégicos que involucran el modelo pedagógico, la calidad y pertinencia de los programas, el desarrollo profesoral y acciones estratégicas que despliegan líneas que orientan el actuar institucional.

El programa entonces es coherente a lo indicado en el decreto 1330 de 2019 con respecto al lineamiento sobre los ciclos propedéuticos sección 7, artículo 2.5.3.2.7.1, que establece que se debe propender por preparar a las personas para dar continuidad a su formación en educación superior y se espera que los programas tengan características tales como flexibilidad, secuencialidad y que sean complementarios. Cada uno de los programas que conformen el proceso de formación deben conducir a un título que lo habilite para su desempeño laboral, según lo definido en la ley 749 de 2002 "Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades de formación técnica profesional y tecnológica, y se dictan otras disposiciones". La institución entonces debe garantizar un perfil pertinente para cada una de las titulaciones, lo cual permitirá que el egresado se inserte con eficacia al mercado laboral y que tenga la posibilidad de continuar con su formación en los siguientes niveles si bien lo requiere como se desarrolla en el presente documento.

En este sentido, la Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos contribuye al desarrollo económico y social de la región y del país en su conjunto. Estos profesionales impulsarán la creación y el crecimiento de las organizaciones culturales y creativas, generarán empleo, promoverán la innovación y contribuirán al fortalecimiento de la identidad cultural y el patrimonio.

Con el fin de profundizar en estos aspectos, se puede remitir al Anexo I "Estudio de viabilidad y pertinencia del programa".

## **5.2 OBJETO DE ESTUDIO DEL PROGRAMA**

El objeto de estudio del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas son los modelos de gestión administrativa aplicables a organizaciones públicas y privadas del sector cultural y creativo, orientados a la administración eficiente de los recursos en las áreas de formulación y evaluación de proyectos, gestión humana, formación y desarrollo de audiencias, distribución y circulación de los productos y servicios creativos, la innovación tecnológica y del conocimiento, y la propiedad intelectual desde enfoques sectoriales como la herencia cultural, la creatividad, y los medios y creaciones funcionales para la generación de valor expresivo en el entorno.

## **5.3 CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA Y EPISTEMOLÓGICA DEL PROGRAMA**

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se fundamenta en una serie de enfoques teóricos y conceptos clave que proporcionan la base para comprender y abordar los desafíos específicos de este sector.

El fundamento del conocimiento del programa de Administración es asumida desde la posición de Toulmin, quien postula la Ecología Intelectual al afirmar que los conocimientos se organizan como poblaciones que evolucionan de manera semejante a las especies, concibiéndolo entonces como una construcción social donde existen muchas formas de aprender y de enseñar, y en donde confluyen lo que los profesores consideran como conocimiento deseable y los estudiantes perciben como interesante, generando una interacción activa entre los significados que cada uno posee y las informaciones nuevas, usando como elemento de expresión para dicha confluencia los núcleos problemáticos, articuladores de saberes de diversas disciplinas con la participación de varios docentes, alrededor de intereses prácticos y coyunturales (Meleán et al., 2009)

Dentro de la multiplicidad de tipos de conocimientos, el programa se basa en el conocimiento científico, que se caracteriza por la sistematicidad, porque forma una estructura compleja de definiciones y procedimientos

precisos, articulados en una red en la que cada elemento tiene sentido. Es racional, lo que significa que se rige por las reglas de la razón, no por su capacidad para probar o refutar algo; Es objetivo porque siempre se refiere a objetos o procesos observados, no a juicios, y al mismo tiempo es social en que su validación es intersubjetiva; Es preciso en que utiliza vocabulario y gramática que no admiten ambigüedad; Es crítico porque busca constantemente dónde ocurren los errores o dónde fallan sus teorías; y es histórico en el sentido de que sus procedimientos, conceptos y teorías fueron construidos por comunidades científicas en evolución y, por lo tanto, son válidos sólo en ciertos momentos y lugares.

Abordando la disciplina, en los últimos años la relación entre cultura, creatividad y desarrollo ha venido cobrando relevancia y fortaleciéndose globalmente. La administración y gestión de la cultura y la creatividad se ha profesionalizado, reconociendo la necesidad de habilidades específicas para administrar proyectos y organizaciones en este ámbito. Las dinámicas cambiantes de la sociedad han evolucionado para iniciar la inclusión de políticas culturales alrededor del mundo y con ello profesionales que se encarguen del direccionamiento de estas. Cabe anotar las diferencias entre la administración y la gestión; según López Solís et al., (2019), el concepto de la administración hace referencia la función de la organización y dirección de recursos, mientras que la gestión está unida a los esfuerzos coordinados para llevar a cabo los proyectos donde los recursos serán empleados.

Profundizando en el concepto de la administración y el proceso administrativo, este se ha desarrollado desde los diferentes autores como: Fayol, Urwick, Gulick, Koontz y O'Donnell, Newman y Dale, quienes le han dado forma hasta llegar a lo que hoy es la planeación, organización, dirección y control. En su libro *Introducción a la teoría general de la administración: Una visión integral de la moderna administración de las organizaciones*, Chiavenato (2019) define a la administración como “la actividad que consiste en orientar, dirigir y controlar las actividades de un grupo de individuos u organizaciones para definir un objetivo común”.

Teniendo en cuenta lo anterior, Montoya Hernández (2017) plantea que el término “administrador cultural” nace de la necesidad de dar un “enfoque de mercado a la cultura”, así mismo resalta que en algunos países este profesional es cada vez más reconocido que en otros, y esto se debe a la profesionalización de personas en esta área, debido a la creciente incidencia de las artes, la cultura y las empresas creativas en el producto interno bruto y su impacto incremental en la economía de este sector.

Al ser la administración una ciencia que integra enfoques de manera interdisciplinar (López Solís et al., 2019), como la contabilidad, la psicología, el derecho, la estadística, la sociología, las matemáticas, la economía y la informática, el campo de estudio de las empresas culturales y creativas se verá beneficiado en gran medida por un profesional orientado no solo a suplir las funciones administrativas básicas, sino a nutrir su quehacer desde estos enfoques, en búsqueda de la generación de valor tangible e intangible.

Ahora bien, la economía cultural y creativa se enfrenta a retos y grandes oportunidades. Un ejemplo es el marketing cultural, pues se ha vuelto más sofisticado y enfocado a través de técnicas de investigación de mercado y segmentación de audiencias. De la misma forma, el patrimonio cultural tiene la necesidad de preservar y promover la diversidad cultural en un mundo globalizado. La innovación cultural promueve la convergencia de diferentes disciplinas y tecnologías, los estudios y la comunicación cultural exploran nuevas formas de expresión y compromiso social. El emprendimiento cultural se está consolidando como una opción de carrera viable que contribuye a la generación de nuevos proyectos y negocios.

En Colombia, La Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997) dio pie para que el Estado por medio del Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación junto con las entidades territoriales fomenten la formación del gestor y el administrador cultural para garantizar la coordinación administrativa y cultural con carácter especializado” (Congreso de Colombia, 1997) lo cual deja ver el interés por desarrollar a profesionales especializados en esta área.

Es entonces que las perspectivas futuras de las industrias creativas y culturales son prometedoras para el país (Duran Salvatierra, 2021). Es de esperar un mayor reconocimiento de su valor económico y social, lo que impulsará inversiones y políticas públicas favorables que, junto con nuevos modelos culturales fuertemente digitalizados, transformen la producción, distribución y consumo cultural (CEPAL & OEI, 2021). La creación de sinergias, interacción y colaboración entre diferentes disciplinas y sectores será clave para encontrar oportunidades crecimiento y expansión. Además, la investigación en esta área deberá profundizar en su conocimiento y aportar nuevas perspectivas innovadoras.

Desde el saber de la profesión se debe contemplar la definición del desarrollo cultural que, según Cisneros (2019), es la capacidad de “estimular el crecimiento de las posibilidades propias de la cultura, conservar, divulgar y conocer el patrimonio cultural, incentivar la real participación en el hecho cultural y propiciar la dialéctica entre lo universal, nacional y local de la cultura.” De esta misma forma, Bedoya Londoño (2021) expresa que la economía creativa se refiere a los sectores como la arquitectura, artesanías, artes visuales y escénicas, diseño, cine, música, software, televisión, radio videojuegos, entre otros, en los cuales sus bienes y servicios generan propiedad intelectual. Desde esta definición, también resalta que uno de los principales retos de la gerencia de empresas que se encuentran en este sector, es la de la planificación, una de las funciones administrativas que generarían mejoras en la presentación de proyectos para obtención de recursos y cumplir satisfactoriamente a los grupos de interés.

Con respecto a los aspectos claves a desarrollar en un programa profesional de Administración de Empresas Culturales y Creativas, autores como Richard Caves y Philip Kotler han destacado la importancia del análisis económico y de mercado en el ámbito empresarial. Estas metodologías permiten comprender los mecanismos de oferta y demanda, identificar oportunidades de mercado, segmentar audiencias y diseñar estrategias de marketing cultural efectivas potencializando aún más este sector. Son herramientas que el profesional en este campo debe utilizar, junto con artistas y creativos que tengan la necesidad de ingresar al mercado con sus productos y servicios, y que no lo han hecho por falta de experiencia y conocimiento más allá de su quehacer cotidiano.

Con base en lo anterior, se debe analizar la propuesta curricular y el rol del nuevo profesional desde el punto de vista antropológico, para lo cual se consideran tres características inherentes en un ser para ser considerado humano, referidas a lo biológico, a lo psicológico y al ámbito social.

Biológicamente, el humano, a diferencia de su homólogo mamífero más cercano, llega a este mundo incompleto y necesita tiempo para madurar. Por lo tanto, el aprendizaje es esencial para la existencia humana y se deriva de la experiencia individual y colectiva (UNESCO, 2016). Parte de este aprendizaje lo adquieren los jóvenes a través de la educación formal, que incluye programas académicos como el desarrollado en el presente documento.

Desde el ámbito psicológico, un administrador de empresas culturales y creativas tiene habilidades expresivas y simbólicas que le permiten no solo reaccionar ante la información de su entorno, sino también asignar significado a varios elementos de su universo. Posee imaginación, da sentido a los hechos, es generador de ideas lo que le da la posibilidad de generar un lenguaje claro. Se permite crear conscientemente un futuro posible, reflexionar sobre este y buscar un propósito que dé sentido a su vida y existencia. La académica entonces es una elección reflexiva, una decisión individual y colectiva para crear un futuro posible en el sector elegido.

A nivel social, el administrador de empresas culturales y creativas es el creador de la cultura como memoria colectiva, en la medida que trata de transformar y mejorar su entorno a través de la esfera física, asimismo, genera un sistema de relaciones para regular la satisfacción de las necesidades individuales y del entorno que dan sentido al ejercicio de su profesión.

Acerca del análisis de la administración de empresas culturales y creativas, resalta la visión hacia el futuro de este campo en constante evolución. Deben ser considerados factores y tendencias emergentes que, como programa, serán identificados posibles escenarios y desafíos que afectarán la gestión de estas organizaciones y del sector.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos se fundamenta en una perspectiva interdisciplinaria y holística del conocimiento. Reconoce que la gestión de estas empresas requiere la integración de diferentes disciplinas, como la economía, el diseño, la música, la gestión empresarial, la ingeniería industrial, la comunicación, entre otras.

Desde un enfoque epistemológico, se busca comprender y analizar las dinámicas y fenómenos propios de las industrias culturales y creativas desde múltiples perspectivas y en su complejidad. Se reconoce la diversidad de actores, contextos y formas de producción y consumo cultural, así como la influencia de factores socioeconómicos, políticos y culturales en su desarrollo.

Con base en lo anterior, la UNESCO (2010) en su guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas hace referencia a los sectores foco de actividad cultural y creativa, los cuales son: herencia cultural, creatividad y medios y creaciones funcionales. Estos a su vez se subdividen en:

**Herencia cultural:**

- Patrimonio natural y cultural: referente a productos derivados y servicios de museos, sitios arqueológicos, históricos, paisajes culturales.

**Creatividad y medios:**

- Artes visuales y artesanía: contienen la pintura, escultura, fotografía, artesanías.
- Libros y prensa: Concerniente a libros, periódicos, otros materiales impresos, bibliotecas, ferias de libros.
- Presentaciones artísticas y celebraciones: relativo a las artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias.
- Medios audiovisuales y creativos: corresponde a filmes y videos, radio y televisión, podcasting, mainstreaming, juegos de video y de animación.

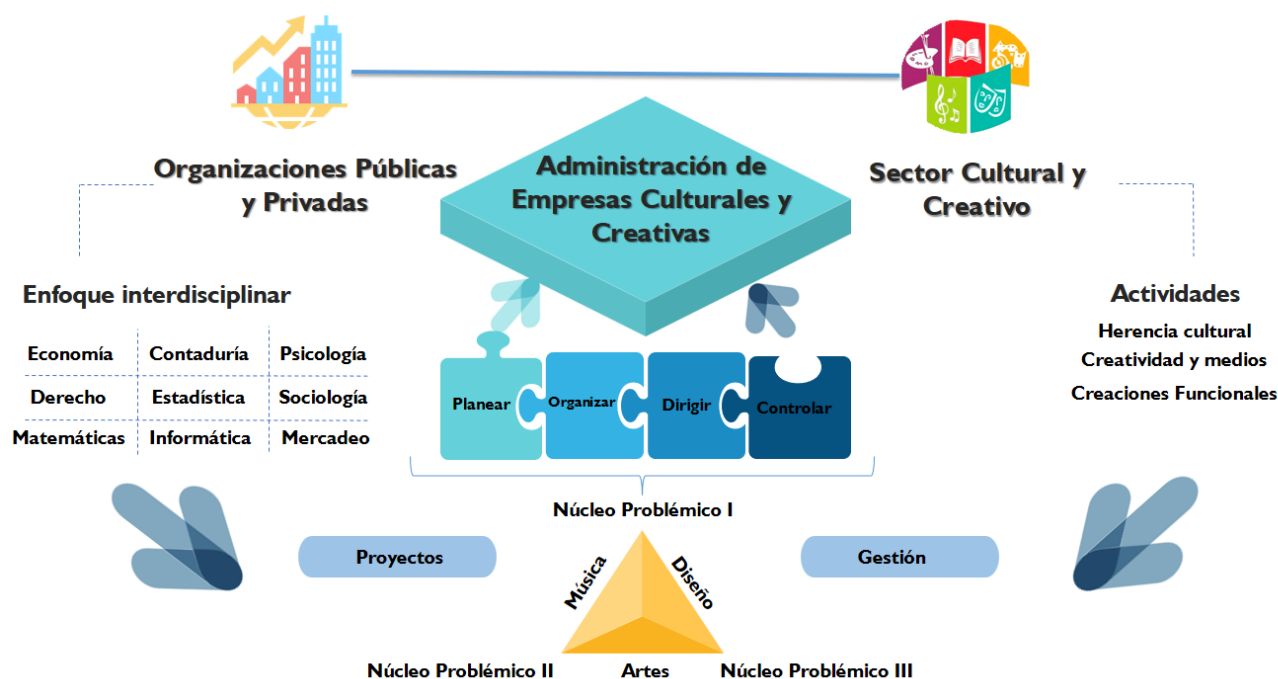
**Creaciones Funcionales:**

- Diseños y servicios creativos: integra a la moda, el diseño gráfico, el diseño interior, el paisajismo, los servicios de arquitectura y de publicidad.

En la ilustración I se aprecia la organización y la articulación de los conceptos que sustentan el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos.

**Ilustración I. Organización y articulación de los conceptos que sustentan el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos.**





*Fuente: Elaboración propia*

#### 5.4 PERFIL DE EGRESO

El graduado del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos de la Universidad Industrial de Santander es un ciudadano integral, ético, innovador, que comprende las necesidades y problemáticas culturales para proponer soluciones creativas de alcance regional, nacional o internacional. Además, posee las bases conceptuales y las competencias que le permiten continuamente aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser.

El Administrador Empresas Culturales y Creativas tiene la formación para emprender iniciativas organizacionales y sectoriales, es capaz de vincular las capacidades creativas con las audiencias y el mercado a través modelos de negocios estratégicos y con visión de sostenibilidad. Tiene las competencias para trabajar individualmente y en equipo con el fin de generar nuevo conocimiento, proponer proyectos y estrategias en su quehacer disciplinar para la articulación de actores y capacidades que apoyen el crecimiento y la consolidación de la industria regional, nacional y global.

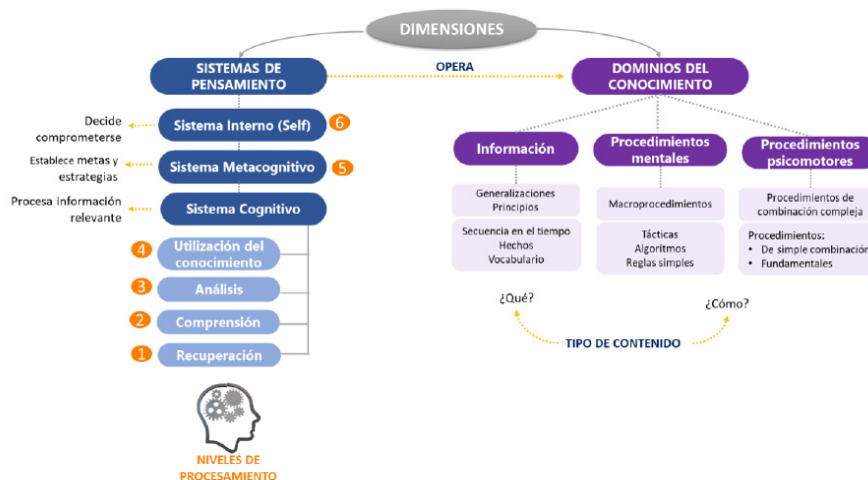
El Administrador de Empresas Culturales y Creativas es competente en la planeación, organización, dirección y control de las diferentes etapas de un proyecto en el sector cultural y creativo, asimismo, gestiona los recursos organizacionales y sectoriales de las economías creativas, culturales y de los saberes, reconociendo y valorando el patrimonio y la diversidad cultural para aportar al diseño de productos y servicios creativos y a la construcción y puesta en marcha de proyectos, planes y políticas contextualizadas a situaciones sociales. Cuenta además con la capacidad para proponer programas y políticas públicas orientadas a la gestión de las organizaciones culturales y creativas y representar la diversidad de líneas, con el fin de establecer proyectos generadores de valor en toda la cadena.

#### 5.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados de aprendizaje del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas están diseñados para proporcionar a los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios para administrar y gestionar de manera efectiva y estratégica organizaciones y proyectos en el ámbito cultural y creativo. Estos resultados de aprendizaje permitirán a los graduados enfrentar los desafíos del sector y contribuir al desarrollo y crecimiento del sector.

En línea con el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022, donde se adoptan los Referentes para la creación, reforma y modificación de programas académicos, particularmente el capítulo 3, lineamientos institucionales para la formulación de resultados de aprendizaje, competencias, niveles de dominio de competencia e indicadores de aprendizaje (Universidad Industrial de Santander, 2022), el programa se acoge a la (Taxonomía de Marzano y Kendall 2007), para el proceso de estructuración de estos elementos, la cual explica el aprendizaje humano considerando dos dimensiones: dominios de conocimiento y sistemas de pensamiento que a su vez se estructuran en seis (6) niveles de procesamiento. De esta manera, los sistemas de pensamiento permiten comprender cómo se asimila e incorpora la información. Los autores proponen tres dominios de conocimiento, que son operados por tres sistemas de pensamiento, como se aprecia en la ilustración 2.

**Ilustración 2. Representación de la Taxonomía de Marzano y Kendall**



Fuente: elaboración propia basada en el Manual uso de la Taxonomía de Robert Marzano y John Kendall, 2010.

Según el Marco de Cualificaciones del Espacio Europeo de Educación Superior (sigla en inglés EHEA), un resultado de aprendizaje es una “declaración de lo que se espera que un estudiante conozca, comprenda y/o pueda hacer al final de un período de aprendizaje” (Bologna Working Group on Qualifications Frameworks, 2005, p.29).

El Ministerio de Educación Nacional - MEN, en el Decreto 1330 de julio 25 de 2019 (p. 4), establece: “los resultados de aprendizaje son concebidos como las declaraciones expresas de lo que se espera que un estudiante conozca y demuestre en el momento de completar su programa académico”. Por lo tanto, la acepción del MEN está acorde con lo expresado por el EHEA. De acuerdo a lo ya mencionado, se declaran los Resultados de Aprendizaje del programa.

### 5.5.1 Resultados de Aprendizaje del Programa:

Al momento de terminar el programa, el Administrador de Industrias Culturales y Creativas egresado de la Universidad Industrial de Santander estará en capacidad de demostrar los siguientes resultados de aprendizaje:

RA1: Evaluar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.

RA2: Formular estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.

RA3: Proponer proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.

RA4: Formular modelos de negocio teniendo en cuenta los principios de innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas y de la cadena productiva del sector cultural y creativo.

RA5: Diseñar planes de mercadeo para las economías culturales y creativas con el fin de satisfacer las necesidades de las audiencias mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.

RA6: Gestionar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos propios de los proyectos culturales.

RA7: Apropiar nuevo conocimiento que resulte de los cambios y evolución de la disciplina administrativa y las economías culturales y creativas.

RA 8: Gestionar la integración de la tecnología y las técnicas en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos con soluciones innovadoras y de vanguardia que mejoren la viabilidad y calidad de los proyectos creativos.

## 5.6 MACRO COMPETENCIAS

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, se orienta al desarrollo en los estudiantes de un conjunto de macro competencias específicas, genéricas y ciudadanas que buscan formar profesionales altamente capacitados para la evolución y mejora continua de este sector de la economía. Estas macro competencias representan los conocimientos, habilidades y actitudes fundamentales que los estudiantes adquieren a lo largo de su formación, y están articuladas a los resultados de aprendizaje del programa, y a los Referentes Institucionales para la creación, modificación o reforma de programas académicos. Las macro competencias están diseñadas para responder a los retos y demandas actuales del sector, y se enfocan en áreas clave como la generación de conocimiento para el sector, la gestión administrativa y de proyectos, el dominio financiero y de las herramientas tecnológicas, la innovación y la calidad creativa. A través de estas macro competencias, los estudiantes desarrollarán las capacidades necesarias para enfrentar los desafíos del mercado y contribuir al desarrollo sostenible de las economías culturales y creativas. Es importante señalar que cada macro-competencia está a su vez compuesta por un conjunto de micro-competencias que dan cuenta de conocimientos, destrezas y actitudes desde la formación para el ser, el saber y el hacer, y que se distribuyen en las actividades académicas o micro-curriculum del programa.

El programa en atención al decreto 1330 de 2019 con respecto al lineamiento sobre los ciclos propedéuticos sección 7, artículo 2.5.3.2.7.1, se ha propuesto en sus diferentes niveles de formación y perfil de egreso del técnico profesional – tecnólogo y profesional universitario, desplegar los resultados de aprendizaje esperado,

macro y micro competencias de manera secuencial y complementaria. Es así, como se describe la progresión para el caso de las macro competencias en la tabla 3:

**Tabla 3. Macro Competencias Específicas por Niveles de Formación**

Macro Competencias Nivel Técnico	Macro Competencias Nivel Tecnológico	Macro Competencias Nivel Profesional
Competencias Específicas	Competencias Específicas	Competencias Específicas
tMCE1: Describe el entorno de las economías culturales y creativas y los factores relevantes que influyen en la sostenibilidad de las organizaciones del sector, así como la importancia en las decisiones estratégicas.	TMCE1: Analiza de manera sistemática las situaciones organizacionales y del entorno de las economías culturales y creativas, así como las tendencias y oportunidades relevantes para la construcción de marcos teóricos y herramientas de análisis estratégico, incluyendo el concepto de sostenibilidad económica, social y cultural en las decisiones de corto, mediano y largo plazo.	PMCE1: Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio.
tMCE2: Reconoce la importancia del patrimonio tangible e intangible en las economías culturales y creativas.	TMCE2: Analiza estrategias de preservación y promoción del patrimonio cultural considerando el impacto social y cultural de la valoración y preservación.	
tMCE3: Comprende los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización y su relación con las audiencias, junto con sus necesidades y preferencias, participando en la concepción y desarrollo de productos artísticos que generen impacto y conexión con las audiencias.	TMCE3: Articula los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, considerando la innovación y la creatividad mediante estrategias que involucren la segmentación de mercado, la creación de propuestas de valor diferenciadas y la implementación de estrategias de comunicación y promoción.	PMCE3: Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad competitiva del sector.
tMCE4: Reconoce el contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global y su impacto en el sector cultural y creativo.	TMCE4: Analiza de manera crítica el entorno político, económico, legal y social, para generar oportunidades en el sector cultural y creativo.	

Macro Competencias Nivel Técnico	Macro Competencias Nivel Tecnológico	Macro Competencias Nivel Profesional
<p>tMCE5: Identifica los conceptos, técnicas y criterios básicos sobre proyectos, programas y planes en el sector cultural y creativo, así como las capacidades económico-financiera e intereses de diversos actores relevantes y las oportunidades de colaboración en el sector cultural y creativo.</p>	<p>TMCE5: Aplica metodologías y herramientas de planeación y evaluación de proyectos para asegurar la viabilidad y el impacto de las propuestas, así como la cooperación y el trabajo en red</p>	<p>PMCE5: Propone proyectos, programas y políticas que involucran a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinares, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas.</p>
<p>tMCE6: Interpreta la importancia de las políticas junto con los fundamentos y objetivos de las mismas, en el sector cultural y creativo a nivel regional y nacional.</p>	<p>TMCE6: Analiza propuestas de políticas culturales y creativas que promuevan el desarrollo sostenible y la posición competitiva de la industria a nivel regional y nacional.</p>	
	<p>TMCE7: Coordina los equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.</p>	<p>PMCE7: Propone alternativas para la gestión de los recursos, la coordinación de equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.</p>
<p>tMCE8: Emplea la contabilidad, los informes financieros y los sistemas de información de costos y presupuestos para la toma de decisiones de los usuarios de la información financiera y no financiera en el corto, mediano y largo plazo.</p>	<p>TMCE8: Analiza la información financiera y contable necesarios para el diagnóstico, planeación y control de los distintos entes económicos que permitan tomar decisiones de inversión, financiación y planificación en el corto, mediano y largo plazo.</p>	<p>PMCE8: Diseña estrategias financieras y administrativas para la optimización de los recursos disponibles utilizando sistemas de control y seguimiento para evaluar el desempeño y la eficiencia de los recursos administrativos y económicos.</p>
	<p>TMCE9: Analiza los procesos y requerimientos tecnológicos y técnicos básicos involucrados en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos.</p>	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 4, se presentan las macro competencias Genéricas y Ciudadanas del programa:

**Tabla 4. Macro Competencias Genéricas y Ciudadanas**

Macro Competencias Genéricas y Ciudadanas
<p style="text-align: center;"><b>MGC1: Cultura ciudadana y comprensión del mundo</b></p> <p>Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.</p>
<p style="text-align: center;"><b>MGC2: Razonamiento cuantitativo</b></p> <p>Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.</p>
<p style="text-align: center;"><b>MGC3: Competencias comunicativas</b></p> <p>Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.</p>
<p style="text-align: center;"><b>MGC4: Manejo de la información</b></p> <p>Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla.</p>
<p style="text-align: center;"><b>MGC5: Aprendizaje autónomo</b></p> <p>Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo</p>
<p style="text-align: center;"><b>MGC6: Comunicación en inglés</b></p> <p>Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina</p>
<p style="text-align: center;"><b>MGC7: Trabajo en Equipo</b></p> <p>Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial</p>

Fuente: Universidad Industrial de Santander

Las macro competencias del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos se encuentran estrechamente vinculadas con los resultados de aprendizaje establecidos y, por ende, con el perfil de egreso en cada uno de los niveles de formación. Cada resultado de aprendizaje está diseñado para evaluar la adquisición y aplicación de las macro competencias en contextos específicos. De esta manera, las macro competencias actúan como pilares que sustentan el logro de los resultados de aprendizaje, brindando a los estudiantes las herramientas necesarias para abordar de manera efectiva los desafíos y demandas del campo de la administración de empresas culturales y creativas. A través de la integración de estas macro competencias en el currículo, se busca asegurar una formación integral y pertinente, que prepare a los estudiantes para enfrentar con éxito los retos sectoriales y contribuir al desarrollo y sostenibilidad de la economía cultural y creativa.

En las tablas 5, 6 y 7 que se presentan a continuación, se relacionan las macro competencias específicas, genéricas y ciudadanas por niveles de formación y su relación con los resultados de aprendizaje.

**Tabla 5. Macro competencias del programa en el nivel de formación técnico y su relación con los resultados de aprendizaje**

ID MC	Macro competencia	Tipo *	Resultados de aprendizaje						
			RA 1	RA 2	RA 3	RA 5	RA 6	RA 7	
tMC E1	Describe el entorno de las economías culturales y creativas y los factores relevantes que influyen en la sostenibilidad de las organizaciones del sector, así como la importancia en las decisiones estratégicas.	E	X		X				
tMC E2	Reconoce la importancia del patrimonio tangible e intangible en las economías culturales y creativas.	E	X						X
tMC E3	Comprende los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización y su relación con las audiencias, junto con sus necesidades y preferencias, participando en la concepción y desarrollo de productos artísticos que generen impacto y conexión con las audiencias.	E		X			X		X
tMC E4	Reconoce el contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global y su impacto en el sector cultural y creativo.	E	X	X	X	X			

ID MC	Macro competencia	Tipo *	Resultados de aprendizaje						
			RA 1	RA 2	RA 3	RA 5	RA 6	RA 7	
tMC E5	Identifica los conceptos, técnicas y criterios básicos sobre proyectos, programas y planes en el sector cultural y creativo, así como las capacidades económico-financiera e intereses de diversos actores relevantes y las oportunidades de colaboración en el sector cultural y creativo.	E			X			X	
tMC E6	Interpreta la importancia de las políticas junto con los fundamentos y objetivos de las mismas en el sector cultural y creativo a nivel regional y nacional.	E			X				
tMC E8	Emplea la contabilidad, los informes financieros y los sistemas de información de costos y presupuestos para la toma de decisiones de los usuarios de la información financiera y no financiera en el corto, mediano y largo plazo.	E					X		
MGC I	Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	X		X	X			



ID MC	Macro competencia	Tipo *	Resultados de aprendizaje						
			RA 1: Reconocer de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Ejecutar estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorando la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Ejecutar proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 5: Reconocer las audiencias de las economías culturales y creativa y su comportamiento a fin de obtener información confiable y oportuna del entorno que le permita apoyar la gestión de la organización.	RA 6: Operar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevo conocimiento que resulte de los cambios y evolución para la operación de los proyectos culturales y creativos.	
MGC 2	Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC				X	X	X	
MGC 3	Competencias comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	X	X	X	X	X	X	
MGC 4	Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	X	X	X	X	X		
MGC 5	Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC		X				X	

ID MC	Macro competencia	Tipo *	Resultados de aprendizaje						
			RA 1: Reconocer de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Ejecutar estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorando la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Ejecutar proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 5: Reconocer las audiencias de las economías culturales y creativa y su comportamiento a fin de obtener información confiable y oportuna del entorno que le permita apoyar la gestión de la organización.	RA 6: Operar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevo conocimiento que resulte de los cambios y evolución para la operación de los proyectos culturales y creativos.	
MGC 6	Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	GC	X			X			
MGC 7	Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	X	X	X	X	X	X	

\* GC: competencia genérica y ciudadana; E: competencia específica.

**Tabla 6. Macro competencias del programa en el nivel de formación tecnológico y su relación con los resultados de aprendizaje**

ID	MC	Macro competencia	Tipo*	Resultados de aprendizaje							
				RA 1: Examinar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Analizar estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Gestionar proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 4: Gestionar las organizaciones, aplicando los principios de la innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas, creativas y la cadena productiva de la industria.	RA 5: Analizar las audiencias de las economías culturales y creativa y su comportamiento para satisfacer las necesidades del mercado mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.	RA 6: Utilizar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevos conocimientos que resultan de los cambios y evolución de la gestión y las economías culturales y creativas.	RA 8: Aplicar las técnicas, procesos y tecnología propias del sector creativo y cultural para la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de bienes, servicios y actividades creativas.
TM	CE1	Analiza de manera sistemática las situaciones organizacionales y del entorno de las economías culturales y creativas, así como las tendencias y oportunidades relevantes para la construcción de marcos teóricos y herramientas de análisis estratégico, incluyendo el concepto de sostenibilidad económica, social y cultural en las decisiones de corto, mediano y largo plazo.	E	X			X			X	X
TM	CE2	Analiza estrategias de preservación y promoción del patrimonio cultural considerando el impacto social y cultural de la valoración y preservación.	E	X							
TM	CE3	Articula los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, considerando la innovación y la creatividad mediante estrategias que involucren la segmentación de mercado, la creación de propuestas de valor diferenciadas y la implementación de estrategias de comunicación y promoción.	E		X			X			
TM	CE4	Analiza de manera crítica el entorno político, económico, legal y social, para generar oportunidades en el sector cultural y creativo.	E	X	X					X	X
TM	CE5	Aplica metodologías y herramientas de planeación y evaluación de proyectos para asegurar la viabilidad y el impacto de las propuestas, así como la cooperación y el trabajo en red.	E			X				X	
TM	CE6	Analiza propuestas de políticas culturales y creativas que promuevan el desarrollo sostenible y la posición competitiva de la industria a nivel regional y nacional.	E			X					

ID	MC	Tipo*	Resultados de aprendizaje															
			RA 1: Examinar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Analizar estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Gestionar proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 4: Gestionar las organizaciones, aplicando los principios de la innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas, creativas y la cadena productiva de la industria.	RA 5: Analizar las audiencias de las economías culturales y creativa y su comportamiento para satisfacer las necesidades del mercado mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.	RA 6: Utilizar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevos conocimientos que resultan de los cambios y evolución de la gestión y las economías culturales y creativas.	RA 8: Aplicar las técnicas, procesos y tecnología propias del sector creativo y cultural para la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de bienes, servicios y actividades creativas.								
		Macro competencia																
TM CE7		Coordina los equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.	E				X											
TM CE8		Analiza la información financiera y contable necesarios para el diagnóstico, planeación, control y toma de decisiones de los distintos entes económicos que permitan tomar decisiones de inversión, financiación y planificación en el corto y largo plazo.	E			X					X							
TM CE9		Analiza los procesos y requerimientos tecnológicos y técnicos básicos involucrados en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos.	E					X			X							
MG CI		Cultura ciudadana y comprensión del mundo: Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	X		X	X											

ID	Macro competencia	Tipo*	Resultados de aprendizaje							
			RA 1: Examinar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Analizar estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Gestionar proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 4: Gestionar las organizaciones, aplicando los principios de la innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas, creativas y la cadena productiva de la industria.	RA 5: Analizar las audiencias de las economías culturales y creativa y su comportamiento para satisfacer las necesidades del mercado mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.	RA 6: Utilizar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevos conocimientos que resultan de los cambios y evolución de la gestión y las economías culturales y creativas.	RA 8: Aplicar las técnicas, procesos y tecnología propias del sector creativo y cultural para la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de bienes, servicios y actividades creativas.
MG C2	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC					X	X	X	X
MG C3	Competencias comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	X	X	X	X	X	X	X	X
MG C4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	X	X			X	X	X	
MG C5	Aprendizaje autónomo: Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorarlo	GC		X	X	X	X		X	X
MG C6	Comunicación en inglés: Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	GC	X				X			
MG C7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	X	X	X	X	X	X	X	X

\* GC: competencia genérica y ciudadana. E: competencia específica.

**Tabla 7. Macro competencias del programa en el nivel de formación profesional y su relación con los resultados de aprendizaje**

ID MC	Macro competencia	Tipo *	Resultados de aprendizaje									
			RA 1: Evaluar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Formular estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Proponer proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 4: Formular modelos de negocio teniendo en cuenta los principios de innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas y de la cadena productiva del sector cultural y creativo.	RA 5: Diseñar planes de mercadeo para las economías culturales y creativas con el fin de satisfacer las necesidades de las audiencias mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.	RA 6: Gestionar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos propios de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevo conocimiento que resulte de los cambios y evolución de la disciplina administrativa y las economías culturales y creativas.	RA 8: Gestionar la integración de la tecnología y las técnicas en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos con soluciones innovadoras y de vanguardia que mejoren la viabilidad y calidad de los proyectos creativos.		
PM CEI	Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio.	E	X			X			X			X
PM CE3	Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad competitiva del sector.	E	X	X				X			X	
PM CE5	Propone proyectos, programas y políticas que involucren a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinarios, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas.	E			X					X		X
PM CE7	Propone alternativas para la gestión de los recursos, la coordinación de equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.	E				X						

		Resultados de aprendizaje								
ID	Macro competencia	Tipo *	RA 1: Evaluar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Formular estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Proponer proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 4: Formular modelos de negocio teniendo en cuenta los principios de innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas y de la cadena productiva del sector cultural y creativo.	RA 5: Diseñar planes de mercadeo para las economías culturales y creativas con el fin de satisfacer las necesidades de las audiencias mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.	RA 6: Gestionar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos propios de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevo conocimiento que resulte de los cambios y evolución de la disciplina administrativa y las economías culturales y creativas.	RA 8: Gestionar la integración de la tecnología y las técnicas en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos con soluciones innovadoras y de vanguardia que mejoren la viabilidad y calidad de los proyectos creativos.
PM CE8	Diseña estrategias financieras y administrativas para la optimización de los recursos disponibles utilizando sistemas de control y seguimiento para evaluar el desempeño y la eficiencia de los recursos administrativos y económicos.	E			X					
MG CI	Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	X		X	X	X			
MG C2	Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC		X	X				X	X
MG C3	Competencias comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	X	X	X	X	X	X		X

ID MC	Macro competencia	Tipo *	Resultados de aprendizaje								
			RA 1: Evaluar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	RA 2: Formular estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias; a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.	RA 3: Proponer proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	RA 4: Formular modelos de negocio teniendo en cuenta los principios de innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas y de la cadena productiva del sector cultural y creativo.	RA 5: Diseñar planes de mercadeo para las economías culturales y creativas con el fin de satisfacer las necesidades de las audiencias mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.	RA 6: Gestionar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos propios de los proyectos culturales.	RA 7: Apropiar nuevo conocimiento que resulte de los cambios y evolución de la disciplina administrativa y las economías culturales y creativas.	RA 8: Gestionar la integración de la tecnología y las técnicas en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos con soluciones innovadoras y de vanguardia que mejoren la viabilidad y calidad de los proyectos creativos.	
MG C4	Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	X		X	X		X			X
MG C5	Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC			X		X			X	X
MG C6	Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	GC	X					X			
MG C7	Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	X		X	X	X	X		X	X

\* **GC:** competencia genérica y ciudadana; **E:** competencia específica.

## 5.7 ESTRUCTURA CURRICULAR

En el marco de la propuesta de formación institucional, declarada mediante el Proyecto Educativo Institucional (Universidad Industrial de Santander, 2018a), la Universidad está comprometida con la formación de profesionales integrales, éticos e innovadores por medio de la investigación, la innovación científica, tecnológica y social, así como la creación artística y la promoción de la cultura y la investigación. Así mismo, fomenta la colaboración y confianza social para anticipar oportunidades, enfrentar desafíos y brindar soluciones a las necesidades de la sociedad y el entorno. La universidad promueve entonces, una sociedad democrática, participativa y pluralista, con justicia social y cuidado del medio ambiente.

Reconociendo lo anterior, la estructura curricular del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por medio de ciclos propedéuticos en los niveles técnico, tecnológico y profesional, abarca las particularidades de la administración y la gestión, junto con los fundamentos de la economía y los diferentes enfoques y modelos de la generación de proyectos en el sector cultural y creativo. El programa propende por el análisis del contexto y las tendencias del sector cultural y creativo, examinando los cambios, desafíos y oportunidades que influyen en la gestión de empresas y proyectos culturales considerando



tendencias en tecnología, innovación y desarrollo de audiencias que hoy por hoy generan mayor interés, gracias al importante aporte al crecimiento económico de los países.

La calidad académica está articulada con la importancia social y la contribución al desarrollo nacional, regional y local, aumentando las capacidades cognitivas y prácticas de los estudiantes para aprender y manejar con eficacia el lenguaje empresarial y expresar sus pensamientos en el análisis y la resolución de problemas de su entorno. Aborda la práctica de forma creativa y crítica, tomando algunos referentes educativos como la propuesta de la cuarta revolución industrial, el marco nacional de cualificación de áreas de conocimiento, el relacionamiento con su entorno, así como las normativas del ministerio de educación nacional.

En este sentido, el programa desarrolla su plan de estudios mediante componentes formativos, en sus diferentes niveles de formación de la siguiente forma: componente de formación general, componente de formación profesional, componente de formación electivo y componente de formación integral descritos en el numeral 5.8 del presente documento.

En coherencia con el Modelo Pedagógico UIS21<sup>7</sup>, el cual se encuentra centrado en el estudiante y permite la formación integral del mismo dando orientaciones claras sobre los diseños curriculares y estrategias pedagógicas que buscan garantizar la pertinencia y flexibilidad de los programas académicos, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas en el ámbito meso curricular, ha propuesto el perfil de egreso de los estudiantes articulado con los resultados de aprendizaje esperados al final de cada proceso formativo en sus diferentes niveles, lo que permite visualizar los ambientes de aprendizaje, las estrategias didácticas, el sistema de evaluación y el diseño y gestión de la actividad curricular. Dando continuidad a este proceso, el programa se propone el desarrollo a nivel macro curricular, mediante las relaciones con el sector externo y los ambientes de aprendizaje, integrando las políticas académicas para la formación integral. En el ámbito micro curricular se evidencia la relación entre el profesor, el estudiante y el objeto de conocimiento expresado en las actividades académicas las cuales contienen diferentes estrategias pedagógicas para el logro de competencias propuestas. Con base en esto, el programa ha definido las macro competencias genéricas, ciudadanas y específicas, derivadas del perfil de egreso y precisa las micro competencias clasificadas en cognitivas, procedimentales y actitudinales, cumpliendo así con los ámbitos macro, meso y micro curricular.

### 5.7.1 Estrategias para la Formación Integral de los estudiantes

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, se fundamenta en estrategias de formación integral que buscan desarrollar en los estudiantes competencias académicas, profesionales y personales según lo expresado en el Modelo Pedagógico de la Universidad Industrial de Santander (Universidad Industrial de Santander, 2021) en el que: “La formación integral es el resultado de todos los procesos de aprendizaje que permiten el desarrollo armónico del individuo en todas sus dimensiones”. Por ende, es de esperar que la formación integral no esté vinculada a una actividad académica, por el contrario, se da en el nivel macro curricular, en donde el estudiante puede participar de:

- Semilleros de investigación disciplinares o interdisciplinares
- Visitas académicas a organizaciones
- Eventos culturales y deportivos
- Intercambios estudiantiles
- Grupos artísticos UIS

Asimismo, la Universidad cuenta con programas y proyectos derivados de sus políticas como:

- Programas para el desarrollo integral de los estudiantes ofrecidos por la División de Bienestar Estudiantil.

---

<sup>7</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo No. 233 de 2021. Modelo Pedagógico Institucional.

- Programas desarrollados por el Departamento de Cultura Física de la UIS, que se orientan a la comunidad estudiantil y permiten a cada estudiante participar libremente según su interés en diferentes actividades tales como olimpiadas deportivas y torneos de diferentes disciplinas que preparan a los estudiantes para representar a la UIS en eventos con otras Universidades.
- El Sistema de Excelencia Académica (SEA) y programas de la Vicerrectoría de Investigación y Extensión (VIE), como UIS Ingenium, una estrategia para cultivar en los estudiantes la cultura de la investigación, la creatividad y la innovación. También la VIE cuenta con recursos presupuestales para financiar la movilidad nacional e internacional de estudiantes de la UIS, como estrategia para fomentar su vinculación a las diferentes comunidades científicas dentro y fuera del país.
- Convenios institucionales con otras universidades y empresas para el desarrollo de ejercicios prácticos.
- Cátedras magistrales como la Cátedra Rodolfo Low Maus, Cátedra de salud y sociedad, Cátedra paz, convivencia y ciudadanía.
- Programas de desarrollo de competencias comunicativas en otras lenguas a través del programa ALTISSIA.
- Oferta cultural de la universidad, como el festival internacional de piano.

Estas estrategias en combinación con las incentivadas desde el programa, las cuales promueven los conocimientos teóricos con experiencias prácticas principalmente desarrolladas en los núcleos problémicos de cada nivel llamados investigación – creación I, II y III buscan la interacción desde el aula con diversos actores del sector cultural y creativo en todos los niveles de formación, los cuales se explican en este mismo apartado más adelante. Se fomenta la participación de los estudiantes en proyectos y actividades que potencien su capacidad de análisis crítico, resolución de problemas, trabajo en equipo y comunicación efectiva. Asimismo, se promueve el pensamiento creativo y la capacidad de innovación, impulsando el espíritu emprendedor y la generación de ideas originales. Además, se enfatiza el desarrollo de habilidades éticas, responsabilidad social y conciencia sobre la importancia de la preservación y valoración del patrimonio cultural, así como la conciencia medioambiental. A continuación, se describen los núcleos problémicos para los tres niveles de formación:

Según el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 de la Universidad (Universidad Industrial de Santander, 2022) por el cual se establecen los referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos, los núcleos problémicos: “son actividades académicas que tienen como propósito desarrollar en los estudiantes competencias para el pensamiento sistémico, mediante el abordaje, durante un periodo académico, de determinadas situaciones o problemas pertinentes al ejercicio de una profesión, articulando saberes multidisciplinares a fin de proponer alternativas de comprensión, respuesta o satisfacción al vacío de conocimiento planteado por el problema o situación objeto de estudio”.

Con base en lo anterior, el programa mediante esta estrategia busca fomentar la investigación y la búsqueda activa de conocimiento por parte de los estudiantes, lo que contribuye al desarrollo de habilidades investigativas fundamentales en ellos. Además, se considera un elemento clave para crear entornos de aprendizaje que favorezcan su crecimiento integral.

Dada la importancia de estos beneficios, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, ha incorporado la realización de tres núcleos problémicos a lo largo de los diferentes niveles de formación que abarca la carrera. A continuación, se detallan los objetivos, la metodología y las principales características de estos núcleos.

### **Competencias que desarrollan los Núcleos Problémicos:**

En el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, los núcleos problémicos se orientan al logro de las siguientes competencias:

La competencia lecto-escritora es definida como la capacidad para realizar adecuadamente los procesos de lectura y escritura. De acuerdo con (Martos Núñez & Campos Fernández-Fígares, 2016) su importancia radica en que ésta permite al individuo establecer una conexión con su entorno. En consecuencia, estas habilidades deben formar parte integral de la educación y ser fortalecidas durante todo el proceso de formación del individuo.

Además de mejorar el rendimiento académico de los estudiantes, las competencias de lectura y escritura son fundamentales más allá del ámbito académico, ya que son habilidades esenciales en el ámbito profesional y laboral. La habilidad de lectura permite comprender el texto, adoptar una perspectiva crítica, ampliar su comprensión del mundo, interpretar conceptos y enriquecer su vocabulario, entre otros beneficios. Por otro lado, la competencia en escritura implica desarrollar una posición argumentativa fundamentada en evidencias para respaldar un planteamiento.

Por tanto, es imprescindible que el estudiante desarrolle sus habilidades descriptivas, argumentativas y críticas a través del análisis, interpretación y crítica de textos, videos y actividades prácticas relacionadas con la ciencia administrativa, de gestión y proyectos. De esta manera, podrá integrar su conocimiento disciplinario con su capacidad para aplicarlo en contextos específicos como el cultural y creativo, utilizando herramientas lingüísticas de manera efectiva.

La expresión o comunicación oral forma parte de las competencias comunicativas y puede definirse como la capacidad de “hablar, expresándose correctamente y de una forma clara desde el punto de vista del receptor, en un contexto de intercambio elaborado, formal y planificado (Fernández García et al., 2008). Mediante el reforzamiento de las habilidades de expresión oral, se hace importante que el estudiante logre comunicar efectivamente su conocimiento, de modo que pueda expresar y compartir sus ideas de manera clara y comprensible para el público receptor, utilizando un lenguaje y terminología apropiados. Esta competencia también se extiende a otro elemento crucial que implica considerar la comunicación oral como un espacio para presentar parte de la identidad personal. El proceso de fortalecimiento de esta competencia requiere que el estudiante previamente haya realizado esfuerzos en investigar, comprender, analizar y sintetizar el tema que será objeto de exposición, lo cual le permitirá sentirse capacitado para presentarlo en diversos escenarios con el apoyo de distintas herramientas o medios audiovisuales.

Formación para la investigación: la formación de investigadores es indudablemente, uno de los desafíos que enfrenta la universidad en la actualidad. A través de esta formación, la participación de la universidad en la construcción social va más allá de la preparación de líderes o dirigentes para el país, ya que los investigadores son los responsables de ofrecer respuestas y soluciones a los problemas de la sociedad.

Cuando un profesional se involucra en procesos de investigación, adquiere una mayor autoridad, ya que a través de su indagación sistemática va construyendo un respaldo y una fuerza que le permiten defender su actuación de manera fundamentada. Es por ello que el programa busca fomentar el trabajo investigativo desde los núcleos problémicos, facilitando la integración de los elementos conceptuales y teóricos del currículo con la práctica del ejercicio profesional, creando así un espacio reflexivo que promueve su formación y desarrollo.

Según Petrella & Jung (2008), al adentrarse en la metodología de investigación y el proceso científico basado en hipótesis, además de integrar la teoría con la práctica, se busca que el estudiante desarrolle habilidades de pensamiento crítico. Esto implica que el estudiante aprenda a formar sus propias conclusiones basadas en la evidencia disponible, lo que a su vez estimula una mayor motivación intrínseca para aprender y una participación más activa en su proceso de aprendizaje.

Considerando lo mencionado anteriormente, los núcleos problémicos del programa se han diseñado para brindar una visión general sobre la investigación, permitiendo que el estudiante comprenda y aplique los elementos fundamentales de un proceso investigativo. Al completar estos núcleos integradores, se espera que el estudiante:

- Comprenda contextos y situaciones que requieran toma de decisiones fundamentadas, así como la capacidad de analizar y criticar diversos enunciados.
- Formule preguntas de investigación.
- Construya marcos teóricos y estados del arte para respaldar la toma de decisiones argumentadas.
- Diseñe metodologías para abordar preguntas de investigación.
- Realice un análisis adecuado de los resultados obtenidos en la investigación.

Los núcleos integradores del programa siguen una estructura por niveles de formación y de forma progresiva, basada en las competencias que se desarrollan y el nivel de complejidad. Esta progresión avanza a medida que el estudiante adquiere mayores herramientas de análisis, tanto teóricas como aplicadas, y se apropia de los conceptos y teorías que se abordan inicialmente en los cursos de fundamentación básica y que luego se profundizan en los niveles avanzados.

Continuando con la descripción es importante tener en cuenta lo siguiente desde el punto de vista administrativo del programa: debido a que los núcleos se pueden desarrollar al interior de la Universidad o en una organización pública o privada del sector previa definición de un convenio institucional, el reto debe ser delimitado en cada uno de los niveles de formación con un tiempo de desarrollo total de 16 semanas, en las cuales 8 semanas corresponden a la definición del reto y su alcance, así como la construcción del proyecto/propuesta y en las siguientes 8 semanas, los estudiantes se encontrarán dentro del área interna o externa donde aplicarán el reto, posteriormente se sustentarán los resultados obtenidos con los profesores, representantes de las organizaciones y estudiantes del mismo nivel. Cada uno de los núcleos problémicos pretenden:

Investigación – Creación I: El propósito del núcleo problémico de investigación-creación I en el nivel técnico profesional es integrar y aplicar los conocimientos adquiridos en las diferentes actividades académicas del programa, este espacio está creado para que el estudiante desarrolle habilidades en el manejo de herramientas teóricas y metodológicas propias de la disciplina mediante un ejercicio práctico de carácter investigativo. Este núcleo tiene como objetivo principal fomentar el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de resolución de problemas en los estudiantes, por medio de la identificación y análisis de situaciones problemáticas reales en el ámbito de los proyectos culturales y creativos en música, artes plásticas o diseño industrial. Además, busca desarrollar habilidades de investigación y creación, permitiendo que los estudiantes se enfrenten a desafíos específicos relacionados con el campo de estudio y propongan soluciones aplicadas y viables.

Investigación – Creación II: El objetivo del núcleo problémico de investigación-creación II en el nivel tecnológico es seguir fortaleciendo y ampliando las competencias de investigación y creación adquiridas previamente en las actividades académicas de los semestres anteriores y del semestre en curso. En este núcleo, los estudiantes se enfrentarán a desafíos de investigación y creación más complejos y aplicados en música, artes plásticas ó diseño industrial, abordando problemáticas específicas. Se busca que los estudiantes profundicen en la aplicación de métodos y técnicas de investigación, el análisis crítico de datos y la generación de propuestas innovadoras que contribuyan a la gestión del sector cultural y creativo. Además, se promoverá el trabajo colaborativo y la interacción con el entorno profesional, fomentando así una formación más completa y orientada hacia la realidad laboral del campo de estudio.

Investigación – Creación III: El objetivo del núcleo problémico de investigación-creación III en el nivel profesional de Administrador de Empresas Culturales y Creativas es consolidar y potenciar las habilidades de

investigación adquiridas durante el desarrollo del programa, tomando como base los conocimientos y competencias de las actividades académicas previas y del mismo semestre. En este núcleo, los estudiantes profundizarán en la metodología de investigación y aplicarán sus conocimientos y destrezas en la resolución de problemáticas específicas del campo de las empresas culturales y creativas al interior o exterior de la Universidad. Se busca que los estudiantes sean capaces de generar propuestas innovadoras y viables que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento del sector cultural y creativo, promoviendo así su sostenibilidad y crecimiento. Además, se fomentará el trabajo interdisciplinario y el análisis crítico de la realidad, brindando una formación integral que prepare a los estudiantes para enfrentar los desafíos y oportunidades del ámbito profesional.

Cada núcleo integrador se desarrolla en un curso específico, con grupos de dos hasta cuatro estudiantes. La temática y el enfoque desde el cual se aborda es flexible y se aborda desde las competencias apropiadas en Apreciación – Producción I, II y III en música, artes plásticas y diseño industrial profundizando en cada nivel de formación en el grado de progresión de las competencias así mismo, requieren la integración de conocimientos e instrumentos que el estudiante ha adquirido durante todas las actividades académicas anteriores y en las del mismo semestre. De esta manera, los núcleos problémicos se diseñan teniendo en cuenta la siguiente estructura:

Ilustración 3. Núcleo Problémico Nivel Técnico Profesional



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 4. Núcleo Problémico Nivel Tecnológico

## Núcleo Problemático: Investigación Creación II



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 5. Núcleo Problemático Nivel Profesional

## Núcleo Problemático: Investigación Creación III



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar, en la ilustración 3, 4 y 5 mientras los estudiantes avanzan en su proceso formativo, van integrando actividades académicas que implican un nivel de progresión de las competencias mayor, por ende, cada uno de los resultados del proyecto debe buscar profundizar en su nivel de complejidad y en la resolución de problemáticas acordes a su nivel de formación.

### 5.7.2 Estrategias de flexibilización del programa

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos se caracteriza por su enfoque flexible, adaptado a las necesidades e intereses de los estudiantes en un plan de estudio coherente con las necesidades del entorno. Se encuentra adscrito a la Escuela de Economía y Administración, perteneciente a la facultad de Ciencias Humanas, lo cual permite que el programa se enriquezca desde diferentes disciplinas que tienen gran trayectoria y reconocimiento, estableciendo también la gestión de actividades académicas conjuntas.

En línea con lo anterior, el programa también se nutre y articula con otras unidades académicas que apoyan la formación de competencias propias del sector cultural y creativo y que tienen grandes fortalezas en la Universidad, como los son los programas de artes plásticas, licenciatura en música y diseño industrial, así como el instituto de lenguas para la formación en la lengua extranjera, inglés.

Los estudiantes cuentan con un reglamento estudiantil definido (Universidad Industrial de Santander, 2015) el cual favorece la flexibilidad, posibilitando la movilidad nacional e internacional, la homologación de actividades académicas cursadas en planes de estudio de otras instituciones de educación superior nacionales o extranjeras con las que la Universidad tenga convenio, la cancelación e inclusión de asignaturas durante el semestre en curso, la readmisión, la aprobación de asignaturas mediante una evaluación de suficiencia, la homologación de asignaturas por cambio de programa o por simultaneidad, y la posibilidad de homologar las asignaturas de inglés con el Instituto de Lenguas UIS.

Teniendo en cuenta el modelo pedagógico de la Universidad (Universidad Industrial de Santander, 2021), en cuanto a lo entendido por flexibilidad: “La organización de las experiencias y ambientes de aprendizaje en planes de estudio adaptables, centrados en el estudiante y en el proceso de aprendizaje, enfocados al desarrollo de las competencias genéricas, transversales y específicas requeridas para el ejercicio profesional, y el logro de los resultados de aprendizaje propuestos en la declaración de los propósitos de formación institucionales”, por lo que se han concebido las siguientes estrategias:

- Los prerrequisitos de las actividades académicas en el plan de estudios son reducidos, permitiendo que en cada nivel de formación el estudiante avance según su rendimiento, posibilidades y capacidades, por lo tanto, la ruta crítica del programa (entendida esta como la duración en períodos calendario de la cadena más larga de actividades académicas con dependencia una de otra, esta dependencia debida a los requisitos y co-requisitos que se establecen en ellas. La ruta crítica determina el tiempo mínimo de permanencia de un estudiante ya que debido a la mencionada dependencia puede hacer que un estudiante no pueda avanzar en su proceso de formación y retrasar la obtención de su título) por ende, se debe analizar desde cada nivel de formación así:
  - Nivel técnico profesional: de los 64 créditos académicos propuestos, el programa establece que el 31% requieren de requisitos previos en su ruta crítica.
  - Nivel tecnológico: de los 96 créditos académicos propuestos, el programa establece que el 29% requieren de requisitos previos en su ruta crítica.
  - Nivel Profesional: de los 128 créditos académicos propuestos, el programa establece que el 27% requieren de requisitos previos en su ruta crítica.
- La estructura curricular ofrece la organización de experiencias y ambientes de aprendizaje centrado en el estudiante y en su proceso de aprendizaje.

- El componente electivo permite a los estudiantes personalizar su trayectoria académica y enfocarse en áreas específicas de su interés dentro del campo cultural y creativo.
- Se brinda la posibilidad de desarrollar los núcleos problémicos en los cursos Investigación – Creación I, II y III tanto al interior de la universidad como en organizaciones del sector mediante retos que los estudiantes en compañía del profesor hallen, lo que permite una experiencia práctica en un entorno fuera del aula. Cabe resaltar que los retos en los núcleos problémicos son flexibles en cuanto a que los estudiantes distribuidos en equipos de trabajo seleccionaran el área donde se desarrolle el reto. Estas áreas pueden ser: Música, Artes Plásticas o Diseño, vistas en los cursos de apreciación – Producción I, II y III.
- Se fomenta la participación en proyectos de investigación y la realización de trabajos individuales y grupales que fomenten la creatividad y la innovación.
- Se incluyen actividades académicas electivas de orden transdisciplinar (3 créditos) le permitirán complementar su perfil profesional desarrollando competencias desde otras disciplinas en atención a las diferentes ramas que influyen en el sector cultural y creativo.
- El estudiante cuenta con un plan de formación integral electivo, el cual consta de 5 créditos. El plan de formación integral propende por el desarrollo de competencias genéricas y ciudadanas. Se establecen estrategias de formación integral electiva que permitan la aprobación de actividades académicas, la homologación de experiencias deportivas, culturales o académicas avaladas por la institución según se define en el documento: “Referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos. UIS. 2021”.
- Dentro de las experiencias de formación avaladas por la institución se encuentran las Cátedras Institucionales: Cátedra Low Mauss, Cátedra de Paz, Convivencia y Ciudadanía, y otras Cátedras Institucionales que pueden ser programadas cada semestre por la Vicerrectoría Académica de la Universidad. Además, se tienen en cuenta las participaciones en equipos deportivos y grupos artísticos y culturales de la institución.

Esta flexibilidad no solo permite a los estudiantes adaptar su formación a sus objetivos profesionales, sino que también fomenta la adquisición de habilidades y conocimientos actualizados y relevantes para el entorno laboral en constante cambio.

### 5.7.3 Estrategias de interdisciplinariedad

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos se distingue por su enfoque interdisciplinario, que integra conocimientos y perspectivas de diversas disciplinas como artes plásticas, diseño industrial, música, economía y administración en su plan de estudios. Esta interdisciplinariedad permite a los estudiantes tener una visión amplia y holística del campo cultural y creativo, comprendiendo las distintas dimensiones y aspectos involucrados. A través de la integración de conocimientos de las artes plásticas, se fomenta la apreciación estética y la sensibilidad artística, fundamental para la gestión cultural. Por su parte, el diseño industrial aporta herramientas y metodologías para la creación y producción de productos y servicios culturales. La música, enriquece la comprensión del valor expresivo y emocional de las manifestaciones artísticas, por su parte, la economía y la administración, proporcionan las bases teóricas y herramientas analíticas para comprender los aspectos financieros, de mercado y de sostenibilidad en el campo cultural y creativo. Esta integración de conocimientos y enfoques multidisciplinarios fortalece la formación de los estudiantes, dotándolos de una visión amplia y sólida de la profesión. Asimismo, el estudiante del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos cuenta con diferentes estrategias que le permiten visualizar su profesión desde diferentes ópticas así:

- La posibilidad de realizar carrera simultánea con otros programas de pregrado en la UIS, atendiendo a la normativa vigente que regula este proceso, especialmente con las carreras afines al programa.
- La integración de diferentes disciplinas mencionadas anteriormente en su quehacer profesional.



- La posibilidad de tomar actividades académicas transdisciplinarias y de formación integral en otros programas académicos de la universidad.
- La oportunidad de integración de que las actividades académicas sean ofrecidas por la escuela a la que está adscrito el programa o pertenezcan a una escuela diferente.
- Los estudiantes pueden formar parte de semilleros de investigación en diferentes áreas del conocimiento.
- Las estrategias pedagógicas como los núcleos problémicos, el aprendizaje basado en problemas, los casos de estudio, debates, aprendizaje basado en proyectos entre otras, las cuales llevan a la articulación de conocimientos desde diferentes disciplinas conforme al campo de acción profesional.

#### **5.7.4 Estrategias de interacción del programa**

Según lo dispuesto en el Plan de Desarrollo Institucional 2019 – 2030, la Universidad es promotora de espacios interacción tanto al interior de esta como hacia el entorno y sus diferentes actores en pro de la comprensión, el análisis y las soluciones a problemas nacionales y locales. Para ello, proyecta valores, principios y capacidades institucionales y promueve el trabajo interdisciplinario y colaborativo. El modelo pedagógico de la institución privilegia la formación integral, entendiéndose también como la participación de diferentes actores internos y externos en el proceso formativo que retroalimentan y hacen parte del mejoramiento continuo de los ejes misionales. Al interior de la Universidad la relación profesor-estudiante, equipo profesoral, estudiante-estudiante, profesor-investigadores externos y estudiante-investigadores externos, favorece constantemente el quehacer profesional y lo enriquece desde diferentes campos del saber.

##### **5.7.4.1 Creación y el fortalecimiento de vínculos entre la institución y los diversos actores en pro de la armonización del programa con los contextos locales, regionales y globales.**

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos busca crear y fortalecer las relaciones entre los diversos actores, incluyendo su comunidad académica para la armonización en los diferentes contextos a los que le apunta. Para lograrlo, se promueve la creación de convenios con instituciones nacionales e internacionales, generando oportunidades de cooperación mutua que enriquezcan la formación de los estudiantes en diferentes contextos locales, regionales y globales.

Los principales actores identificados en este contexto son: organizaciones públicas y privadas a nivel local, nacional e internacional, otras instituciones de educación superior nacionales e internacionales, entidades gubernamentales, asociaciones profesionales y redes científicas. Cada uno de estos actores contribuye de manera única al desarrollo del proceso formativo, fomentando una interacción continua entre profesores y estudiantes, así:

- Organizaciones públicas y privadas: El programa ofrece a profesores y estudiantes la oportunidad de interactuar con empresas a nivel regional y nacional por medio de los núcleos problémicos desarrollados en las actividades académicas de investigación – creación I, II y III, así como los proyectos de investigación en el marco de convenios establecidos. Durante los retos, los estudiantes abordan problemas u oportunidades específicas identificadas en las organizaciones o áreas al interior y exterior de la Universidad, brindando soluciones y aportes concretos. Destacan las áreas internas como la dirección de Gestión Cultural, Emisoras UIS en AM y FM, Periódico Institucional Hechos UIS, Periódico Investigativo Cátedra Libre, Programa Hechos UIS T.V., el Auditorio Luis A. Calvo y los grupos culturales institucionales y Ediciones UIS y al exterior mediante los convenios establecidos o por establecer.
- Otras Instituciones de Educación Superior: Tanto los estudiantes, como los profesores tienen la oportunidad de interactuar con otras instituciones a nivel nacional e internacional por medio de

convenios institucionales<sup>8</sup> que facilitan intercambios académicos. Estos intercambios permiten que los estudiantes realicen actividades académicas en otras instituciones, las cuales son homologadas en su programa. Asimismo, los profesores pueden realizar pasantías de investigación y estudios posdoctorales en otras instituciones. Esta interacción brinda a estudiantes y profesores una visión más amplia del proceso formativo en otras instituciones, acceso a diferentes instalaciones y espacios de investigación, y la posibilidad de experimentar un intercambio cultural enriquecedor. Además, la participación en congresos les permite presentar los resultados de sus proyectos de investigación a través de pósteres y ponencias, fomentando la difusión de sus trabajos.

- Entes gubernamentales: Los profesores del programa pueden establecer relaciones significativas con los entes gubernamentales mediante diversas estrategias de vinculación y colaboración. Una forma es por medio de la participación en mesas de trabajo, comités o grupos de expertos convocados por el gobierno para abordar temas relacionados con la cultura, las artes y la creatividad. Asimismo, pueden contribuir en la formulación de políticas públicas y programas de fomento cultural, brindando su experiencia y conocimiento en el diseño de estrategias que impulsen el desarrollo del sector. Además, los profesores pueden establecer convenios de cooperación con entidades gubernamentales para la realización de proyectos de investigación, asesorías técnicas o capacitaciones, que beneficien tanto a los estudiantes como a las instituciones y comunidades del sector cultural. De igual manera, la participación en eventos, ferias o festivales culturales promovidos por el gobierno ofrece oportunidades para dar a conocer el trabajo académico desarrollado en el programa.
- Asociaciones profesionales o redes científicas: Los docentes del programa participaran activamente en asociaciones, redes académicas, el consejo profesional y otros espacios que les permiten interactuar con colegas y debatir sobre temas relevantes relacionados con el ejercicio profesional, políticas del sector, regulaciones en diversos campos de acción, así como la divulgación y transferencia de conocimiento.

Cabe resaltar que, a través de eventos académicos organizados por las facultades, escuelas, departamentos o grupos de investigación, se establecen oportunidades para interactuar con empresas, investigadores, graduados y expertos en distintos campos de interés, brindando una visión amplia sobre el estado actual de la disciplina, las áreas de investigación más destacadas, las tendencias emergentes en la ciencia y las necesidades de los diversos sectores. Esta participación en la comunidad académica y profesional contribuye a enriquecer la formación y actualización de los docentes, y a su vez, se traduce en un impacto positivo en la calidad de la enseñanza.

### **5.7.5 Desarrollo de habilidades en estudiantes y profesores para interrelacionarse con contextos locales, regionales y globales.**

En coherencia con lo anteriormente expuesto, el perfil de egreso del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos establece metas educativas que fomentan en el estudiante la capacidad de establecer relaciones con sus compañeros, profesores y diversas comunidades locales, regionales y globales. Estas competencias ciudadanas se enfocan en promover la conciencia de la responsabilidad ética y profesional, teniendo en cuenta el impacto que sus acciones pueden tener en contextos globales, económicos, ambientales y sociales, abordados de manera integral a lo largo de las diversas actividades académicas que conforman el plan de estudios, con el propósito de alcanzar los resultados de aprendizaje esperados.

---


<sup>8</sup> Oficina de Relaciones Exteriores UIS, Convenios y Cooperación disponible en: <https://uis.edu.co/uis-relaciones-exteriores-convenios-es/>

En este sentido, el programa promueve activamente la interacción y la internacionalización como parte integral de la formación de los estudiantes y la intervención de los diferentes actores mediante las siguientes estrategias:





- Se fomenta la participación en programas de intercambio académico con instituciones a nivel nacional e internacional mediante los convenios ofrecidos por la oficina de relaciones exteriores UIS<sup>9</sup>, teniendo en cuenta los lineamientos para la internacionalización de la Universidad Industrial de Santander (Universidad Industrial de Santander, 2022), lo que brinda a los estudiantes la oportunidad de vivir experiencias enriquecedoras en entornos culturales diversos con estrategias como las clases espejo, los COIL (collaborative online international learning) favoreciendo la interacción de estudiantes y profesores en el desarrollo de competencias específicas del programa, pero también beneficiando la interacción en otros idiomas. Además, se incentiva el aprendizaje de idiomas extranjeros, desarrollando competencias idiomáticas que permiten a los estudiantes comunicarse y colaborar de manera efectiva en contextos interculturales. Desde el plan de estudios, se ofrecen actividades académicas que promueven la comprensión intercultural, la sensibilidad hacia la diversidad y la capacidad de adaptación a diferentes entornos y culturas como patrimonio e imaginarios culturales, apreciación – producción, gestión del patrimonio y estudios culturales.
- Teniendo en cuenta la importancia de la relación estudiante – profesor, desde el plan de estudios se destina tiempo de interacción para el desarrollo de micro y macro competencias conducentes al cumplimiento de los resultados de aprendizaje.
- En los cursos de investigación – creación I, II y III se desarrollan los núcleos problémicos mediante retos, los cuales favorecen la interacción estudiante – estudiante al igual que el acompañamiento del profesor y personas del sector tanto al interior de la universidad como en organizaciones públicas y privadas, esto derivado del análisis del entorno que el equipo de estudiantes debe realizar para aplicarlo en el sector real.
- Involucrar a los estudiantes para que participen en los grupos de investigación y semilleros que apoyan el programa para desarrollar sus competencias de investigación.
- Fomentar la participación en actividades académicas o de investigación fuera de la universidad para ampliar sus conocimientos.
- Promover ambientes colaborativos y de interacción entre estudiantes mediante la formación de grupos de estudio, la preparación conjunta de actividades académicas (aula inversa), tutorías y actividades similares. Estos espacios tienen como objetivo desarrollar habilidades actitudinales y fomentar la capacidad de argumentación y construcción de análisis estructurado en equipo, abordando temas de gran relevancia para mejorar la calidad de los egresados en cada nivel de formación.

La interacción entonces, enmarcada en las estrategias anteriores y teniendo en cuenta a los diferentes actores que intervienen en el programa se da de la siguiente manera; ver tabla 8 Interacción de los actores del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos.

**Tabla 8. Interacción de los actores del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos**

Interacción	Descripción
<p>Estudiante – Estudiante</p> 	<p>La interacción entre los estudiantes se soporta en el trabajo colaborativo para dar solución a los retos y problemas que se presentan durante del proceso formativo en las actividades académicas con acompañamiento del profesor o las horas de trabajo independiente. Asimismo, se da no solo con los</p>

<sup>9</sup> Universidad Industrial de Santander: Oficina de Relaciones Exteriores UIS: <https://uis.edu.co/uis-relaciones-exteriores-es/>

Interacción	Descripción
	estudiantes del programa en curso, sino también con otras áreas y disciplinas, en las actividades de formación integral o extracurricular donde la interacción se da entre estudiantes de otros programas, tanto el mismo nivel como en diferentes niveles de formación.
<p data-bbox="370 474 626 506">Estudiante – Profesor</p> 	Los profesores generan una comunicación constante con los estudiantes durante las actividades académicas establecidas en el programa. Estas actividades requieren un tiempo de acompañamiento directo el cual puede ser teórico o práctico, por ende, requieren una guía para facilitar la adquisición de competencias del campo de estudio.
<p data-bbox="380 789 617 821">Profesor – Profesor</p> 	Los profesores junto con la coordinación del programa se comunican entre sí para evaluar el funcionamiento del programa en relación con las estrategias de enseñanza - aprendizaje, la apropiación de competencias, los núcleos problémicos y su el seguimiento del proceso de formación de los estudiantes, la actualización en el campo disciplinario, y otros aspectos que forman parte de las discusiones a nivel de planificación curricular, de acuerdo con el enfoque pedagógico del programa. Además, la integración de los procesos de investigación del programa es especialmente relevante para integrar temas de actualidad que a bien tengan en consideración el equipo de profesores.
<p data-bbox="201 1276 797 1308">Estudiante – Profesor – Sector Cultural y Creativo</p> 	El programa debe estar en la constante búsqueda de articulación de los estudiantes y profesores con el sector cultural y creativo, primeramente, por medio de los convenios para el desarrollo de los retos en los núcleos problémicos, pero también incluyendo problemáticas más profundas del entorno que pueden ser abordadas desde proyectos de investigación o propuestas de extensión.
<p data-bbox="207 1524 790 1587">Estudiantes - Profesores de la UIS y Estudiantes y profesores otras IES</p> 	Los estudiantes y profesores tienen la posibilidad de interactuar con estudiantes de pregrado y profesores de otras IES mediante el diseño de clases espejo, estrategias como COIL o intercambios. Esta interacción favorece la multiculturalidad y el trabajo con estudiantes y profesores provenientes de instituciones de otras regiones y de otros países.
<p data-bbox="358 1803 636 1835">Programa UIS – Estado</p>	Al incluir al sector cultural, creativo y de los saberes, el programa debe estar acorde con las políticas y normativas nacionales que se dictan en esta materia y que favorecen y promueven el desarrollo del

Interacción	Descripción
	sector.
<p data-bbox="345 510 651 541">Programa UIS – Otras IES</p> 	<p data-bbox="837 407 1464 812">El programa establece vínculos con otras instituciones educativas del país que también ofrecen formación en el mismo campo de conocimiento. Esta colaboración se lleva a cabo a través de asociaciones nacionales e internacionales relacionadas con el ámbito de la administración, pero también del sector cultural y creativo. Además, la universidad establece convenios con instituciones tanto nacionales como extranjeras que promueven la movilidad estudiantil, el uso de una segunda lengua, la internacionalización y el fomento de la multiculturalidad.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

### 5.7.6 Internacionalización del programa

El programa se enfoca en la mejora de las habilidades de interacción en el ámbito global mediante la implementación de estrategias de internacionalización según los lineamientos institucionales, en las cuales:

- Se involucra a los profesores de universidades con las que se tengan acuerdos en las actividades de los cursos.
- Se desarrollan cursos en cooperación con universidades extranjeras a través de homologaciones o certificaciones.
- Se Fomenta la movilidad de estudiantes y profesores mediante programas presenciales y actividades académicas en línea, como conferencias, simposios, concursos y seminarios.
- Se incluyen progresivamente la oferta de cursos en inglés y otras lenguas extranjeras, así como la participación de profesores invitados/visitantes, para enriquecer la formación integral y atraer a estudiantes extranjeros.
- Se estimula a los estudiantes a presentar sus trabajos en una lengua extranjera, especialmente aquellas actividades académicas como Relaciones Públicas y Comerciales.
- Se fomenta la participación en redes nacionales e internacionales de investigación.
- Se apoya pasantías de investigación y estancias posdoctorales para profesores.
- Se facilita la formulación de proyectos internacionales de investigación conjunta.
- Se establecen acuerdos internacionales que permitan movilidad de estudiantes y profesores.

Estas estrategias están diseñadas para enriquecer la experiencia académica de los estudiantes, promover la cooperación internacional y ampliar el alcance de la investigación en el sector cultural y creativo.

Adicionalmente, el programa también está llamado a participar de espacios académicos organizados por la Facultad, la Escuela o los Departamentos, en donde se generan espacios de interacción con el sector, investigadores, graduados, expertos en el área de conocimiento y con otras disciplinas para identificar tendencias y campos de desarrollo para la investigación.

#### *Interacción en contextos sincrónicos y asincrónicos*

El programa se ofrece en modalidad presencial, y las actividades planificadas dentro del horario de trabajo del estudiante con interacción del profesor (HIP) deben realizarse de manera sincrónica, es decir, en tiempo real. Sin embargo, es importante destacar que el programa también cuenta con estrategias que garantizan la formación a través de encuentros asincrónicos.

Las estrategias para la interacción en contextos sincrónicos son diversas y están diseñadas para enriquecer la experiencia educativa:

- Los encuentros de clase son especialmente significativos, ya que respetan el cronograma establecido en el plan de estudios y permiten al estudiante interactuar directamente con el profesor. Estos encuentros pueden ser de tipo teórico o práctico, según lo requiera la actividad académica.
- Se fomentan actividades de formación en investigación, como coloquios y eventos académicos de divulgación, donde el estudiante participa en discusiones y debates en tiempo real con sus docentes y compañeros. Estos eventos ofrecen valiosas oportunidades para el aprendizaje y el intercambio de conocimientos y tienen la posibilidad de ser sincrónicos con mediado por las tecnologías.
- Asimismo, los estudiantes tienen la posibilidad de involucrarse en el semillero de investigación o formar parte de grupos de investigación específicos. En estas instancias, se llevan a cabo reuniones de avance y encuentros académicos en los que se discuten y analizan los avances y resultados de las investigaciones que también pueden darse de manera sincrónica presencial o sincrónica mediada por tecnologías.

Por su parte, se presentan estrategias para la interacción en contextos asincrónicos a fin de potencializar el aprendizaje:

- Por medio de plataformas académicas en línea, como Moodle, los profesores pueden proporcionar recursos y actividades de formación para que los estudiantes pueden completar en el horario que elijan. Estas actividades pueden ser obligatorias o complementarias, lo que brinda flexibilidad para el aprendizaje.
- La realimentación constante de los avances del proceso formativo, donde los estudiantes envían sus actividades al profesor para su revisión. Posteriormente, el docente realiza observaciones y sugerencias y las remite al estudiante en un plazo adecuado.
- La Universidad garantiza que los estudiantes tengan acceso a las herramientas necesarias para su trabajo independiente a través de servicios en la nube. Esto es especialmente relevante, ya que algunas actividades académicas requieren una gran capacidad de almacenamiento. Los procesos informáticos y de almacenamiento se llevan a cabo en servidores de servicio institucional, lo que permite a los usuarios acceder a archivos y aplicaciones desde cualquier dispositivo.
- Además de la retroalimentación del profesor, los estudiantes pueden acceder a recursos previamente contruidos por los semilleros y grupos de investigación. Estos recursos, que incluyen artículos, material didáctico, videos y evidencias de trabajos anteriores, están disponibles para consultas de manera asincrónica, lo que les brinda a los estudiantes una oportunidad adicional para profundizar en sus áreas de interés.

Estas estrategias de interacción contribuyen a enriquecer la formación de la comunidad académica, ampliando sus horizontes y preparándolos para afrontar los desafíos globales en el campo de la administración y gestión de empresas culturales y creativas.

### **5.7.7 Desarrollo de competencias plurilingües e interculturales**

El dominio de competencias comunicativas en una segunda lengua es esencial en el contexto globalizado actual, y constituye un componente fundamental en la formación de profesionales en el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos. Conscientes de la

importancia de esta habilidad, nuestro programa se adhiere a los referentes internacionales y lineamientos del Ministerio de Educación Nacional de Colombia, con el objetivo de asegurar que los estudiantes adquieran las competencias lingüísticas necesarias para desenvolverse con fluidez y efectividad en ambientes multiculturales y en el ámbito profesional.

La Universidad Industrial de Santander, en su compromiso con la responsabilidad social y la internacionalización de sus estudiantes, se enfoca en proporcionar una formación integral que incluye el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales. Conscientes de la importancia de fomentar el conocimiento de lenguas extranjeras y la apertura a diversas culturas, la UIS ha establecido los Lineamientos Curriculares para el desarrollo de Competencias Plurilingües e Interculturales<sup>10</sup> en los Programas Académicos, como se describe en el capítulo sexto del Acuerdo del Consejo Académico No 023 de 2022. A través de estos lineamientos, la universidad busca fortalecer los procesos de internacionalización del currículo, fomentando el respeto y la valoración de la propia cultura, para así formar profesionales con una visión global y una sólida capacidad de comunicación y adaptación en contextos internacionales.

En concordancia con lo mencionado, la Universidad valora la diversidad de idiomas y culturas al momento de desarrollar la competencia plurilingüe e intercultural. Sin embargo, se destaca el inglés como la primera lengua extranjera, ya que es una herramienta fundamental para la formación científica y tecnológica, considerando que muchos avances y desarrollos se encuentran documentados en este idioma. Según el documento de referentes Institucionales para la creación, reforma y modificación de programas académicos, se espera que los estudiantes de pregrado de nivel profesional tengan al menos un nivel A1 de dominio de inglés según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER) al ingresar a la universidad. No obstante, se aclara que este requisito no define el perfil de ingreso al programa, sino que busca garantizar una base sólida para su formación académica y profesional en un contexto globalizado."

En esta línea, los estudiantes del nivel profesional universitario que obtengan un nivel A1 o superior en el examen de clasificación podrán seguir la ruta de formación institucional destinada al desarrollo de competencias plurilingües e interculturales, la cual ha sido establecida por la Universidad para los programas de pregrado. Por otra parte, aquellos que no alcancen el nivel de competencia esperado (A1) tendrán la oportunidad de tomar un curso nivelatorio, sin créditos, durante su primer semestre académico, ofrecido por el Instituto de Lenguas de la Universidad. En el caso específico del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, se implementarán las directrices institucionales previamente mencionadas, mediante las siguientes estrategias:

- En el plan de estudios del programa se incluyen ocho (8) créditos académicos definidos en el macrocurrículo para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales, que el estudiante puede tomar en trayectorias específicas de avance hasta alcanzar el requisito de egreso, nivel B1+ en inglés según el MCER, definido para los programas técnicos, tecnológicos y de pregrado de la Universidad Industrial de Santander.

Según el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022<sup>11</sup> se enuncian los siguientes parámetros para la competencia inicial en los programas de pregrado de la Universidad y se establece la ruta para cada uno: Para el nivel técnico se dan las siguientes orientaciones las cuales acoge el programa ver tabla 9:

**Tabla 9. Competencia inicial en lengua extranjera por programa académico de pregrado (Nivel Técnico)**

Competencia inicial en lengua extranjera inglés para	Competencia inicial en español como lengua extranjera para	Competencia inicial en español como lengua segunda para	Competencia inicial en español como lengua segunda para
--	--	---	---

<sup>10</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.

<sup>11</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.



estudiantes cuya lengua materna es el español.	estudiantes extranjeros cuya lengua materna es diferente al español	estudiantes cuya lengua materna es una lengua nativa diferente a LSC	estudiantes cuya lengua materna es la Lengua de Señas Colombiana (LSC)
N/A	A2 en español	A2 en español	A2 en español solo en competencia escrita

Fuente: Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 <sup>12</sup>

Los estudiantes de programas de nivel técnico que hablen español como lengua materna no requieren contar con un nivel de dominio inicial en inglés para llevar a cabo las actividades académicas incluidas en su plan de estudios. Para los estudiantes colombianos cuya lengua materna no sea el español, se espera que demuestren un nivel de dominio del español equivalente al nivel A2 según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). En el caso de aquellos cuya lengua materna sea la lengua de señas colombiana (LCS), se espera que puedan demostrar un nivel de competencia en expresión escrita en español también equivalente al nivel A2. Por otra parte, para los estudiantes extranjeros cuya lengua materna sea diferente al español, se requiere que demuestren un nivel de dominio del español como lengua extranjera (ELE) equivalente al nivel A2 según el MCER.(Universidad Industrial de Santander, 2022)

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos desarrollará la competencia lingüística e intercultural en el nivel técnico profesional en proyectos culturales y creativos en segundo y tercer semestre mediante las actividades académicas de Inglés I e inglés II respectivamente.

**Ilustración 6. Ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas técnicos para estudiantes cuya lengua materna es el español.**



Fuente: Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 <sup>13</sup>

Para obtener el grado los estudiantes de nivel técnico tendrán que haber alcanzado el nivel A1 en inglés según el MCER como se muestra en la ilustración 5 Ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas técnicos para estudiantes cuya lengua materna es el español.

En el caso de nivel tecnológico, se dan las siguientes orientaciones acogidas por el programa, ver tabla 10:

<sup>12</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.

<sup>13</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.



**Tabla 10. Competencia inicial en lengua extranjera por programa académico de pregrado (Nivel Tecnológico)**

Competencia inicial en lengua extranjera inglés para estudiantes cuya lengua materna es el español.	Competencia inicial en español como lengua extranjera para estudiantes extranjeros cuya lengua materna es diferente al español	Competencia inicial en español como lengua segunda para estudiantes cuya lengua materna es una lengua nativa diferente a LSC	Competencia inicial en español como lengua segunda para estudiantes cuya lengua materna es la Lengua de Señas Colombiana (LSC)
A1 en inglés	A1 en inglés A2 en español	A2 en español	A2 en español solo en competencia escrita

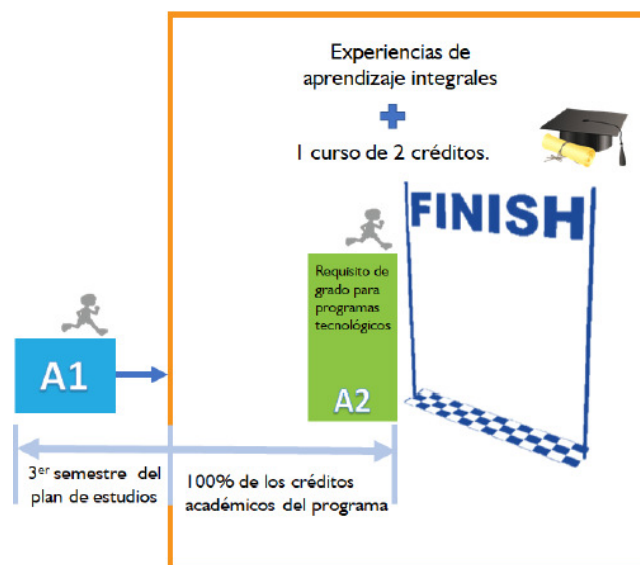
Fuente: Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022<sup>14</sup>

En el caso del nivel Tecnológico en Gestión Cultural es de esperar que el nivel de dominio de inglés de los estudiantes a su ingreso a la universidad sea de al menos A1 según el MCER, sin que este sea un requisito para determinar el perfil de ingreso en los programas académicos de este nivel de formación. Si los estudiantes alcanzan el nivel A1 o superior en un examen clasificatorio, acceden a una ruta formativa institucional para desarrollar competencias plurilingües e interculturales definidas por la universidad.

Aquellos que no alcancen el nivel A1 en el examen tienen tres primeros semestres para tomar un curso nivelatorio, ofrecido por el Instituto de Lenguas sin créditos académicos. Los estudiantes deben inscribirse según el cronograma dispuesto. Si no se presentan al examen, no podrán acceder al curso y deberán alcanzar y certificar independientemente el nivel A1 antes del tercer semestre.

Los estudiantes que no matriculen o no aprueben el curso nivelatorio deberán alcanzar el nivel A1 por sí mismos y homologarlo ante el Instituto de Lenguas, la Escuela de Idiomas o la Escuela de Educación.

**Ilustración 7. Ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas tecnológicos para estudiantes cuya lengua materna es el español**



Fuente: Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022<sup>15</sup>

En el caso del programa y dando continuidad con el nivel técnico, los estudiantes cursarán el III y IV nivel en quinto y sexto semestre respectivamente. La ilustración 5 muestra la ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales en programas tecnológicos para estudiantes cuya lengua materna es el español.

<sup>14</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.

<sup>15</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.

Por último, para el nivel profesional se dan las siguientes orientaciones las cuales acoge el programa ver tabla 11:

**Tabla 11. Competencia inicial en lengua extranjera por programa académico de pregrado (Nivel Profesional)**

Competencia inicial en lengua extranjera inglés para estudiantes cuya lengua materna es el español.	Competencia inicial en español como lengua extranjera para estudiantes extranjeros cuya lengua materna es diferente al español	Competencia inicial en español como lengua segunda para estudiantes cuya lengua materna es una lengua nativa diferente a LSC	Competencia inicial en español como lengua segunda para estudiantes cuya lengua materna es la Lengua de Señas Colombiana (LSC)
A1 en inglés	A1 en inglés A2 en español	A2 en español	A2 en español solo en competencia escrita

Fuente: Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022<sup>16</sup>

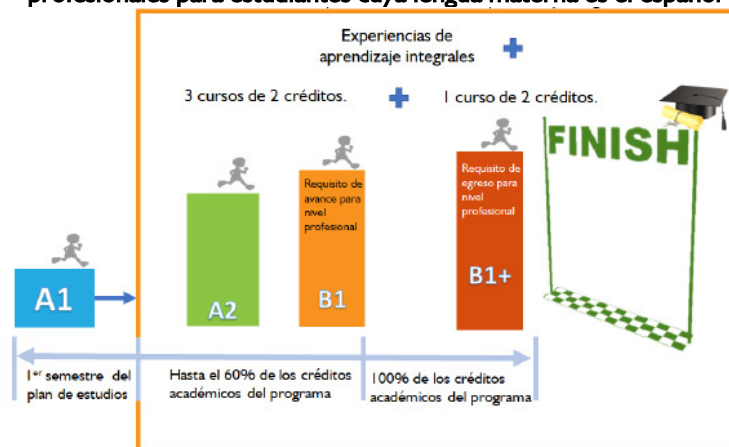
Los estudiantes de pregrado de nivel profesional no están obligados a tener un nivel mínimo de dominio del inglés (A1 según el MCER) al ingresar a la universidad. Aquellos que alcancen el nivel A1 o superior en el examen clasificatorio o que certifiquen un nivel superior podrán acceder a la ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales establecida por la universidad.

Los estudiantes que no alcancen el nivel de competencia esperado (A1) en el examen tendrán la opción de tomar un curso nivelatorio autogestionado y sin créditos ofrecido por el Instituto de Lenguas durante su primer semestre académico. Es importante inscribirse en este curso según el cronograma establecido por el instituto.

Si un estudiante no presenta el examen clasificatorio a tiempo, no podrá acceder al curso nivelatorio y deberá alcanzar y certificar el nivel A1 de manera independiente para cursar niveles posteriores ofrecidos por la universidad. Lo mismo se aplica a aquellos que no se inscriban o no aprueben el curso nivelatorio. La certificación del nivel A1 debe ser presentada para homologación antes de finalizar el primer semestre.

Los estudiantes que no matriculen o no aprueben el curso nivelatorio deberán alcanzar el nivel de dominio A1 por sí mismos y luego homologarlo ante el Instituto de Lenguas, la Escuela de Idiomas o la Escuela de Educación, según corresponda. A continuación, se muestra en la ilustración 8 la ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas profesionales para estudiantes cuya lengua materna es el español:

**Ilustración 8. Ruta formativa institucional para el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales programas profesionales para estudiantes cuya lengua materna es el español**



<sup>16</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.

Fuente: Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022<sup>17</sup>

Para el caso del programa, la totalidad de actividades académicas en referencia a las competencias plurilingües e interculturales se desarrollan en el nivel tecnológico.

## **5.8 PLAN GENERAL DE ESTUDIOS**

El plan general de estudios del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos tiene una distribución de créditos de la siguiente forma; 64 créditos en el nivel técnico, 96 créditos hasta el nivel tecnológico y 128 créditos en el nivel profesional. El nivel técnico está compuesto por 25 actividades académicas distribuidas en cuatro semestres de duración, el nivel tecnológico lo conforman 12 actividades académicas desarrolladas en dos semestres y el nivel profesional contiene 10 actividades académicas incluidas en dos semestres, para un total de 47 actividades académicas y una duración total de ocho semestres. Las actividades académicas tienen entre 1 y 4 créditos y cada uno de los semestres está compuesto por 16 créditos en total a razón de la flexibilidad de tiempo para el estudiante en cuanto a la exigencia de cada una sobre las horas de trabajo del profesor con el estudiante (HIP) y las horas de trabajo independiente del estudiante (HTI) propiciando el cumplimiento de las competencias propuestas en el plan de estudios. En la ilustración 9 se presenta el plan de estudios del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos.

---

<sup>17</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022. Referentes Institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos.

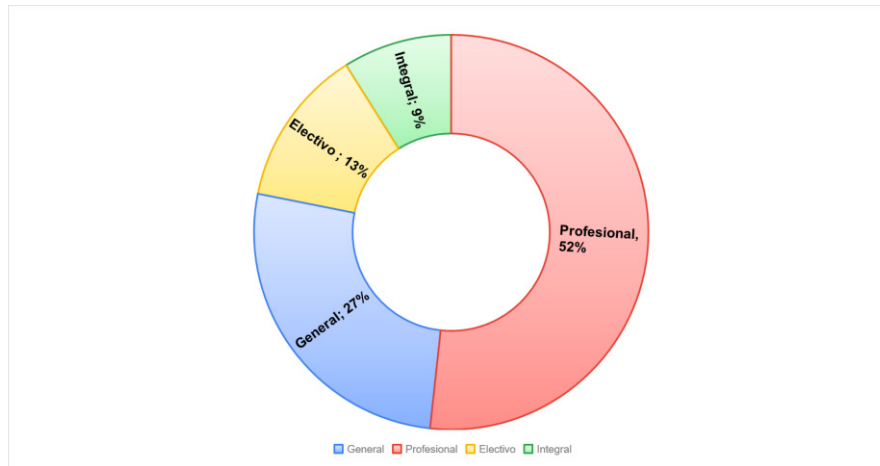
**Ilustración 9. Plan de Estudios Programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos**

PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS																																																																															
TECNÓLOGO (A) EN GESTIÓN CULTURAL Y CREATIVA																																																																															
TÉCNICO(A) PROFESIONAL EN PROYECTOS CULTURALES Y CREATIVOS																																																																															
NIVEL I	NIVEL II	NIVEL III	NIVEL IV	NIVEL V	NIVEL VI	NIVEL VII	NIVEL VIII																																																																								
<b>Cálculo</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>4</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 8</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	4	Cod.: 8				<b>Probabilidad y Estadística</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>4</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 8</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	4	Cod.: 8			<b>Investigación de Mercados</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Gestión de la propiedad intelectual</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Formulación y Evaluación de Proyectos Culturales y Creativos</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>5</td><td>1</td><td>4</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 6</td></tr> </table>	T	P	CRED	5	1	4	Cod.: 6			<b>Relaciones Públicas y Comerciales</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5											
T	P	CRED																																																																													
4	0	4																																																																													
Cod.: 8																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	4																																																																													
Cod.: 8																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
5	1	4																																																																													
Cod.: 6																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
<b>Principios de Mercadeo</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	3	Cod.: 3			<b>Derecho Empresarial y Laboral</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Creatividad</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Emprendimiento</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Gestión Humana</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Estudios Culturales</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Gestión Estratégica de Proyectos</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Gestión del Patrimonio</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5		
T	P	CRED																																																																													
2	1	3																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
<b>Introducción a la Administración Cultural y Creativa</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Gestión Contable</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Costos y Presupuestos</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Matemáticas Financieras</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Comunicación en el Sector Cultural y Creativo</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Distribución y Circulación</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Gestión Directiva</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5		
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
<b>Economía Colombiana</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Economía de la cultura</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Política Pública</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Patrimonio e Imaginarios Culturales</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Audencias I</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Investigación - Creación II</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Audencias II</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	3	Cod.: 5			<b>Investigación - Creación III</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>3</td><td>4</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 6</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	3	4	Cod.: 6		
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	3	4																																																																													
Cod.: 6																																																																															
<b>Apreciación y Producción I</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Apreciación y Producción II</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Apreciación y Producción III</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Investigación - Creación I</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	1	2	Cod.: 3			<b>Electiva transdisciplinar</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 6</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	0	3	Cod.: 6			<b>Énfasis - Electiva disciplinar</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Énfasis - Electiva disciplinar</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5			<b>Énfasis - Electiva disciplinar</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 5</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	1	3	Cod.: 5		
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
2	1	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	0	3																																																																													
Cod.: 6																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	1	3																																																																													
Cod.: 5																																																																															
<b>Expresión y Comunicación</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>0</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 3</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	0	2	Cod.: 3			<b>Electiva formativa integral</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>3</td><td>0</td><td>3</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 6</td></tr> </table>	T	P	CRED	3	0	3	Cod.: 6				<b>Electiva formativa integral</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>0</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 4</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	0	2	Cod.: 4			<b>Inglés III</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 2</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	2	Cod.: 2			<b>Inglés IV</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 2</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	2	Cod.: 2																															
T	P	CRED																																																																													
3	0	2																																																																													
Cod.: 3																																																																															
T	P	CRED																																																																													
3	0	3																																																																													
Cod.: 6																																																																															
T	P	CRED																																																																													
2	0	2																																																																													
Cod.: 4																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	2																																																																													
Cod.: 2																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	2																																																																													
Cod.: 2																																																																															
<b>Cátedra UIS</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>2</td><td>0</td><td>1</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 1</td></tr> </table>	T	P	CRED	2	0	1	Cod.: 1			<b>Inglés I</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 2</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	2	Cod.: 2			<b>Inglés II</b> <table border="1"> <tr><td>T</td><td>P</td><td>CRED</td></tr> <tr><td>4</td><td>0</td><td>2</td></tr> <tr><td colspan="3">Cod.: 2</td></tr> </table>	T	P	CRED	4	0	2	Cod.: 2																																																				
T	P	CRED																																																																													
2	0	1																																																																													
Cod.: 1																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	2																																																																													
Cod.: 2																																																																															
T	P	CRED																																																																													
4	0	2																																																																													
Cod.: 2																																																																															
<b>Total Nivel</b> 16	<b>Total Nivel</b> 16	<b>Total Nivel</b> 16	<b>Total Nivel</b> 16	<b>Total Nivel</b> 16	<b>Total Nivel</b> 16	<b>Total Nivel</b> 16	<b>Total Nivel</b> 16																																																																								

Fuente: Elaboración Propia.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos ha diseñado el proceso de formación en cuatro (4) componentes; formación general, formación integral, formación electiva y formación profesional, como lo muestra en la ilustración 10.

Ilustración 10. Distribución del Plan de Estudios por Componentes



Fuente: Elaboración Propia

Cada uno de los componentes relacionados anteriormente se encuentra alineado con lo dispuesto en el Acuerdo N° 023 del 25 de enero de 2022. A continuación, se realiza una explicación sucinta de cada componente:

- **Componente de formación general:** Comprende el desarrollo de competencias básicas y está conformado por las actividades académicas de cálculo, probabilidad y estadística, derecho empresarial y laboral, creatividad, emprendimiento, gestión contable, costos y presupuestos, matemáticas financieras, economía colombiana, economía cultural y política pública para un total de 34 créditos académicos que corresponden al 27% del programa.
- **Componente de formación profesional:** este componente complementa la formación general y busca la inmersión del estudiante en el campo de estudio enfocado a la administración, gestión y generación de proyectos, actividades propias del sector de la cultura y la creatividad. Lo integran 66 créditos correspondientes al 52% del plan de estudios. Este componente desarrolla 3 núcleos problémicos, los cuales “tienen como propósito desarrollar en los estudiantes competencias para el pensamiento sistémico, mediante el abordaje, durante un periodo académico, de determinadas situaciones o problemas pertinentes al ejercicio de una profesión, articulando saberes multidisciplinares a fin de proponer alternativas de comprensión, respuesta o satisfacción al vacío de conocimiento planteado por el problema o situación objeto de estudio”. (Universidad Industrial de Santander, 2022). Mediante estos núcleos que se desarrollan en cuarto, sexto y octavo semestre, se pretende que el estudiante aborde problemáticas reales de las organizaciones culturales y creativas, proponiendo soluciones desde un enfoque de administración y gestión, llevándolas a cabo según su nivel de formación, asimismo, son entendidos como electivos en su desarrollo ya que el estudiante puede elegir la aplicación del reto en música, artes plásticas o diseño industrial.
- **Componente de formación integral:** Las actividades académicas de este componente se encuentran enmarcadas en el acuerdo del consejo académico No. 233 de agosto 10 de 2021, el cual propone: “a la formación integral como el conjunto de actividades de aprendizaje que desde el ámbito macro-

curricular posibilita el desarrollo de los rasgos de la impronta común en los egresados” este componente está compuesto por 11 créditos que equivalen al 9% del plan de estudios.

- **Componente de formación electivo:** Considera actividades académicas electivas de formación integral, transdisciplinar y disciplinares, las cuales permiten el tránsito flexible de los estudiantes en su proceso de formación. Están compuestas por 17 créditos académicos para un porcentaje del 13%.

En total, los créditos electivos y de formación integral, tienen un porcentaje total del 22% del plan de estudios y propenden formar competencias genéricas y ciudadanas, así como de idiomas, específicamente en inglés. También propenden por la capacidad de situar su ejercicio humano y profesional dentro de un contexto que se sitúa en las diversas dimensiones del ser social y promueven el desarrollo humano en las dimensiones subjetiva, social y científico-tecnológica, como lo indica el modelo pedagógico UIS.

Se realiza también, la agrupación de las actividades académicas en teóricas, teórico – prácticas, nucleares, electivas e inglés de la siguiente forma:

- Actividades académicas teóricas: Se centran en desarrollar conocimientos teóricos y conceptuales sobre un tema o área específica. El profesor desplegará información, teorías, principios y fundamentos relacionados con la materia de estudio. Asimismo, los cursos se apoyarán en estrategias pedagógicas actualizadas como conferencias con expertos, presentaciones mediante uso de recursos audiovisuales, actividades COIL, líneas de tiempo, aprendizaje basado en problemas, proyectos entre otros, para explicar los conceptos clave y proporcionar una base sólida de conocimientos. Estas actividades académicas representan el 33% del plan de estudios.

- Actividades académicas teórico- prácticas: Comprenden el 51% del plan de estudios y buscan la combinación de la teoría y la práctica para proporcionar a los estudiantes una experiencia de aprendizaje completa y efectiva. En este tipo de actividades académicas, se pretende equilibrar la adquisición de conocimientos teóricos con la aplicación práctica de esos conocimientos en situaciones reales por medio de estrategias pedagógicas como el aprendizaje basado en retos, proyectos, simulaciones, el uso de laboratorios entre otras.

- Actividades nucleares: son centrales en el proceso de formación y corresponden al 7% del plan de estudios, proporcionan los conocimientos fundamentales ya que están alineados con las actividades académicas del mismo semestre y darán respuesta a necesidades que se encuentren en las organizaciones de su entorno. Estas actividades académicas propenden por el acercamiento del estudiante al ejercicio de su profesión, dando una visión integral y mostrando su injerencia como futuro profesional.

- Actividades académicas electivas (formación integral, transdisciplinares y disciplinares): Complementan la formación del estudiante de una manera integral y propenden por la flexibilidad del plan de estudios, abarcan el 13% del plan de estudios.

- Actividades académicas lengua extranjera: Se encuentra conformada por el 9% del plan de estudios y comprende cuatro niveles de inglés. El primer y segundo nivel se concentran en el segundo y tercer semestre del técnico profesional, el tercero y cuarto nivel se encuentran en el quinto y sexto semestre del nivel tecnológico, asegurando el cumplimiento de los niveles requeridos en el pregrado profesional para esta competencia.

El plan general de estudios da cumplimiento a las políticas institucionales para los programas conformados por ciclos propedéuticos dando lugar a las rutas para transitar de un ciclo a otro y la definición de los módulos en cada ciclo.

Según el Decreto No. 1075 del 26 de mayo de 2015 expedido por el Ministerio de Educación Nacional en su artículo 2.5.1.4.1. De los ciclos propedéuticos, se dan cuando las actividades del programa se encuentran “organizadas en ciclos secuenciales y complementarios, cada uno de los cuales brindan una formación integral correspondiente a ese ciclo y conduce a un título que habilita tanto para el desempeño laboral correspondiente a la formación obtenida, como para continuar en el ciclo siguiente. Para ingresar a un ciclo superior en la formación organizada por ciclos propedéuticos es requisito indispensable tener el título correspondiente al ciclo anterior”.

En el marco de esta normativa y en consonancia con el art. 22 de la resolución 21795 del 2020 “aspectos curriculares de los programas académicos articulados por ciclos propedéuticos”, el programa desarrolla su proceso formativo teniendo en cuenta los ciclos; técnico profesional el cual tiene una duración de cuatro semestres, el ciclo tecnológico con duración de dos semestres y el ciclo profesional conformado por dos semestres, así mismo, el ciclo tecnológico y el ciclo profesional contienen el componente propedéutico del programa como se expresa en la tabla 12:

**Tabla 12. Componente propedéutico del programa**

Ciclo	Actividades Académicas	Créditos	HIP	HTI	Total
Ciclo Técnico Profesional	Política Pública	3	4	5	9
	Emprendimiento	3	4	5	9
Ciclo Tecnológico	Producción de Eventos, Espectáculos y Espacios	2	3	3	6
	Audiencias I	2	4	5	9

*Fuente: Elaboración Propia.*

Teniendo en cuenta lo anterior, en la tabla 13 se exponen las actividades académicas que conforman el plan general de estudios del programa entendiendo que la duración en semanas será de 16 dentro de cada periodo académico.

La relación de horas de trabajo del estudiante con interacción con el profesor vs. de trabajo independiente según nivel de formación: HIP: HTI para el nivel técnico distribuido en las actividades académicas son:

- Relación 1:1 para las actividades académicas: Principios de mercadeo, Introducción a la Administración Cultural y Creativa, Apreciación y Producción I, Apreciación Producción II, Apreciación Producción III, Expresión y Comunicación, Creatividad, Patrimonio e Imaginarios Culturales.
- Relación 1:1,25 para las actividades académicas: Economía Colombiana, Derecho Empresarial y laboral, Gestión Contable, Economía de la cultura, Costos y Presupuestos, Política Pública, Investigación de Mercados, Emprendimiento, Matemáticas Financieras, Patrimonio e Imaginarios Culturales.
- Relación 1:2 para las actividades académicas: Calculo, Cátedra UIS, Electivas de Formación Integral, inglés I, Probabilidad y Estadística, inglés II.

La relación de horas de trabajo del estudiante con interacción con el profesor vs. de trabajo independiente según nivel de formación: HIP: HTI para el nivel tecnológico distribuido en las actividades académicas son:

- Relación 1:1 para las actividades académicas: Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos, Comunicación en el Sector Cultural y Creativo.

- Relación 1:1,25 para las actividades académicas: Gestión de la propiedad intelectual, Gestión Humana, Audiencias I, Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos, Estudios Culturales, Investigación - Creación II, Énfasis - Electiva disciplinar.
- Relación 1:2 para las actividades académicas: Electiva transdisciplinar, inglés III, Inglés IV.

La relación de horas de trabajo del estudiante con interacción con el profesor vs. de trabajo independiente según nivel de formación: HIP: HTI para el nivel profesional distribuido en las actividades académicas son:

- Relación 1:1 para las actividades académicas: Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento, Investigación - Creación III
- Relación 1:1,25 para las actividades académicas: Gestión Estratégica de Proyectos, Distribución y Circulación, Audiencias II, Énfasis - Electivas disciplinares, Relaciones públicas y comerciales, Gestión del patrimonio, Gestión directiva.

Asimismo, la valoración del crédito académico se entiende como HIP (horas de interacción del estudiante con el profesor, teóricas ó prácticas, sincrónicas o asincrónicas) y las HTI (horas de trabajo independiente o autónomo) requeridas para alcanzar los resultados de aprendizaje esperados.

En total:

- Las horas de interacción profesor – estudiante, teóricas sincrónicas en físico suman un total de: 134 horas.
- Las horas de interacción profesor – estudiante, teóricas sincrónicas en línea suman un total de: 16 horas.
- Las horas de interacción profesor – estudiante, prácticas sincrónicas en físico suman un total de: 26 horas.
- Las horas de trabajo independiente del estudiante suman un total de: 208 horas.

Lo anterior se visualiza en la tabla 13, Plan de Estudios:

**Tabla 13. Plan de estudios**

Nivel	Código	Actividad académica	Horas /semana							Créditos	Requisitos	Evaluación cuantitativa o cualitativa	Obligatoria o electiva	UA a cargo de la actividad académica
			HIP						HTI					
			Teóricas			Prácticas								
			Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas						
			En físico	En línea		En físico	En línea							
I		Cálculo	4	-	-	-	-	-	8	4	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Principios de Mercadeo	2	-	-	1	-	-	3	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Introducción a la Administración Cultural y Creativa	2	-	-	1	-	-	3	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Economía Colombiana	3	-	-	1	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Apreciación y Producción I	2	-	-	1	-	-	3	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Expresión y Comunicación	3	-	-	-	-	-	3	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración



		Cátedra UIS	2	-	-	-	-	-	1	1	-	Cualitativa	Obligatoria	Vicerrectoría Académica
		Total Nivel I	18	0	0	4	0	0	26	16				
II		Derecho Empresarial y Laboral	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Gestión Contable	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Economía de la cultura	3	-	-	I	-	-	5	3	Economía Colombiana	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Apreciación y Producción II	2	-	-	I	-	-	3	2	Apreciación y Producción I	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Electiva formativa integral	3	-	-	-	-	-	6	3	-	Cuantitativa	Electiva	
		Inglés I	-	4	-	-	-	-	2	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Instituto de Lenguas
		Total Nivel 2	16	4	0	2	0	0	26	16				
III		Probabilidad y Estadística	3	-	-	I	-	-	8	4	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Creatividad	2	-	-	I	-	-	3	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Costos y Presupuestos	4	-	-	-	-	-	5	3	Gestión Contable	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Política Pública	4	-	-	-	-	-	5	3	Economía de la Cultura	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Apreciación y Producción III	2	-	-	I	-	-	3	2	Apreciación y Producción II	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Inglés II	-	4	-	-	-	-	2	2	Inglés I	Cuantitativa	Obligatoria	Instituto de Lenguas
		Total Nivel 3	15	4	0	3	0	0	26	16				
IV		Investigación de Mercados	3	-	-	I	-	-	5	3	Principios de Mercadeo y Probabilidad y Estadística	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Emprendimiento	3	-	-	I	-	-	5	3	Creatividad	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Matemáticas Financieras	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Patrimonio e Imaginarios Culturales	3	-	-	I	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Investigación - Creación I	2	-	-	I	-	-	3	2	Apreciación Producción III	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Electiva formativa integral	2	-	-	-	-	-	4	2	-	Cuantitativa	Electiva	
		Total Nivel 4	17	0	0	4	0	0	27	16				
V		Gestión de la propiedad intelectual	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Gestión Humana	3	-	-	I	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración

		Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos	2	-	-	I	-	-	3	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Audiencias I	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Electiva transdisciplinar	3						6	3	-	Cuantitativa	Electiva	
		Inglés III	-	4	-	-	-	-	2	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Instituto de Lenguas
		<b>Total Nivel 5</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>16</b>				
VI		Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos	4	-	-	-	-	-	5	3	Gestión Humana y Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Estudios Culturales	3	-	-	I	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Comunicación en el Sector Cultural y Creativo	2	-	-	I	-	-	3	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Investigación - Creación II	3	-	-	I	-	-	5	3	Audiencias I	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Énfasis - Electiva disciplinar	3	-	-	I	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Electiva	Escuela de Economía y Administración
		Inglés IV	-	4	-	-	-	-	2	2	-	Cuantitativa	Obligatoria	Instituto de Lenguas
		<b>Total Nivel 6</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>16</b>				
VII		Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento	5	-	-	I	-	-	6	4	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Gestión Estratégica de Proyectos	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Distribución y Circulación	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Audiencias II	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Énfasis - Electiva disciplinar	3	-	-	I	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Electiva	Escuela de Economía y Administración
		<b>Total Nivel 7</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>16</b>				
VIII		Relaciones públicas y comerciales	4	-	-	-	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Gestión del patrimonio	3	-	-	I	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Gestión directiva	4	-	-	-	-	-	5	3	Gestión Estratégica de Proyectos	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Investigación - Creación III	3	-	-	3	-	-	6	4	Gestión Estratégica de Proyectos	Cuantitativa	Obligatoria	Escuela de Economía y Administración
		Énfasis - Electiva disciplinar	3	-	-	I	-	-	5	3	-	Cuantitativa	Electiva	Escuela de Economía y Administración
		<b>Total Nivel 8</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>16</b>				

		Total del Programa	134	16	0	26	0	0	208	128				
--	--	--------------------	-----	----	---	----	---	---	-----	-----	--	--	--	--

Fuente: *Elaboración propia.*

HIP: Hora de interacción con el profesor T: Hora teórica O: Obligatorio Créd.: Créditos

HTI: Hora de trabajo independiente P: Hora práctica E: Electivo UAA: Unidad académico-administrativa

**Tabla I4. Distribución de los créditos académicos por nivel**

Nivel	Créditos académicos
I	16
II	16
III	16
IV	16
V	16
VI	16
VII	16
VIII	16
Total	128

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas ofrece una experiencia educativa enriquecedora al incluir la posibilidad de optar por actividades académicas electivas. Esta flexibilidad curricular se fundamenta en la comprensión de que el sector cultural y creativo está en constante evolución y requiere una formación que se adapte a sus dinámicas cambiantes.

Según el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 el cual establece los referentes para creación, reforma y modificación programas académicos (Universidad Industrial de Santander, 2022) las actividades académicas electivas pueden ser: electivas disciplinares, electivas transdisciplinares o electivas de formación integral. Citando el acuerdo a continuación, se relaciona cada una de ellas:

- Las electivas de formación integral: Son actividades académicas de libre elección ofrecidas en la universidad para el desarrollo integral del estudiante y el desarrollo de competencias no asociadas a un campo disciplinar como competencias genéricas y ciudadanas, entre otras.
- Las Electivas Transdisciplinares: Son actividades académicas ofrecidas por programas diferentes al cursado por el estudiante que pertenecen a otras facultades, cuyo objetivo es la formación de competencias específicas que a pesar de no ser afines a su campo de desempeño disciplinar lo complementan y que el estudiante puede elegir para complementar su perfil profesional y desarrollar competencias para el trabajo transdisciplinar e interdisciplinar.
- Las electivas disciplinares: Son las actividades académicas propuestas por los programas académicos de la universidad que el estudiante puede elegir de acuerdo con su interés de profundizar en un área específica de su disciplina ya sea directamente relacionada con su profesión o complementarias a ella. A pesar de ser propuestas por el programa las electivas disciplinares pueden estar directamente relacionadas con la profesión y ser ofrecidas directamente por el programa o desarrollar competencias afines al campo de desempeño profesional y ser ofrecidas por programas académicos diferentes al cursado por los estudiantes, generalmente de su misma facultad.

Por ello, el programa tiene una oferta de electivas disciplinares y se compromete a mantenerse en constante análisis del sector, identificando las necesidades emergentes y relevantes para complementar su oferta educativa en esta área y proponer nuevas oportunidades de formación según las tendencias vigentes. En la tabla I5 se encuentran las electivas disciplinares del programa.

Tabla 15. Electivas

Código	Actividad académica	Créditos académicos	Tipo de electiva*	Requisitos	UA a cargo de la actividad académica
Creatividad y Medios					
	Gestión de Contenidos Digitales	3	<b>AAED</b>	No tiene requisitos previos	Escuela de Economía y Administración
	Artes Audiovisuales	3	<b>AAED</b>	No tiene requisitos previos	Escuela de Economía y Administración
Herencia Cultural					
	Visión del Turismo Mundial	3	<b>AAED</b>	No tiene requisitos previos	Escuela de Economía y Administración
	Diseño de Producto Turístico	3	<b>AAED</b>	No tiene requisitos previos	Escuela de Economía y Administración
Creaciones Funcionales					
	Usabilidad	3	<b>AAED</b>	No tiene requisitos previos	Escuela de Economía y Administración
	Fotografía Digital	3	<b>AAED</b>	No tiene requisitos previos	Escuela de Economía y Administración

\* **AAED**: actividad académica electiva disciplinar; **AAET**: actividad académica electiva transdisciplinar; **AAEF**: actividad académica electiva de formación integral.

### 5.8.1 Articulación de las macro competencias con el plan general de estudios.

A continuación, se presenta la articulación de las macro competencias con el plan general de estudios y sus actividades académicas, Tabla 16:

Tabla 16. Macro competencias del programa y su relación con el plan de estudios

Nivel	Actividad académica	Macro competencias															
		Genéricas y ciudadanas				Específicas											
		<p>MGC1: Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.</p>	<p>MGC2: Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.</p>	<p>MGC3: Competencia comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.</p>	<p>MGC4: Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla</p>	<p>MGC5: Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo</p>	<p>MGC6: Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina</p>	<p>MGC7: Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial</p>	<p>tMCE1: Describe el entorno de las economías culturales y creativas y los factores relevantes que influyen en la sostenibilidad de las organizaciones del sector, así como la importancia en las decisiones estratégicas.</p>	<p>tMCE2: Reconoce la importancia del patrimonio tangible e intangible en las economías culturales y creativas.</p>	<p>tMCE3: Comprende los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización y su relación con las audiencias, junto con sus necesidades y preferencias, participando en la concepción y desarrollo de productos artísticos que generen impacto y conexión con las audiencias.</p>	<p>tMCE4: Reconoce el contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global y su impacto en el sector cultural y creativo.</p>	<p>tMCE5: Identifica los conceptos técnicos y criterios básicos sobre proyectos, programas y planes en el sector cultural y creativo, así como las capacidades económico-financiera e intereses de diversos actores relevantes y las oportunidades de colaboración en el sector cultural y creativo.</p>	<p>tMCE6: Interpreta la importancia de las políticas junto con los fundamentos y objetivos de las mismas en el sector cultural y creativo a nivel regional y nacional.</p>	<p>tMCE8: Emplea la contabilidad, los informes financieros y los sistemas de información de costos y presupuestos para la toma de decisiones de los usuarios de la información financiera y no financiera en el corto, mediano y largo plazo.</p>		
		<b>Nivel Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos</b>															
I	Principios de Mercadeo		X			X		X									
	Introducción a la Administración Cultural y Creativa				X			X				X					
II	Economía Colombiana	X			X							X					
	Apreciación y Producción I				X			X			X						
II	Expresión y Comunicación	X						X									
	Cátedra UIS	X															
II	Derecho Empresarial y Laboral						X										
	Gestión Contable																
II	Economía de la cultura	X										X					
																	X

Nivel	Actividad académica	Macro competencias																					
		Genéricas y ciudadanas							Específicas														
III	Apreciación y Producción II Inglés I Probabilidad y Estadística Creatividad Costos y Presupuestos Política Pública Apreciación y Producción III Inglés II	MGC1: Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.																					
		MGC2: Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.																					
		MGC3: Competencia comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.																					
		MGC4: Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla																					
		MGC5: Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo																					
		MGC6: Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina																					
		MGC7: Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial																					
		tMCE1: Describe el entorno de las economías culturales y creativas y los factores relevantes que influyen en la sostenibilidad de las organizaciones del sector, así como la importancia en las decisiones estratégicas.																					
		tMCE2: Reconoce la importancia del patrimonio tangible e intangible en las economías culturales y creativas.																					
		tMCE3: Comprende los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización y su relación con las audiencias, junto con sus necesidades y preferencias, participando en la concepción y desarrollo de productos artísticos que generen impacto y conexión con las audiencias.																					
tMCE4: Reconoce el contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global y su impacto en el sector cultural y creativo.																							
tMCE5: Identifica los conceptos técnicos y criterios básicos sobre proyectos, programas y planes en el sector cultural y creativo, así como las capacidades económico-financiera e intereses de diversos actores relevantes y las oportunidades de colaboración en el sector cultural y creativo.																							
tMCE6: Interpreta la importancia de las políticas junto con los fundamentos y objetivos de las mismas en el sector cultural y creativo a nivel regional y nacional.																							
tMCE8: Emplea la contabilidad, los informes financieros y los sistemas de información de costos y presupuestos para la toma de decisiones de los usuarios de la información financiera y no financiera en el corto, mediano y largo plazo.																							
IV	Investigación - Creación I																						

Nivel	Actividad académica	Macro competencias																			
		Genéricas y ciudadanas							Específicas												
V	Gestión de la propiedad intelectual	MGCI: Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.																			
		MGC2: Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.																			
		MGC3: Competencia comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.						X													
		MGC4: Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla										X									
		MGC5: Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo																			
		MGC6: Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina										X									
		MGC7: Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial											X								
		TMCE1: Analiza de manera sistemática las situaciones organizacionales y del entorno de las economías culturales y creativas, así como las tendencias y oportunidades relevantes para la construcción de marcos teóricos y herramientas de análisis estratégico, incluyendo el concepto de sostenibilidad económica, social y cultural en las decisiones de corto, mediano y largo plazo.																			
		TMCE2: Analiza estrategias de preservación y promoción del patrimonio cultural considerando el impacto social y cultural de la valoración y preservación.																			X
		TMCE3: Articula los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, considerando la innovación y la creatividad mediante estrategias que involucren la segmentación de mercado, la creación de propuestas de valor diferenciadas y la implementación de estrategias de comunicación y promoción.																		X	
TMCE4: Analiza de manera crítica el entorno político, económico, legal y social, para generar oportunidades en el sector cultural y creativo.																			X		
TMCE5: Aplica metodologías y herramientas de planeación y evaluación de proyectos para asegurar la viabilidad y el impacto de las propuestas, así como la cooperación y el trabajo en red.																			X		
TMCE6: Analiza propuestas de políticas culturales y creativas que promuevan el desarrollo sostenible y la posición competitiva de la industria a nivel regional y nacional.																					
TMCE7: Coordina los equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.																			X		
TMCE8: Analiza la información financiera y contable necesarios para el diagnóstico, planeación, control y toma de decisiones de los distintos entes económicos que permitan tomar decisiones de inversión, financiación y planificación en el corto y largo plazo.																			X		
TMCE9: Analiza los procesos y requerimientos tecnológicos y técnicos básicos involucrados en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos.																			X		
VI	Estudios Culturales																				
		Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos																		X	
	Comunicación en el Sector Cultural y Creativo																			X	
																				X	

Nivel Tecnológico – Tecnología en Gestión Cultural y Creativa

	Nivel		
Investigación - Creación II Inglés IV	Actividad académica		
		MGC1: Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	Genéricas y ciudadanas
		MGC2: Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	
		MGC3: Competencia comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	
		MGC4: Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	
		MGC5: Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	
X		MGC6: Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	
X		MGC7: Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	
	X	TMCE1: Analiza de manera sistemática las situaciones organizacionales y del entorno de las economías culturales y creativas, así como las tendencias y oportunidades relevantes para la construcción de marcos teóricos y herramientas de análisis estratégico, incluyendo el concepto de sostenibilidad económica, social y cultural en las decisiones de corto, mediano y largo plazo.	Macro competencias
	X	TMCE2: Analiza estrategias de preservación y promoción del patrimonio cultural considerando el impacto social y cultural de la valoración y preservación.	
	X	TMCE3: Articula los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, considerando la innovación y la creatividad mediante estrategias que involucren la segmentación de mercado, la creación de propuestas de valor diferenciadas y la implementación de estrategias de comunicación y promoción.	
	X	TMCE4: Analiza de manera crítica el entorno político, económico, legal y social, para generar oportunidades en el sector cultural y creativo.	
	X	TMCE5: Aplica metodologías y herramientas de planeación y evaluación de proyectos para asegurar la viabilidad y el impacto de las propuestas, así como la cooperación y el trabajo en red.	
	X	TMCE6: Analiza propuestas de políticas culturales y creativas que promuevan el desarrollo sostenible y la posición competitiva de la industria a nivel regional y nacional.	
	X	TMCE7: Coordina los equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.	
	X	TMCE8: Analiza la información financiera y contable necesarios para el diagnóstico, planeación, control y toma de decisiones de los distintos entes económicos que permitan tomar decisiones de inversión, financiación y planificación en el corto y largo plazo.	
	X	TMCE9: Analiza los procesos y requerimientos tecnológicos y técnicos básicos involucrados en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos.	
			Específicas



Nivel	Actividad académica	Macro competencias																			
		Genéricas y ciudadanas							Específicas												
VII	Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento	MGC1: Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.																			
		MGC2: Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.					X														
		MGC3: Competencia comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.								X											
		MGC4: Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla										X									
		MGC5: Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo											X								
		MGC6: Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina																			
		MGC7: Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial										X									
		PMCE1: Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio.												X							
		PMCE3: Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad competitiva del sector.													X						
		PMCE5: Propone proyectos, programas y políticas que involucran a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinares, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas.														X					
VIII	Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento	PMCE7: Propone alternativas para la gestión de los recursos, la coordinación de equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.																			
		PMCE8: Diseña estrategias financieras y administrativas para la optimización de los recursos disponibles utilizando sistemas de control y seguimiento para evaluar el desempeño y la eficiencia de los recursos administrativos y económicos.																			

Nivel Profesional – Profesional Universitario en Administración de Empresas Culturales y Creativas

### 5.8.2 Requisitos de graduación

El título es el logro académico que alcanza una persona a la culminación de un programa de formación universitaria y que, según la ley, lo acredita para el ejercicio de una profesión, Reglamento estudiantil de pregrado (Universidad Industrial de Santander, 2015).

Los requisitos de grado del programa se encuentran dispuestos en el Título V, del capítulo XI del Reglamento Académico Estudiantil de Pregrado de la Universidad Industrial de Santander que en los artículos 147 y 148 los cuales establecen que “para que un estudiante pueda obtener su título profesional debe tener al final de su carrera un promedio ponderado acumulado igual o superior a tres, dos, cero (3.20) y presentar, en la Dirección de Admisiones y Registro Académico y dentro de los plazos estipulados por ésta, los siguientes documentos:

a. Cédula de ciudadanía o cédula de extranjería.

b. El certificado de presentación del Examen de Calidad de la Educación Superior conforme a lo dispuesto en el artículo 2° del Decreto 4216 del 30 de octubre de 2009 del Ministerio de Educación Nacional”.

Así mismo, según el Acuerdo N° 023 de 2022. Por el cual se aprueban los referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos de la Universidad Industrial de Santander, para obtener el grado los estudiantes de programas de nivel profesional tendrán que haber alcanzado el nivel BI+ en inglés según el MCER. Para lograrlo el estudiante deberá demostrar haber alcanzado el nivel de dominio BI según el MCER en inglés hasta que haya cumplido con el 60% de los créditos académicos definidos en su plan de estudio, ya sea mediante la realización de tres (3) cursos de dos (2) créditos académicos cada uno, ofrecidos por la Universidad, o validación de nivel de lengua superior a BI, mediante prueba estandarizada.

Una vez el estudiante demuestra que alcanzó el nivel BI, tendrá la oportunidad de realizar un curso que eleve su nivel de competencia a BI+, equivalente a dos (2) créditos académicos, que harán parte del 40% de los créditos académicos restante en su plan de estudios; al final del curso, el estudiante presentará la prueba de certificación de competencia de nivel BI+, cuyo resultado constituye la evidencia del cumplimiento del requisito de egreso.

## 5.9 ESTRATEGIAS Y PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS Y DIDÁCTICAS

En Coherencia con el proyecto educativo institucional (Universidad Industrial de Santander, 2021), el programa ha sido diseñado tomando como base el currículo y las estrategias pedagógicas que garantizan la pertinencia y la flexibilidad y a su vez, se encuentra centrado en el estudiante y en su formación integral.

En este contexto, el modelo pedagógico de la UIS articulado a la normativa nacional y proyectando un programa basado en altos estándares de calidad, ha declarado los siguientes aspectos curriculares a tener en cuenta como línea orientadora:

- Que se encuentre centrado en el aprendizaje y el sujeto que aprende.
- Que este Orientado a la formación para la innovación.
- Que sea asistido por el uso de tecnologías de la información y la comunicación.
- Que se materialice en la impronta de rasgos comunes de los egresados.
- Que se despliegue en los ámbitos macro, meso y micro-curricular.

Con el fin de alcanzar una formación integral y acorde con las necesidades de la sociedad actual, el modelo pedagógico de la universidad establece la formación de profesionales competentes en sus disciplinas y culturalmente éticos, capaces de adaptarse a diferentes contextos, y que se destaquen por su honestidad, pensamiento crítico, innovación, sensibilidad y responsabilidad.

Además, promueve que los estudiantes sean personas socialmente comprometidas, que valoren el respeto por los derechos humanos, la protección del medio ambiente, la conservación de la biodiversidad, la convivencia pacífica, la cohesión social y la promoción de la democracia, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En este sentido, el ejercicio de los profesores en su práctica pedagógica es de vital importancia en la relación profesor estudiante – objeto de estudio para lo cual, deben propender por el uso de metodologías, estrategias, ambientes de aprendizaje, diseño instruccional, uso de recursos para el aprendizaje, sistema de evaluación y retroalimentación oportuna.

El profesor asume con responsabilidad su papel transformador, mientras que el estudiante se involucra activamente en la co-creación de su experiencia de aprendizaje en conjunto con sus compañeros. En este sentido, los protagonistas son los estudiantes en compañía de los profesores, quienes se convierten en pilares fundamentales para el éxito educativo.

En esta dinámica, el profesor se esfuerza por crear ambientes de aprendizaje estimulantes y participativos. Implementa estrategias de enseñanza que fomentan la reflexión, la creatividad y el pensamiento crítico en los estudiantes. De la misma forma, se lleva a cabo una evaluación continua del progreso de las competencias alcanzadas por los estudiantes, lo que le permite valorar el logro de las micro y macro competencias y los resultados de aprendizaje establecidos. Además, el profesor se dedica a brindar retroalimentación oportuna y constructiva, con el propósito de enriquecer y perfeccionar el proceso de aprendizaje.

En este mismo contexto, el modelo pedagógico los concibe en tres niveles para los ámbitos en que se desarrolla el proceso de aprendizaje del programa; macro curricular, meso curricular y micro curricular.

A nivel macro curricular, se aborda la interacción con el sector externo y los ambientes de aprendizaje necesarios, demuestra la capacidad institucional para atender las necesidades educativas. En este sentido, en la Universidad, se enfoca en proporcionar una formación integral mediante programas y proyectos que incluyen el bienestar estudiantil, actividades culturales y deportivas, el sistema de excelencia académica, apoyo a la movilidad, convenios, cátedras magistrales y programas para desarrollar habilidades comunicativas en otras lenguas. Los procesos formativos se orientan hacia la ciencia, destacando el desarrollo de competencias genéricas, ciudadanas y específicas del estudiante, junto con la promoción de capacidades creativas para abordar problemas y adoptar posturas críticas fundamentadas en la reflexión y una ética social. Así pues, el modelo pedagógico de la universidad se basa en enfoques científicos sobre el aprendizaje

humano, sus mecanismos neurofisiológicos y psico-afectivos, lo que guía la definición de estrategias de aprendizaje y busca la calidad y pertinencia en diferentes contextos. La universidad también busca la innovación pedagógica y la formación para la innovación, asegurando un constante monitoreo, mejora y adaptación de las estrategias pedagógicas para el desarrollo integral de los estudiantes.

Por su parte, el meso-currículo, implica que el diseño del programa este articulado con el entorno, las políticas académicas más recientes, como la política de género y la política de educación inclusiva, y debe enfocarse en fomentar la formación para la investigación y la innovación. El objetivo es que el egresado cumpla con los resultados de aprendizaje, demostrando sus conocimientos, habilidades y actitudes adecuadas para un desempeño profesional acorde con la definición, modalidad y fundamentación del programa.

Además, el meso-currículo busca el desarrollo de competencias en el estudiante, centradas en el individuo y desplegadas a lo largo de todo el proceso formativo. A partir de los resultados de aprendizaje declarados, se definen las macro-competencias relacionadas con competencias genéricas, ciudadanas y específicas, y a partir de estas, se detallan las micro competencias clasificadas en cognitivas, procedimentales y actitudinales. El objetivo es que el estudiante pueda demostrar un desempeño aceptable en relación con las competencias establecidas, manteniendo un seguimiento y acompañamiento durante todo el proceso formativo, ya que se reconoce que el desarrollo de las competencias es un proceso gradual. Por lo tanto, para evaluarlas, se debe comprender los diferentes momentos expresados claramente en el plan de estudios.

El micro currículo es una parte esencial del proceso educativo que se expresa a través de diversos elementos curriculares dispuestos en cada una de las actividades académicas en las estrategias pedagógicas y didácticas como lo son; los proyectos integradores, núcleos temáticos, cátedras magistrales y programas de prácticas, entre otros. En el enfoque institucional, el aprendizaje se concibe desde una perspectiva constructivista, reconociendo que la construcción del conocimiento es una tarea individual en la que el estudiante desempeña un papel fundamental como agente activo en su propio proceso de aprendizaje. Por otro lado, el profesor asume la responsabilidad de guiar y acompañar al estudiante, reduciendo la brecha entre lo que se quiere aprender y lo que realmente se ha aprendido. La concepción del aprendizaje como una construcción individual implica que este proceso está influenciado por las experiencias y conocimientos previos de cada estudiante, lo que puede dar lugar a ritmos de aprendizaje diferentes. En este sentido, el trabajo colaborativo se convierte en una valiosa estrategia que permite compartir, analizar y confrontar estas experiencias previas, enriqueciendo el aprendizaje de todos los participantes involucrados. A través de esta interacción y cooperación, se potencia el desarrollo de cada estudiante y se fomenta un ambiente de aprendizaje enriquecedor y participativo.

Teniendo esto en cuenta, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, orienta el proceso formativo centrado en el estudiante y la construcción dialógica para promover una formación integral que responde al derecho de cada individuo como ser humano. Para favorecer los valores y principios que orientan el modelo pedagógico institucional, el programa enfatiza lo siguiente:

- La confianza e inteligencia colectiva: La Universidad es un espacio de reconocimiento mutuo en las relaciones, lo que permite definir, elaborar e integrar propósitos, movilizar eficazmente el conocimiento y las competencias, y abrir canales de interacción y trabajo colaborativo y transdisciplinario. Esto apoya la gestión institucional, la vida en comunidad y la resolución de desafíos complejos.
- La actitud dialógica, tolerante y pluralista: Se reconoce en la UIS que el desacuerdo es una parte natural de la construcción de consensos basados en argumentaciones razonadas y razonables. Las relaciones comunicativas son inclusivas y pluralistas, sostenidas en el reconocimiento mutuo de deberes y derechos de los interlocutores, lo que amplía el horizonte de las convicciones individuales.
- La libertad de cátedra y de aprendizaje: El diseño y desarrollo de experiencias de aprendizaje se basan en referentes establecidos de manera consensuada en los proyectos educativos institucionales. El quehacer educativo de la Universidad se fundamenta en el diálogo, la investigación, la valoración de formas

de aprendizaje y de objetos de conocimiento, el respeto a la dignidad de las personas y de la institución, y una actitud crítica y propositiva.

### Descripción de los ambientes de aprendizaje físicos y virtuales, herramientas tecnológicas y estrategias de interacción, en el marco del modelo o modelos pedagógicos y didácticos del programa académico.

Continuando con lo mencionado anteriormente, es de gran importancia referirse a los ambientes de aprendizaje <sup>18</sup> con los que cuenta el programa y en los cuales se lleva a cabo el desarrollo de las actividades académicas con horas de trabajo directas con el profesor, pero también con horas de trabajo independiente del estudiante:

#### - Ambientes de aprendizaje físicos:

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas de la Escuela de Economía y Administración, se desarrollará principalmente en la sede Floridablanca de la Universidad Industrial de Santander. Esta sede está equipada con infraestructura física de calidad, la cual tiene aulas para la docencia, laboratorios, espacios para investigación, biblioteca y administración. Los detalles específicos sobre estos ambientes de aprendizaje físico se encuentran en el apartado II correspondiente a Infraestructura física y tecnológica de este documento.

Además, el programa también contará con acceso a los espacios de la sede central, los cuales comprenden laboratorios, espacios deportivos, auditorios y otros recursos. Asimismo, la Escuela de Economía y Administración, ofrece una variedad de espacios en su sede central que estarán a disposición del programa.

#### - Ambientes de aprendizaje virtuales y herramientas tecnológicas:

La Universidad Industrial de Santander cuenta con la Política de apoyo a la formación mediante las Tecnologías de la Información y Comunicación- TIC- (Acuerdo del Consejo Superior No. 51 de 2009). Esta política establece la integración de las TIC en los procesos de formación como una estrategia para elevar la calidad educativa, fomentar la innovación y promover un modelo de aprendizaje centrado en el estudiante.

En consonancia con esta directriz, el programa ha trazado diversas estrategias y herramientas para asegurar que la comunidad académica aproveche los ambientes virtuales de aprendizaje disponibles, como Moodle, las plataformas como Zoom y Microsoft Teams, facilitando la apropiación de estas tecnologías mediante procesos de aprendizaje en línea sincrónicos, como es el caso de los niveles de inglés inmersos en el plan de estudios.

Las decisiones sobre la implementación de herramientas adicionales de apoyo se encuentran a cargo de los profesores, quienes dirigen las actividades académicas, siempre en consonancia con los principios rectores de la Universidad. Así mismo, el programa hará uso de la amplia infraestructura tecnológica institucional, la cual respalda y enriquece las actividades misionales desde los diferentes ámbitos y se encuentran descritas en los apartados 10 sobre medios educativos y II Infraestructura física y tecnológica de este documento.

En este sentido las estrategias, prácticas pedagógicas y didácticas del programa, los ambientes de aprendizaje y herramientas tecnológicas se alinean con el Proyecto Institucional y el Modelo Pedagógico de la Universidad, centrándose en los propósitos de formación y proyectando el perfil de egreso, los resultados de aprendizaje esperado, las macro competencias y las micro competencias así:

---

<sup>18</sup> “Los ambientes de aprendizaje, llamados también ambientes de educación o ambientes educativos son los escenarios que se construyen estratégicamente a partir de un conjunto de recursos físicos y simbólicos y bajo las apuestas y lineamientos institucionales expresados en el modelo pedagógico, donde el estudiante interactúa con sus compañeros, profesores y/o contenidos de aprendizaje para el descubrimiento, comprensión y aplicación del conocimiento. En los ambientes de aprendizaje se llevan a cabo las actividades de aprendizaje y se implementan estrategias de enseñanza que permiten el desarrollo de las competencias genéricas, ciudadanas y específicas para el logro de los resultados de aprendizaje previstos en el programa académico. De acuerdo con lo establecido en el modelo pedagógico institucional, los ambientes de aprendizaje no se circunscriben únicamente a las aulas, presenciales o no presenciales, y deben ser constructivistas, colaborativos, centrados en el estudiante y flexibles y activos”. (Acuerdo 23 de 2022 del Consejo Académico, pág. 91-92).

Las estrategias pedagógicas y didácticas son procedimientos y recursos que utiliza el docente para promover aprendizajes significativos, facilitando intencionalmente un procesamiento del contenido nuevo de manera más profunda y consciente. Ese contenido nuevo, son los conocimientos, habilidades y actitudes esenciales que un estudiante debe dominar para lograr un desempeño competente (Díaz, 1998, p.19 citado por Flores, et.al. 2017).

En resumen, las estrategias didácticas son utilizadas por el docente para facilitar el aprendizaje generando ambientes motivadores y propicios para la formación.

Es importante tener en cuenta, que no hay limitante de uso de más de una de estas estrategias en un mismo curso, pues lo que interesa es alcanzar los Resultados de Aprendizaje Esperados de manera agradable y participativa y algunas de estas estrategias pueden ser transversales a todo el proceso de aprendizaje.

**A continuación, se presentan algunas de las estrategias que se desarrollarán en el programa:**

### **Estrategias Metodológicas**

#### **Aprendizaje Basado en Problemas:**

Barrows (1986) define al ABP como “un método de aprendizaje basado en el principio de usar problemas como punto de partida para la adquisición e integración de los nuevos conocimientos” el programa se acoge a esta estrategia metodológica mediante la formulación de los núcleos problémicos, descrito a continuación:

**Núcleos Problémicos:** Según la caracterización de la actividad académica por sus componentes que se encuentra en el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 (Universidad Industrial de Santander, 2022) los núcleos problémicos “ Son actividades académicas que tienen como propósito desarrollar en los estudiantes competencias para el pensamiento sistémico, mediante el abordaje, durante un periodo académico, de determinadas situaciones o problemas pertinentes al ejercicio de una profesión, articulando saberes multidisciplinarios a fin de proponer alternativas de comprensión, respuesta o satisfacción al vacío de conocimiento planteado por el problema o situación objeto de estudio”.

En este sentido, el programa define tres actividades académicas desarrolladas mediante el componente de núcleos problémicos llamadas investigación – creación las cuales contienen las siguientes estrategias pedagógicas:

El aprendizaje se realiza basado en retos. Esta es una estrategia que se centra en la resolución de problemas y desafíos reales como eje principal del proceso de enseñanza-aprendizaje, por lo cual, los estudiantes distribuidos en grupos deben investigar sobre una problemática o necesidad con organizaciones dentro o fuera de la Universidad, la cual será planteada en un proyecto consecuente con su nivel de formación en las primeras 8 semanas de estudio. En las siguientes 8 semanas, los estudiantes desarrollan los objetivos propuestos y se hacen partícipes de la resolución a la problemática enunciada. Al final de la actividad académica, los estudiantes sustentan sus proyectos al grupo de profesores y personas internas o externas que acompañan el semestre en curso para obtener su nota final.

Mediante el trabajo en equipo, la investigación, la experimentación, la reflexión, y la resolución de un reto, los estudiantes adquieren un aprendizaje significativo y relevante, abarcando competencias clave para su futuro profesional. El aprendizaje basado en retos fomenta el pensamiento crítico, la colaboración, la toma de decisiones informadas y la adaptabilidad, preparando a los estudiantes para enfrentar los desafíos planteados de manera exitosa.

Es importante resaltar que el programa desde su propuesta curricular tiene en cuenta la creación de un ambiente educativo inclusivo y respetuoso de la diversidad cultural, social y tecnológica, así como la política de equidad de género<sup>19</sup> y la política de educación inclusiva<sup>20</sup>, así pues, estas estrategias antes mencionadas tienen en cuenta:

**Diseño curricular flexible:** El cual se adapta a las necesidades e intereses de los estudiantes en sus diferentes niveles de formación. Proporciona opciones y recursos variados para que los estudiantes puedan abordar los contenidos de manera significativa y personalizada con asesoramiento del equipo de profesores y desde la administración del programa en el momento que lo requiera para las dificultades que se presenten.

**Uso de recursos y materiales diversos:** Se promueve el uso de una amplia variedad de recursos dentro y fuera de la universidad y de acceso libre para los estudiantes mediante la bibliografía contenida en cada actividad académica, como libros y artículos a nivel regional, nacional e internacional, material multimedia, y herramientas tecnológicas accesibles como la biblioteca virtual. Esto permitirá que los estudiantes se sientan representados e identificados con el contenido, y también les brindará múltiples formas de acceder al conocimiento.

**Fomento del trabajo colaborativo:** Se realiza la organización de actividades y proyectos que promuevan la colaboración entre estudiantes facilitando el intercambio de conocimientos y perspectivas, así como el respeto por las diferencias.

**Sensibilidad cultural y de género:** se incentiva desde la comprensión y el respeto por las diferencias, evitando estereotipos o prejuicios en el aula desde actividades académicas como *Apreciación – Producción I, II y III* y *Creatividad* y con estrategias como los debates, puestas en común e incluso la investigación.

**Evaluación diversificada y con mecanismos de evaluación que permitan intervenir en momentos clave del proceso formativo:** se emplean diferentes métodos de evaluación que permitan a los estudiantes demostrar su aprendizaje de diversas formas. Esto incluye evaluaciones escritas, presentaciones orales, proyectos prácticos, debates y otras formas de expresión.

**Promoción de la igualdad de género:** desde el equipo de profesores y enmarcado en la política de equidad de género de la Universidad (Consejo superior de la Universidad Industrial de Santander, 2018), se fomenta la igualdad de género en el aula animando a los estudiantes a participar activamente en todas las áreas del conocimiento y reconociendo sus logros de manera equitativa.

**Ambientes seguros y respetuosos:** estableciendo normas y valores que promuevan el respeto, la inclusión y la igualdad en el aula. Se anima a los estudiantes a expresar sus opiniones y a respetar las opiniones de los demás, creando un ambiente propicio para el diálogo y la comprensión mutua esto definido dentro de los contenidos actitudinales de cada actividad académica.

### **Aprendizaje Experiencial:**

Principalmente mediante el uso de la cámara de Gesell. Creada por el psicólogo y pediatra Arnold Gesell, esta es una instalación para experimentación y observación del comportamiento humano. El espacio se compone de dos áreas separadas por un espejo unidireccional de considerables dimensiones, que permite la visualización desde un lado hacia el otro, pero no en dirección contraria<sup>21</sup>. Se encuentra equipada con tecnología avanzada, incorpora dispositivos de grabación de audio y video para registrar diversas pruebas y experimentos y se utilizará en diferentes actividades académicas, en investigación y extensión del programa.

---

<sup>19</sup> Consejo Superior. Acuerdo 22 de 2018.

<sup>20</sup> Consejo Superior. Acuerdo 032 de 2019.

<sup>21</sup> Universidad Europea Miguel de Cervantes, Cámara Gesell, ¿Qué es?, y sus usos. <https://grados.uemc.es/blog/que-es-camara-gesell>

En las actividades académicas se desarrollarán de la siguiente forma:

**Entrevistas Simuladas y habilidades de negociación:** Los estudiantes pueden simular entrevistas o interacciones en un ambiente controlado. Después de la interacción en la cámara, los participantes pueden proporcionar y recibir retroalimentación, reflexionando sobre cómo se sintieron y cómo podrían mejorar en futuras situaciones similares. Esto es especialmente útil para prácticas en la actividad académica de gestión humana y relaciones públicas.

**Debates o Discusiones Dirigidas:** Los estudiantes pueden interactuar entre sí en la cámara y luego participar en un debate o discusión guiada sobre lo que ocurrió y las razones detrás de sus acciones.

**Simulaciones de Aprendizaje:** Se pueden llevar a cabo escenarios de aprendizaje en la cámara, donde los estudiantes se involucran en situaciones relacionadas con su campo de estudio y luego analizan sus propias acciones y las de sus compañeros.

**Análisis de Juegos de Roles:** Los estudiantes pueden llevar a cabo juegos de roles en la cámara para explorar dinámicas interpersonales, actitudes y habilidades de comunicación. Luego, pueden reflexionar sobre cómo se sintieron y cómo podrían haber manejado la situación de manera diferente.

**Estudios de Caso:** Presentar casos específicos y reales para que los estudiantes los analicen en la cámara, examinando cómo se desarrollaron las situaciones y qué opciones habrían tenido en ese momento.

**Creación de Escenarios:** Los profesores pueden diseñar situaciones específicas que sean relevantes para los objetivos de aprendizaje y las áreas de estudio de los estudiantes.

**Presentación del modelo de negocio:** mediante la técnica de elevator pitch los estudiantes presentaran su modelo de negocio para ser retroalimentados por sus compañeros y el profesor.

### **Aprendizaje Colaborativo:**

El objetivo es permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante. También busca ofrecer oportunidades para intercambiar ideas con varias personas al mismo tiempo, en un ambiente libre de competencia.

Además de desarrollar habilidades sociales y de trabajo en equipo, los grupos pequeños, deben cumplir con actividades académicas asociadas a la solución de problemas, lo que incluye (Díaz et al., 2022)

Hacer análisis, comprobar el nivel de comprensión, construir diagramas de flujo y organizadores gráficos, hacer estimaciones, explicar materiales escritos, formular y generar preguntas, hacer listados y predicciones, presentar información, hacer razonamientos, consignar referencias a materiales revisados con anterioridad, resolver cuestionamientos, resumir y pensar creativamente, autoevaluarse y co-evaluarse.

### Metodología:

A continuación, se presenta la metodología seguida por el docente para asignar actividades de trabajo colaborativo a grupos de estudiantes dentro de su clase:

1. Definir los Resultados de Aprendizaje Esperados (RAE) que pretende obtener con las actividades de aprendizaje colaborativas.
2. Establecer los entregables y criterios de evaluación de las actividades.
3. Organizar los grupos de trabajo. Para ello, Trisca (2014), sugiere tener en cuenta los siguientes criterios:  
Número de integrantes: entre 2 y 6 pero recomendable 4. Selección de integrantes: de manera voluntaria, de manera aleatoria, o según lo establecido por el profesor. Definición de roles: para facilitar la organización al interior de los grupos, se recomienda que el profesor defina roles, para aumentar el compromiso de los



estudiantes. Tan pronto se conformen los grupos, se sugiere que los roles sean asignados por los mismos estudiantes.

Marca. sugerir a los estudiantes dar un nombre que identifique el grupo en el que van a participar. También podrían crear un logo, lo cual genera sentido de pertenencia, sin embargo, esto sería opcional.

Reglas de juego. Cada grupo debe definir en consenso, sus propias reglas o normas de funcionamiento. Esta actividad será útil para delimitar los criterios de evaluación intragrupo. Es importante que el grupo consigne por escrito lo acordado.

4. Seleccionar la herramienta para la gestión del trabajo en grupo (planificación de actividades, seguimiento y control de estas, gestión del conocimiento, archivos, etc.).

Tener en cuenta que, si el profesor no está familiarizado con las herramientas de gestión de proyectos, primero debe desarrollar competencias para su uso, mediante la exploración, así podrá decidir cuál sería la más pertinente y que le facilite el trabajo tanto a él como a los estudiantes.

5. Elaborar un instructivo sencillo en texto o un video corto con instrucciones para el registro y uso de la herramienta.

6. Elaborar una presentación con la información clave, que contemple los pasos 1 al 3 mencionados anteriormente. Es recomendable que la presentación sea sintética (máximo 5 diapositivas) y gráficamente atractiva.

### **Aprendizaje Significativo**

(Moreira, 2017) define el aprendizaje significativo “como la adquisición de nuevos conocimientos con significado, comprensión, criticidad y posibilidades de usar esos conocimientos en explicaciones, argumentaciones y solución de situaciones o problemas”.

Por lo tanto, el uso del aprendizaje significativo en entornos educativos implica una serie de estrategias y enfoques pedagógicos diseñados para promover la comprensión profunda de los conceptos por parte de los estudiantes. Para lograrlo, los profesores deben relacionar los nuevos conocimientos con las estructuras cognitivas previas de los estudiantes, utilizando estrategias como la organización de contenidos de manera clara y lógica, la creación de analogías y metáforas, el fomento de la reflexión y la discusión, y la aplicación de situaciones de aprendizaje auténticas y significativas. Se hace necesario que los profesores reconozcan las ideas previas y concepciones erróneas de los estudiantes, abordándolas y retroalimentándolos constructivamente. La implementación exitosa del aprendizaje significativo no solo mejora la retención a largo plazo de la información, sino que también fomenta la capacidad de los estudiantes para aplicar sus conocimientos en diferentes contextos y promueve un enfoque más profundo y motivado hacia el aprendizaje. Para ello, se fomentan estrategias didácticas como los debates, centrando al estudiante en su proceso formativo e involucrándolo de manera activa en la discusión de problemas presentes en el sector de estudio particular.

### **Estrategias Didácticas**

**Micro Casos:** El objetivo es contextualizar la teoría y explicar cómo el estudiante daría solución clara a una situación que pretende ser retadora.

Estos micro casos pueden ser utilizados ya sea para aplicar fórmulas, argumentar, definir situaciones o exponer al estudiante al análisis de contexto o que pueda dar solución a un problema en específico.

Metodología:

Paso 1: Revisión de Competencia y RAES a evaluar.

Paso 2: Definición de Teorías, fórmulas o contexto al cual el estudiante se enfrenta en el micro caso.

Paso 3: Redacción del micro caso. Es importante ofrecer todos los elementos necesarios como insumos para dar respuesta al problema específico.

Paso 4: Puesta en común con los resultados obtenidos.

**Aula Invertida:** Según Vidal, Rivera, Nolla, Morales y Violart (2016), el objetivo del aula invertida es: Incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

Permitir al docente dar un tratamiento más individualizado a su proceso de enseñanza, abarcando todas las fases del ciclo de aprendizaje de los estudiantes, que de acuerdo con la Taxonomía de Bloom son:

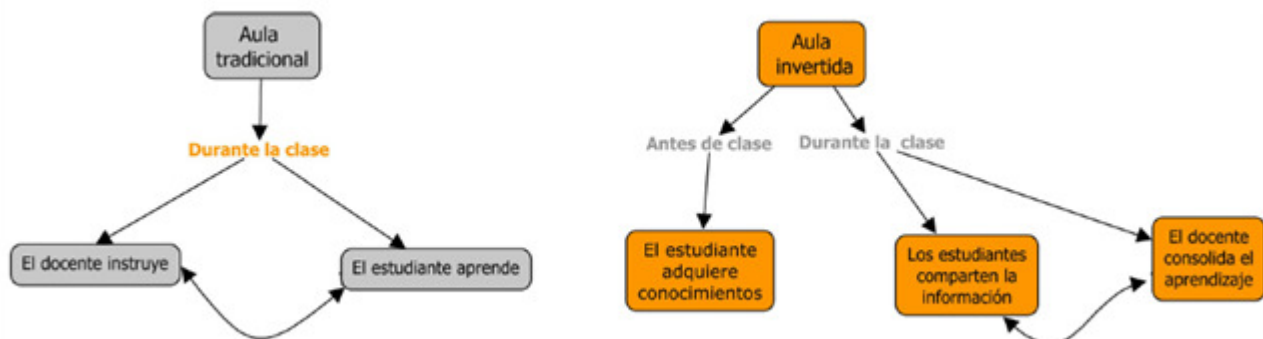
- Conocimiento: para recordar información aprendida.
- Comprensión: para apropiarse de lo aprendido y ser capaz de presentar la información de otra manera.
- Aplicación: para aplicar las destrezas adquiridas a nuevas situaciones que se presenten.
- Análisis: para descomponer el todo en sus partes y poder solucionar problemas a partir del conocimiento adquirido.
- Síntesis: para ser capaces de crear, integrar, combinar ideas, planear y proponer nuevas maneras de hacer.
- Evaluación: para emitir juicios respecto al valor de un producto según opiniones a partir de unos objetivos dados.

Metodología:

Miguel López (2014), propone, que antes de comenzar a aplicar esta metodología, una vez se tenga clara la estructura de las clases, es importante que el profesor converse con los estudiantes para que entiendan perfectamente, no sólo la mecánica de trabajo, sino también el motivo por el que se va a implementar dicha metodología, cuáles serían los Resultados de Aprendizaje Esperados y cuál sería el modelo de evaluación.

Igualmente, el estudiante de algún modo espera reconocimiento de ese trabajo autónomo que hace previamente en casa, así que hay que hacer claridad también de cómo se evaluará el mismo, así como la participación en clase, etc.

La ilustración 11 esquematiza las diferencias y papel del docente y del estudiante en un aula tradicional y en un aula invertida. (Uaem 2016) presenta igualmente un video didáctico sobre estos conceptos.



**El ciclo de trabajo con esta metodología es el siguiente:**

1. Seleccionar o elaborar el material que se vaya a compartir con los estudiantes para que preparen los conceptos e ideas que serán puestos en común durante la clase.
2. Elegir el medio o plataforma tecnológica donde se ubicarán estos materiales para hacerlos disponibles a los estudiantes.
3. Elaborar algún tipo de evaluación junto con el material seleccionado, para conocer el grado de asimilación de los conceptos.
4. Preparar algún tipo de trabajo práctico relacionado con el tema para debatir en clase, detectar dudas o lagunas en el contenido y afianzar conceptos.

**Micro Laboratorios: Cooperación y Competencia:** busca desarrollar en los estudiantes habilidades de cooperación y competencia en torno a un comportamiento estratégico.

Los participantes involucrados en actividades con este enfoque desarrollan estrategias de grupo para sus respectivas tareas; ponen a prueba esas estrategias en competencia con los demás; son conscientes de diferentes estrategias de cooperación y competencia, sus ventajas y desventajas; desarrollan estrategias apropiadas para la solución de problemas; mejoran sus estrategias

de cooperación y competencia, y desarrollan entre otras, competencias para la negociación en los negocios.

Casos de uso: desarrollo de estrategias, negociación, comunicación, mercadeo/estrategia de ventas y trabajo en equipo.

Metodología:

El profesor o facilitador de la actividad, asigna la tarea teniendo en cuenta los siguientes pasos:

1. Definición del tiempo de duración de la actividad (normalmente está entre 1 y 2 horas).
2. Introducción: presentación del ejercicio como una oportunidad para practicar las cualidades empresariales. El objetivo es motivar a los participantes.
3. Organización de los grupos de trabajo.
4. Definición de los momentos de la actividad
5. Instrucciones para el primer momento: explicación de las tareas, reglas y condiciones para lograr el objetivo.
6. Distribución de recursos (primer momento): asignación de los recursos necesarios para llevar a cabo la tarea.
7. Acción (primer momento): desarrollo de la actividad por parte de los grupos de acuerdo con lo solicitado.
8. Publicación (primer momento): síntesis de las actividades realizadas y objetivos alcanzados.
9. Descripción de instrucciones y planteamiento de actividades para un segundo momento de desarrollo de la actividad con base en los resultados del primer momento.
10. Acción: desarrollo de las actividades de cooperación o competencia para alcanzar los objetivos planteados en el segundo momento.

11. Publicación (segundo momento): verificación y presentación de resultados.
12. Procesamiento: respuesta a preguntas clave sobre la experiencia realizada en el segundo momento.
13. Generalización: reflexión y comparación frente a los conceptos de cooperación y competencia con base en la actividad realizada.
14. Aplicación: toma de decisiones frente a la actuación cooperativa o competitiva de un empresario en un posible tercer momento.
15. Síntesis: resumen y conclusiones de la experiencia.

#### Desarrollo de una estrategia de supervivencia en un contexto específico:

Al comienzo del ejercicio, todos los participantes reciben una cierta cantidad de recursos (por ejemplo, dulces). La tarea del grupo es lograr que todos los miembros sobrevivan, lo cual está representado por un chupete para cada sobreviviente.

Los chupetes pueden obtenerse en la oficina de la "madre naturaleza" (rol del profesor preferiblemente) cambiando un número predeterminado de diferentes dulces por cada chupete. Sin embargo, los recursos recibidos individualmente, no son suficientes para obtener un chupete, de manera tal que los participantes, deban desarrollar una estrategia de supervivencia.

El tiempo para el desarrollo del ejercicio es corto y existe una alta probabilidad que no todos logren "sobrevivir", y en ese caso, se les ofrece una segunda oportunidad para hacerlo. En ese momento se conforman dos grupos, que compiten entre sí. A diferencia del primer momento, se les concede tiempo para desarrollar una estrategia de grupo primero, y sólo después de eso, se ejecuta el segundo momento.

A continuación, se presenta las características del contexto de la actividad y el paso a paso de su desarrollo.

#### Consejos, situaciones típicas y riesgo:

- Estar atento a distribuir los dulces de manera secreta.
- Algunos grupos tienden a centrar el procesamiento sólo en cooperación (con buena cooperación todos trabajarán) y subestimarán la necesidad de desarrollar una estrategia efectiva que tome en cuenta los recursos disponibles etc.
- La competencia entre los grupos, especialmente en el segundo momento, puede llevar a trucos injustos, de manera que se debe observar a los grupos e intervenir si se advierte trucos no permitidos.
- Mantener el control de las emociones, pues las personalidades fuertes pueden dominar la tarea de forma destructiva y exagerar la actuación de su grupo.
- Escoger cuidadosamente entre las diferentes opciones de los momentos, ya que para algunos grupos puede ser mejor asignar una segunda tarea que no sea destructiva.
- En lugar de dulces y chupetes, se puede utilizar goma de mascar y chocolate y otros artículos pequeños.
- Asegurarse que los sustitutos de los dulces estén disponibles en 3 colores diferentes que se puedan distinguir fácilmente.

#### **Storytelling:**

Según el Observatorio de Innovación Educativa del (TEC de Monterrey, 2020), el Storytelling permite llevar a cabo innovación educativa mediante el uso de distintas disciplinas conjugadas a través de la oralidad o la narración digital.

Esta estrategia se acopla a las necesidades del objetivo o meta de aprendizaje (bien en los negocios, la literatura o la antropología) y se enfoca en construir un lazo emocional, reflexivo y eficaz.

Los elementos del Storytelling van desde la forma de contar y exponer la clase hasta la utilización de materiales digitales.

El desafío del Storytelling está en torno a la voz y el significado, que dependen de la habilidad y creatividad del profesor (narrador) para crear y presentar una historia convincente, atractiva, seductora y concreta que estimule las emociones del estudiante (espectador) y viceversa.

#### Metodología:

1. Toda historia debe tener un sentido que, según la etimología de la palabra, significa: dirección (no contar sin saber el desenlace), emoción (sin emociones no hay historia) y significado (un mensaje clave con el que se quiere conmover a la audiencia).

Así que, antes de contar una historia, se requiere de un personaje que logre la empatía: un ser que esté en peligro o que sea víctima de una catástrofe, que sea el mejor en la clase o que tenga un gran poder. Si no cumple con esto, entonces hay que identificarse con el personaje, debe hacer reír, por ejemplo, y para eso se necesita una emoción y un llamado a la acción:

¿Qué se quiere que hagan los estudiantes con el mensaje de la historia?

2. Por otra parte, el personaje debe tener un arco dramático, es decir, tiene que sufrir una transformación, que va de un estado de orden (zona de confort) a un obstáculo o problema que trastoca el orden. Finalmente, el personaje resuelve o falla ante el problema, lo que devuelve a un nuevo orden donde el personaje se ha transformado: moralmente mejor o peor.

3. El triángulo comunicativo está integrado por un narrador, un cuento y la audiencia, los cuales están estrechamente conectados. Esta relación es una forma emocional que persigue la intimidad, sin ella no hay confianza y toda historia es ante todo una negociación de buena voluntad; un compromiso que debe involucrar la mayoría de los cinco sentidos, pues entre más se sume, más persuasión y mayor inmersión se cause, se conlleva a hacer la experiencia memorable.

Por lo tanto, las pautas a seguir para el éxito de esta estrategia son:

1. Comprometerse con la historia y con el auditorio.
2. Utilizar la modulación de la voz y dramatizar.
3. Transmitir con el cuerpo: gestos, lenguaje corporal y movimiento.
4. Crear imágenes mentales a través de descripciones hechas con todos los sentidos.
5. Utilizar metáforas. Hacer contacto visual con cada uno de los estudiantes. Indicar con la mirada, que ellos son trascendentales para la narración.
6. Fomentar la interacción a través de preguntas.
7. Llevar un diario y apuntar todas las historias que se le ocurran.
8. Integrar un grupo de cuentacuentos donde se haga crítica constructiva.

#### **Historietas:**

El objetivo es comprometer fácilmente a los estudiantes con su proceso de aprendizaje y desarrollar su espíritu crítico frente a situaciones del contexto, por medio de la elaboración de un guion gráfico que, a través de la narrativa secuencial de historias, combine lectura, escritura y creación de imágenes.

Esta estrategia didáctica también potencia la imaginación y la creatividad y estimula las habilidades artísticas relacionadas con el dibujo y la pintura (Unigarro, 2015).

#### Metodología

Los siguientes son los pasos para escribir una historieta (Bandas Educativas, 2011):

Paso 1 - investigación: los estudiantes o el profesor, dependiendo del contexto de uso que vaya a tener la historieta, deben primero informarse sobre lo que se va a contar.

Paso 2 - Sinopsis: pensar una historia utilizando lenguaje verbal icónico, en donde los datos identificados en el paso 1 se puedan incluir.

Paso 3 - Guion: escribir la historia. Identificar los elementos que harán una buena historia, definir personajes interesantes, un conflicto que atrape al lector y un desenlace en donde el conflicto se resuelva. Este paso es el más importante de la historieta.

Igualmente, se deben definir los cuadros que irán en las páginas que pueden ser de diferentes tamaños según las necesidades. Los textos de los personajes deben escribirse en letras grandes. El espacio para los textos se llama bocadillo que tiene dos partes: el globo y el rabillo o delta, que señala al personaje que está hablando o pensando.

De acuerdo con la forma del globo, el texto tendrá diferentes sentidos. Por ejemplo:

- Contorno en forma de nubes: muestra lo que el personaje piensa sin decirlo.
- Contorno con bordes temblorosos: representa una voz temblorosa que expresa debilidad, frío, miedo, etc. Contorno con bordes de dientes de serrucho: muestra cuando el personaje grita, está irritado, etc.
- Contorno con líneas punteadas: se utiliza cuando el personaje susurra o habla muy bajito.
- Bocadillo que señala un lugar fuera del cuadro: el personaje habla, pero no aparece en el cuadro.
- Globo con varios rabillos: texto hablado por varios personajes.

También se pueden utilizar otros recursos, si la historieta los requiere. por ejemplo, sucesión de globos que rodea a los personajes, para representar pelea o agresividad; o las onomatopeyas, que ayudan a definir bien una situación. Por ejemplo: crash, bang, boom, etc.

Paso 4 - Diseño de personajes: una vez terminado el guion, se tendrá claro el número de personajes a crear y sus características.

Paso 5 - Boceto: los bocetos son versiones simples de la historieta, dibujadas rápidamente sin muchos detalles de cada una de las páginas y sirven para probar distintas ideas antes de hacer los dibujos finales. Por ejemplo, la posición de los personajes puede ser importante, así que se puede probar si es mejor dibujar el personaje de frente, de costado o visto de atrás.

Paso 6 - Dibujos a lápiz: con los bocetos listos, se comienzan a hacer los dibujos a lápiz que serán sólo una guía.

Paso 7 - Delineación marcada de bordes: si se está trabajando la historieta manualmente, se aconseja utilizar tinta para repasar los trazos a lápiz, esto con el fin de que los dibujos queden bien definidos. Utilizando un programa de dibujo, se pueden utilizar las herramientas de edición de líneas para marcar el grosor de estas y dejar el dibujo más en firme.

Paso 8 - Asignación del color a los personajes: si es manualmente se hará con lápices de colores o si es con un programa de dibujo con las herramientas de relleno de color. Al terminar, ya quedará la historieta lista.

### **Noticias:**

El objetivo es fomentar en los estudiantes el hábito de estar bien informados mediante la lectura y análisis de noticias de su entorno en fuentes de información confiable.

Fortalecer en los estudiantes la capacidad de redacción de opiniones propias escritas con base en noticias específicas leídas en contextos determinados y favorecer el trabajo en grupo mediante el desarrollo de actitudes reflexivas, el diálogo y el debate, frente a las noticias analizadas.

### **Metodología:**

1. Solicitar a los estudiantes relatar una noticia de actualidad que hayan leído previamente sobre un tema relacionado con los negocios.
2. Delimitar el tiempo a 10 minutos para realizar la actividad al inicio de cada clase.
3. Asignar un incentivo por el desarrollo de la actividad, que será reflejado en la calificación del parcial de cada corte.
4. Pedir a los estudiantes la identificación del entorno en el que se desarrolla la noticia y la fuente de donde fue tomada la información.
5. Propiciar la discusión de opiniones sobre la noticia analizada, en grupos de dos estudiantes cada día.

### **Debates:**

Según (Silva Ramírez, 2017) los debates permiten compartir puntos de vista en torno a una problemática. Llevan al estudiante a tener una postura crítica con respecto a una situación en la que tiene que investigar, indagar y proponer soluciones a una disyuntiva del contexto donde se desenvuelve. Los debates pretenden forjar competencia para los estudiantes dentro de la comunicación oral y escrita, dado que allí se debe evidenciar la oratoria, modo de expresión, entonación y por supuesto mostrar una postura clara y respetuosa sobre la situación problema.

#### Metodología:

1. Presentación del tema: el profesor presenta el tema a debate y propone posibles preguntas relacionadas para despertar la polémica. La finalidad es entrar en los detalles para poner en evidencia la diversidad de opiniones en la clase.
2. Presentación de fuentes informativas: en muchas ocasiones los estudiantes no tienen una opinión formada sobre un tema o ésta es estereotipada. La causa es la falta de información verificada. Por ello es importante que se planifique un tiempo para informarse y se les proporcione las fuentes informativas necesarias.
3. Creación de equipos y preparación del cuadro de trabajo: tras formar equipos de dos o cuatro personas, el grupo debe crear un cuadro de síntesis que refleje las dos posturas contrapuestas que serán debatidas. Es importante que, aunque el trabajo sea grupal, cada miembro del equipo tenga su cuadro.
4. Selección de los debatientes y sus posturas: los mejores oradores son los que defienden su postura y la contraria, por eso se aconseja que sea la suerte quien decida qué posición les tocará debatir. Una fórmula es asignar números de forma aleatoria (por ejemplo, del 1 al 4, si el grupo lo forman cuatro estudiantes. Tras el reparto de números, los pares defenderán una postura y los impares, la contraria).
5. Preparación del aula: físicamente la clase debe reflejar las dos posturas contrapuestas. Por tanto, se recomienda que existan dos bloques de mesas diferenciados con un espacio central vacío (o donde no pueda situarse ningún estudiante). Una vez que todos los estudiantes estén ubicados en una de las dos zonas correspondiente a su postura, se dejan varios minutos para que se organicen los turnos de intervención y los argumentos a defender dentro de cada equipo.
6. Selección del moderador e inicio del debate: el moderador es la figura que dará paso a las intervenciones y recordará las normas si fuera necesario. Este perfil permite a al profesor tener tiempo para tomar notas y evaluar. La suerte decidirá qué equipo inicia el debate. Cada debatiente que quiera participar pedirá la palabra con la mano alzada. Cuando el moderador le conceda el turno, se levantará y mirando al bloque contrario, realizará su intervención.
7. Normas del debate: las normas sirven para que el debate se produzca correctamente y también para evaluar a los estudiantes. Éstas son cuatro:
  - Participación: el grupo que más participantes tenga en el debate, se llevará la mayor puntuación.
  - Argumentación: se valorará las intervenciones que utilicen las fuentes informativas estudiadas y que estén bien construidas.
  - Respeto: los gritos, comentarios peyorativos y faltas de respeto en general suponen una calificación negativa.
  - Oratoria: se valorará positivamente un uso de la terminología relacionada con el tema y una correcta manera de expresarse, al igual que el uso de frases elaboradas y una adecuada forma de comunicarse oralmente (tono de voz, gesticulación, conexión visual).
8. Fin del debate: El debate finaliza con una última ronda de intervenciones (que por su importancia puntúa doble). Antes de iniciarla, se deja un tiempo de preparación. El equipo debe elegir a su mejor debatiente y terminar con su mejor argumentación o una síntesis de su postura.
9. Evaluación: en esta fase se realiza y se explica el puntaje de cada grupo en relación con las cuatro normas. Si el debate ha transcurrido correctamente, todos los participantes tendrán una nota positiva. El equipo con mejor puntuación tendrá mejor valoración.

10. Valoración: Es importante realizar una valoración grupal sobre la actividad, a la vez que comentarios individuales. Hay que destacar lo positivo, aconsejar y proponer mejoras ayudará a consolidar el debate como recurso educativo.

#### **Foros:**

El objetivo de los foros es Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento.

Ofrecer oportunidades de socialización, comunicación y argumentación que faciliten el desarrollo de la actividad académica y promover el aprendizaje colaborativo mediante la participación reflexiva.

#### Metodología:

En cualquier contexto de aprendizaje y dentro de la planificación de un curso, se debe tener claro el propósito e intencionalidad pedagógica del foro.

En entornos de aprendizaje mediados por tecnología, los foros permiten la comunicación asincrónica entre profesores y estudiantes. Hay diferentes tipos de foros, pero, estos se clasifican según enfoques generales o académicos.

Según UdLA (2020), no se debe utilizar el foro para las siguientes acciones:

Transformarlo en un repositorio de materiales Hacer actividades de entregas individuales de tareas Interactuar personalmente con los alumnos.

Los pasos a seguir para llevar a cabo un foro académico son los siguientes (UDLA, 2020):

1. Crear el foro y en el caso del profesor, ejercer como moderador de este.
2. Establecer los lineamientos de participación, en cuanto a delimitación de los aportes en caracteres, palabras o párrafos; mantener las reglas básicas de interacción, como son, no escribir en mayúsculas (que induce a estar gritando) y revisar la ortografía y la gramática antes de publicar.
3. Publicar preguntas o casos que conlleven a una reflexión colaborativa y claras expectativas de aportes.
4. Evitar la disrupción (disertaciones o aportes muy extensos) en las intervenciones, es decir, los aportes deben ser claros y precisos.
5. Intervenir si es docente, únicamente para mantener la conversación dentro de los parámetros o reglas establecidas, o para aportar nuevo conocimiento, aterrizar las ideas que han fluido en las conversaciones o fomentar la participación.

#### **Mapa conceptual:**

Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.

#### Metodología:

El profesor prepara previamente las actividades a desarrollar con los estudiantes de la siguiente manera:

1. Identifica el concepto o conceptos que desea trabajar. Esta actividad implica la consulta de diversas fuentes bibliográficas.
2. Elabora manualmente (en papel) o mediante una herramienta software, el mapa conceptual de los conceptos seleccionados. De esta manera podrá establecer los elementos necesarios para la valoración de los mapas, así como los tiempos de ejecución que requieren los estudiantes para su desarrollo.
3. Escribe las instrucciones, que suministrará a los estudiantes, para el desarrollo de las actividades. Esto le permitirá hacer una adecuada planeación de las actividades, delimitando los resultados de aprendizaje esperados (RAE), el tipo de evaluación y los criterios, así como los tiempos de ejecución y recursos.

Si el profesor no está familiarizado con la elaboración de mapas conceptuales, es importante que estudie cómo se estructuran y realice varias prácticas en papel o usando un aplicativo



## **Línea de Tiempo:**

El objetivo de esta actividad es ordenar una secuencia de eventos o de hitos sobre un tema, con el fin de visualizar con claridad la relación temporal entre ellos.

En el mundo organizacional, una línea de tiempo puede ayudar a ver la evolución o involución de un proceso, departamento, producto o de la empresa misma.

### Metodología:

1. Identificar los hechos históricos y lugares interesantes de conocer y analizar en forma comparativa.
2. Seleccionar los datos y fechas más relevantes a partir de una cronología acerca de esos acontecimientos.
3. Investigar la información de soporte de la temática, que permita sintetizar verbalmente lo relevante de cada hecho.
4. Buscar imágenes que complementen la descripción de los hechos con el fin de alimentar el contenido visual de la línea de tiempo.
5. Elaborar la línea de tiempo y organizar la secuencia de manera ordenada, respetando la proporción matemática en la representación gráfica. Por ejemplo, 1 cm equivaldría a 1 año.
6. Colocar las fechas y, luego, los datos de manera muy breve, pero a la vez suficiente para comprenderlos.
5. Agregar las imágenes para complementar y presentar los resultados en forma didáctica.

La elaboración de Líneas de Tiempo, como actividad de aula, demanda de los estudiantes:

- Identificar unidades de medida del tiempo (siglo, década, año, mes, etc.)
- Comprender el establecimiento de las divisiones del tiempo (eras, periodos, épocas, etc.)

Utilizar convenciones temporales (ayer, hoy, mañana, antiguo, moderno, nuevo).

- Comprender la sucesión como categoría temporal que permite ubicar acontecimientos en el orden cronológico en que se sucedieron (organizar y ordenar sucesos en el tiempo)
- Entender cómo las Líneas de Tiempo permiten visualizar con facilidad la duración de procesos y la densidad (cantidad) de acontecimientos.

## **Informe Gerencial:**

El objetivo de esta actividad es integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales de las disciplinas empresariales, en un documento que dé cuenta del proceso de gestión de una organización y ayude a tomar decisiones a futuro.

### Metodología:

El estudiante o equipo de estudiantes construirán un documento que consolide la información relacionada con la gestión de una organización, con el fin de dar cuenta del desempeño de las operaciones de ésta, con respecto a la estrategia organizacional y así poder tomar decisiones que garanticen el cumplimiento de objetivos.

El documento tendría las siguientes partes:

1. Resumen ejecutivo
2. Panorama de desempeño general de la organización
3. Informe de gestión por áreas
4. Plan de ajuste para ejecución futura

Durante las sesiones de clase, y hasta finalizar la actividad académica, se deben construir estos informes de gerencia permanentemente, de tal manera que vayan evolucionando bajo la guía del docente, quien retroalimenta el proceso y permite perfeccionar la práctica tanto en la forma como en el contenido.

## Clase Magistral

El objetivo es desarrollar de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

Permitir la resolución de dudas más comunes a los estudiantes, motivándolos y ofreciéndoles la información más importante.

Posteriormente, la formación facilitada en la actividad académica se puede complementar, resolviendo las dudas particulares, de forma personalizada o en grupos y utilizando otras estrategias pedagógicas, (Gatica-Saavedra & Rubí-González, 2020)

### Metodología:

Según el Ministerio de Educación y Ciencia de España (2006), esta estrategia pedagógica, presenta las siguientes ventajas e inconvenientes, sin embargo, es la estrategia que aún se utiliza en alto grado en educación superior:

Ventajas:

- Permite al estudiante tener una visión panorámica y sintética de una temática específica
- Permite una estructura organizada del conocimiento.
- Favorece la igualdad de relación con los estudiantes que asisten a clase.
- Favorece la asimilación de un modelo consolidado en cuanto a la estructura y dinámica de la clase.
- Permite la docencia a grupos numerosos.
- Facilita la planificación del tiempo del docente.

Inconvenientes

- Fomenta la pasividad y la falta de participación del estudiante.
- Dificulta la reflexión sobre el aprendizaje.
- Provoca un diferente ritmo docente/ discente.
- Desincentiva la búsqueda de información por el estudiante.
- Limita la participación del estudiantado.
- No favorece la responsabilidad del estudiante sobre su propio proceso de formación.

Para preparar una clase magistral efectiva se debe tener en cuenta los siguientes pasos

1. Conocer a fondo el curso a impartir.
2. Tener en cuenta las micro competencias, macro competencias y los resultados de aprendizaje
3. Definir los contenidos a desarrollar
4. Definir el modelo de evaluación a aplicar
5. Conocer el tipo de auditorio a quién se impartirá la clase (¿quiénes serán los estudiantes? ¿cuál es su estilo de aprendizaje?, etc.)
6. Planificar la estructura del curso, de manera que ayude a comenzar por el principio y recorrer los puntos más interesantes hasta el final.
7. Prever para cada lección un comienzo o introducción, un núcleo y un final.
8. Tomar como punto de partida unas notas o apuntes concretos de cada tema, aunque no hace falta tenerlo todo escrito. No perder de vista que se trata de palabra hablada y no escrita.

La implementación de estas estrategias didácticas ayudará a crear un ambiente educativo centrado en el estudiante, en el que cada uno se sienta valorado y respetado, y tenga igualdad de oportunidades para desarrollar su potencial y aprender de manera significativa.

Cabe resaltar que el programa promueve la autonomía docente como uno de los pilares fundamentales de su propuesta pedagógica. Se reconoce que cada profesor cuenta con un estilo único de enseñanza y posee conocimientos y experiencias que enriquecen el proceso de aprendizaje de los estudiantes. Por tanto, se fomenta la diversidad de estrategias pedagógicas y didácticas que cada docente pueda implementar en su

actividad académica. Entre las estrategias que se utilizan de manera habitual se encuentran las mencionadas anteriormente junto con las propuestas novedosas que se generen a partir de la evolución de la educación y del conocimiento de cada profesor.

### 5.10 EVALUACIÓN DEL DESARROLLO COMPETENCIAL EN EL AMBITO MESO CURRICULAR

Según el Modelo Pedagógico Institucional (Universidad Industrial de Santander, 2021), la evaluación del aprendizaje en un diseño curricular basado en competencias tiene un propósito fundamentalmente diagnóstico y formativo. Su enfoque se centra en detectar el desarrollo de competencias y actitudes, y por ende, el progreso individual en la formación integral. En consecuencia, la evaluación del aprendizaje es concebida como un proceso sistemático y continuo que:

- Se base en evidencias verificables.
- Cuento con una finalidad clara: diagnóstico, formativo o sumativo.
- Este orientado por referentes: objetivos, estándares, pre-saberes, competencias, entre otros.
- Sea susceptible de ocurrir antes, durante y al finalizar la intervención educativa, y
- Sea emisor de juicios de valor para la toma de decisiones acertadas.

Cabe mencionar que las normas para la evaluación de desempeño de estudiantes se encuentran en el Reglamento Académico Estudiantil de Pregrado (Universidad Industrial de Santander, 2015). En el Título V: Régimen Académico, Capítulo V, de la Evaluación Académica, donde se establece que las pruebas de evaluación académica se realizan en cada período con el objeto de ponderar el trabajo desarrollado por el estudiante en el proceso enseñanza-aprendizaje (Art. 90). Por su parte, el capítulo VI se refiere a las calificaciones y sus particularidades.<sup>22</sup>

Con esta referencia, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos de la Universidad Industrial de Santander, se implementan procesos, estrategias e instrumentos diseñados y articulados en consonancia con las políticas institucionales con el objetivo de realizar el seguimiento por parte del cuerpo administrativo y los profesores del programa del logro de las macro competencias en los estudiantes. Estos mecanismos se orientan a realizar un análisis que permita la toma de decisiones sobre las estrategias de evaluación, medición y seguimiento de manera efectiva y oportuna, con el propósito de mejorar el desempeño de los estudiantes en formación. A través de la estructura curricular bien definida, se establecen criterios de evaluación claros y objetivos, se implementan estrategias pedagógicas innovadoras y se promueve el uso de herramientas tecnológicas para potenciar el aprendizaje. De esta manera, se fomenta un ambiente de enseñanza-aprendizaje enriquecedor y se impulsa el crecimiento integral de los estudiantes, brindándoles los instrumentos necesarios para su desempeño profesional.

Los mecanismos de evaluación y seguimiento en el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas tienen como objetivo que tanto los estudiantes como los profesores puedan conocer el desarrollo de competencias y actitudes y, por ende, el progreso individual en la formación integral. A medida que los estudiantes viven diversas experiencias de aprendizaje durante el proceso formativo, se espera que vayan perfeccionando y mejorando gradualmente su dominio de las competencias requeridas.

Los criterios de evaluación para los estudiantes de Administración de Empresas Culturales y Creativas son establecidos por cada profesor en las respectivas actividades académicas que dirigen y son presentados en la primera semana de clase con los respectivos porcentajes de calificación. Estos criterios son comunicados a

---

<sup>22</sup> Reglamento Estudiantil de pregrado disponible en el siguiente enlace: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2021/10/reglamentoPregrado.pdf](https://uis.edu.co/wp-content/uploads/2021/10/reglamentoPregrado.pdf)

los estudiantes desde el primer día de clases de cada semestre lectivo y también se encuentran disponibles en los formatos de actividad académica. En general, los estudiantes son evaluados a través de diversas estrategias como:

- Talleres: Los profesores construyen talleres ya sea para trabajo individual o en grupo, destinados a ser desarrollados en el aula como en las horas de trabajo independiente del estudiante. Estos talleres se construyen en torno a preguntas y/o ejercicios específicos que se entregan a los estudiantes. Su objetivo es evaluar la comprensión de los temas abordados durante las clases, brindando una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos de manera individual o en colaboración con otros compañeros. Se encuentran articulados con las estrategias de trabajo colaborativo.
- Cuestionarios en Aula virtual: Son test auto-calificables diseñados por el profesor de la actividad académica y disponibles en el Aula Virtual de Aprendizaje.
- Preparación de resúmenes, ensayos, exposiciones, entre otras: Estas actividades están diseñadas para evaluar la comprensión de lectura de textos o artículos sugeridos por el profesor los cuales reposan en la bibliografía de la actividad académica, al mismo tiempo que permiten evaluar las competencias en lectura crítica y expresión oral y escrita de los estudiantes.
- Informe gerencial: Verifica si el estudiante ha incluido datos precisos, análisis adecuados y recomendaciones sustentadas sobre la actividad propuesta.
- Prueba oral: implican realizar preguntas de manera verbal al estudiante con el propósito de evaluar sus conocimientos en un tema específico, así como su capacidad de análisis y respuesta inmediata.
- Evaluación escrita: implican la creación de exámenes parciales o cuestionarios con diversas formas de preguntas, como opciones de respuesta única, múltiple o preguntas abiertas e incluso desarrollo de ejercicios específicos.

Cabe destacar que el enfoque de evaluación también incluirá la participación de los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, fomentando la autorreflexión y la toma de conciencia de su propio progreso y logros en el desarrollo de las competencias.

Como se mencionó previamente, el Modelo Pedagógico de la Universidad (Universidad Industrial de Santander, 2021), establece que la evaluación del aprendizaje en el meso curricular implica la creación de estándares, niveles e indicadores de desempeño para guiar el desarrollo de las macro competencias previstas. Estos criterios facilitan la formulación de estrategias de apoyo que permiten que el estudiante alcance los resultados de aprendizaje esperados y brindan evidencia del progreso individual en el proceso formativo, en la tabla 17 se puede apreciar la incidencia de las macro competencias en los resultados de aprendizaje:

Tabla 17. Incidencia de las macro competencias del programa en el logro de los resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje		Macro competencias			Incidencia de la MC en el RA
ID RA	Resultado de aprendizaje	ID MC	Macro competencia	Tipo*	
RA I	Evaluar de manera integral las situaciones organizacionales y las problemáticas del entorno de las economías culturales y creativas orientadas a la valoración expresiva de los productos y servicios del sector y la preservación del patrimonio cultural.	PMCE1	Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio.	E	Alta
		PMCE3	Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad competitiva del sector.	E	Intermedia
		MGC1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo: Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	Intermedia

Resultados de aprendizaje		Macro competencias			Incidencia de la MC en el RA
ID RA	Resultado de aprendizaje	ID MC	Macro competencia	Tipo*	
		MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Baja
		MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	Intermedia
		MGC7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	Alta
RA 2	Formular estrategias basadas en nuevo conocimiento, que articulan los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, a través de productos de alto valor expresivo y reflejados en reconocimiento económico para el mercado, atendiendo al contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global, con el fin de difundir los productos artísticos y mejorar la capacidad competitiva del sector.	PMCE3	Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad competitiva del sector.	E	Alta
		MGC2	Competencias comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Alta
		MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	Intermedia
		MGC5	Aprendizaje autónomo: Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC	Baja
		MGC7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	Intermedia
RA 3	Proponer proyectos, programas, planes y políticas que articulan capacidades e intereses de diversos actores con el fin de aumentar la posición competitiva del sector cultural y creativo en la región y en el país.	PMCE5	Diseña proyectos, programas, planes y políticas que involucran a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinarios, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas.	E	Alta
		PMCE8	Diseña estrategias financieras y administrativas para la optimización de los recursos disponibles utilizando sistemas de control y seguimiento para evaluar el desempeño y la eficiencia de los recursos administrativos y económicos.	E	Alta
		MGC1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo: Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	Baja
		MGC2	Competencia comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Intermedia
		MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Intermedia
		MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	Intermedia
		MGC7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	Alta
RA 4	Formular modelos de negocio teniendo en cuenta los principios de innovación y sostenibilidad de acuerdo con las capacidades administrativas	PMCE1	Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio	E	Intermedia

Resultados de aprendizaje		Macro competencias			Incidencia de la MC en el RA
ID RA	Resultado de aprendizaje	ID MC	Macro competencia	Tipo*	
	y de la cadena productiva del sector cultural y creativo.	PMCE7	Propone alternativas para la gestión de los recursos, la coordinación de equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.	E	Alta
		MGC1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo: Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	Intermedia
		MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Alta
		MGC7	MGC7: Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	Intermedia
RA 5	Diseñar planes de mercadeo para las economías culturales y creativas con el fin de satisfacer las necesidades de las audiencias mediante iniciativas idóneas, viables y de alto valor agregado.	PMCE3	Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad competitiva del sector.	E	Alta
		MGC2	Competencias comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Alta
		MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	Intermedia
		MGC7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial.	GC	Intermedia
RA 6	Gestionar los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos propios de los proyectos culturales.	PMCE8	Diseña estrategias financieras y administrativas para la optimización de los recursos disponibles utilizando sistemas de control y seguimiento para evaluar el desempeño y la eficiencia de los recursos administrativos y económicos.	E	Alta
		MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Intermedia
		MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	Alta
RA 7	Apropiar nuevo conocimiento que resulte de los cambios y evolución de la disciplina administrativa y las economías culturales y creativas.	PMCE1	Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio.	E	Alta
		PMCE3	Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad competitiva del sector.	E	Intermedia
		PMCE5	Diseña proyectos, programas, planes y políticas que involucran a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinarios, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas.	E	Alta
		MGC2	Competencias comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Baja

Resultados de aprendizaje		Macro competencias			Incidencia de la MC en el RA
ID RA	Resultado de aprendizaje	ID MC	Macro competencia	Tipo*	
		MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	Alta
		MGC5	Aprendizaje autónomo: Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC	Intermedia
RA 8	Gestionar la integración de la tecnología y las técnicas en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos con soluciones innovadoras y de vanguardia que mejoren la viabilidad y calidad de los proyectos creativos.	PMCE1	Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio.	E	Alta
		PMCE5	Diseña proyectos, programas, planes y políticas que involucran a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinarios, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas	E	Intermedia
		MGC2	Competencias comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Baja
		MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Intermedia
		MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	GC	Intermedia
		MGC5	Aprendizaje autónomo: Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC	Baja

\* **GC:** competencia genérica y ciudadana; **E:** competencia específica.

Durante el proceso formativo en el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas, se establece una progresión continua y sistemática en el desarrollo de las macro competencias, con puntos de control tanto en los niveles de formación, como en semestres específicos, que permiten evaluar y retroalimentar el avance de los estudiantes. Desde los primeros semestres, se sientan las bases fundamentales brindando los conocimientos y las habilidades necesarias para comprender y abordar los desafíos propios del campo de estudio. Conforme se avanza en el programa, se profundiza en la aplicación práctica de esos conocimientos, promoviendo la autonomía y la capacidad de análisis crítico. Los puntos de control, del cumplimiento de las macro competencias se encuentran distribuidos a lo largo del plan de estudios, ofrecen oportunidades para evaluar la apropiación de las competencias y ajustar las estrategias de enseñanza-aprendizaje en función de las necesidades de los estudiantes.

Con base en lo anteriormente mencionado, se realiza una agrupación de los niveles de procesamiento en el dominio de las competencias propuestos por Marzano y Kendall en su taxonomía como se aprecia en la tabla 18.

**Tabla 18. Dominio de las Competencias - Taxonomía de Marzano y Kendall**

Niveles de Procesamiento	Código de Color*
Nivel Básico: Recuperación y comprensión	Básico (1)
Nivel Intermedio: Análisis y Aplicación	Intermedio (2)
Nivel Avanzado: Metacognición y Self System (Autorregulación)	Avanzado (3)

Fuente: *Elaboración propia a partir de la taxonomía de Marzano y Kendall*

\*El código de color expresados en diferentes tonalidades define como el estudiante apropia las competencias a medida que avanza en los niveles de formación.



Continuando con la aplicación de los niveles de procesamiento, en la tabla 19 se encuentra reflejada la progresión del desarrollo de las competencias en cada uno de los niveles de formación, así como los puntos de control donde se realizarán evaluaciones formativas con el fin tanto de ayudar a los estudiantes a comprender su progreso, como también para identificar fortalezas y áreas de mejora, y tomar acciones de mejora al interior del programa:

Tabla 19. Progresión del desarrollo de las macro competencias a lo largo del proceso formativo

ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio**	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***				ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		Puntos de control		
				I	II	III	IV					V	VI					VII	VIII	1	2	3
<b>Nivel Técnico Profesional</b>								<b>Nivel Tecnológico</b>								<b>Nivel Profesional</b>						
tMC E1	Describe el entorno de las economías culturales y creativas y los factores relevantes que influyen en la sostenibilidad de las organizaciones del sector, así como la importancia en las decisiones estratégicas.	E	Básico	I	I	I	I	TM CE1	Analiza de manera sistemática las situaciones organizacionales y del entorno de las economías culturales y creativas, así como las tendencias y oportunidades relevantes para la construcción de marcos teóricos y herramientas de análisis estratégico, incluyendo el concepto de sostenibilidad económica, social y cultural en las decisiones de corto, mediano y largo plazo.	E	Intermedio	2	2	PMCE I	Propone soluciones innovadoras basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones organizacionales y del sector de las economías culturales y creativas anticipándose a los cambios del entorno, teniendo en cuenta las estrategias de preservación y promoción del patrimonio.	E	Avanzada	3	3	Política Pública	Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos	Gestión Directiva
tMC E2	Reconoce la importancia del patrimonio tangible e intangible en las economías culturales y creativas.	E	Básico	I	I	I	I	TM CE2	Analiza estrategias de preservación y promoción del patrimonio cultural considerando el impacto social y cultural de la valoración y preservación.	E	Intermedio	2	2			E	Avanzada					

ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio**	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***				ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		Puntos de control		
				I	II	III	IV					V	VI					VII	VIII	1	2	3
<b>Nivel Técnico Profesional</b>								<b>Nivel Tecnológico</b>								<b>Nivel Profesional</b>			1	2	3	
tMC E3	Comprende los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización y su relación con las audiencias, junto con sus necesidades y preferencias, participando en la concepción y desarrollo de productos artísticos que generen impacto y conexión con las audiencias.	E	Básico	I	I	I		TM CE3	Articula los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, considerando la innovación y la creatividad mediante estrategias que involucren la segmentación de mercado, la creación de propuestas de valor diferenciadas y la implementación de estrategias de comunicación y promoción.	E	Intermedio	2	2	PMCE 3	Diseña estrategias innovadoras que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, anticipándose a los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al posicionamiento de productos generando reconocimiento económico en el mercado fortaleciendo la capacidad competitiva del sector.	E	Avanzado	3	3	Emprendimiento	Investigación - Creación II	Relaciones públicas y Comerciales
tMC E4	Reconoce el contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global y su impacto en el sector cultural y creativo.	E	Básico	I	I	I		TM CE4	Analiza de manera crítica el entorno político, económico, legal y social, identificando oportunidades y amenazas para el sector cultural y creativo.	E	Intermedio	2	2									

ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio**	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***				ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		Puntos de control		
				I	II	III	IV					V	VI					VII	VIII	1	2	3
Nivel Técnico Profesional								Nivel Tecnológico								Nivel Profesional			1	2	3	
tMC E5	Identifica los conceptos, técnicas y criterios básicos sobre proyectos, programas y planes en el sector cultural y creativo, así como las capacidades económico-financiera e intereses de diversos actores relevantes y las oportunidades de colaboración en el sector cultural y creativo.	E	Básico	I	I	I	I	TM CE5	Aplica metodologías y herramientas de planeación y evaluación de proyectos para asegurar la viabilidad y el impacto de las propuestas, así como la cooperación y el trabajo en red.	E	Intermedio	2	2	PMCE 5	Proponer proyectos, programas y políticas que involucren a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinares, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas.	E	Avanzado	3	3	Matemáticas Financieras	Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos	Gestión Estratégica de Proyectos
tMC E6	Interpreta la importancia de las políticas junto con los fundamentos y objetivos de las mismas en el sector cultural y creativo a nivel regional y nacional.	E	Básico	I	I	I		TM CE6	Analiza propuestas de políticas culturales y creativas que promuevan el desarrollo sostenible y la posición competitiva de la industria a nivel regional y nacional.	E	Intermedio	2	2									

ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio**	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***				ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		Puntos de control		
				I	II	III	IV					V	VI					VII	VIII	1	2	3
Nivel Técnico Profesional				Nivel Tecnológico				Nivel Profesional				1	2	3								
								TM CE7	Coordina los equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.	E	Intermedio	I	2	PMCE 7	Propone alternativas para la gestión de los recursos, la coordinación de equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.	E	Avanzado	3	3		Getión Humana	Getión Directiva
tMC E8	Emplea la contabilidad, los informes financieros y los sistemas de información de costos y presupuestos para la toma de decisiones de los usuarios de la información financiera y no financiera en el corto, mediano y largo plazo.	E	Básico	I	I	I	I	TM CE8	Analiza la información financiera y contable necesarios para el diagnóstico, planeación y control de los distintos entes económicos que permitan tomar decisiones de inversión, financiación y planificación en el corto, mediano y largo plazo.	E	Intermedio			PMCE 8	Diseña estrategias financieras y administrativas para la optimización de los recursos disponibles utilizando sistemas de control y seguimiento para evaluar el desempeño y la eficiencia de los recursos administrativos y económicos.	E	Avanzado	3	3	Costos y Presupuestos	Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos	Getión Directiva
								TM CE9	Analiza los procesos y requerimientos tecnológicos y técnicos básicos involucrados en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos.	E	Intermedio									Getión de la innovación la tecnología y el conocimiento	Getión del Patrimonio	

ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio**	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***				ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		Puntos de control		
				I	II	III	IV					V	VI					VII	VIII	1	2	3
<b>Nivel Técnico Profesional</b>								<b>Nivel Tecnológico</b>								<b>Nivel Profesional</b>			1	2	3	
MGC 1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	C G	Básico	I	I	I	I	MG C1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	C G	Intermedio	2	2	MGC 1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	C G	Avanzado	3	3	Patrimonio e Imaginarios Culturales	Investigación - Creación II	Gestión Directiva
MGC 2	Competencia comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	C G	Básico	I	I	I	2	MG C2	Competencias comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	C G	Intermedio	2	2	MGC 2	Competencias comunicativas Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	C G	Avanzado	3	3	Emprendimiento	Comunicación en el Sector Cultural y Creativo	Relaciones públicas y Comerciales

ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio**	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***				ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		Puntos de control		
				I	II	III	IV					V	VI					VII	VIII	1	2	3
				Nivel Técnico Profesional								Nivel Tecnológico						Nivel Profesional				
MGC 3	Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	C G	Básico	I	I	I	2	MG C3	Razonamiento cuantitativo Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	C G	Intermedio	2	2							Matemáticas Financieras	Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos	
MGC 4	Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	C G	Básico	I	I	I	I	MG C4	Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	C G	Intermedio	2	2	MGC 4	Manejo de la información Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla	C G	Avanzado	3	3	Investigación - Creación I	Investigación - Creación II	Investigación Creación III

ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio**	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***				ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		ID MC	Macro competencia (MC)	Tipo*	Nivel de dominio	Progresión del desarrollo de la MC por nivel***		Puntos de control		
				I	II	III	IV					V	VI					VII	VIII	1	2	3
<b>Nivel Técnico Profesional</b>				<b>Nivel Tecnológico</b>				<b>Nivel Profesional</b>														
MGC 5	Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	G C	Básico	I	I	I	I	MG C5	Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	G C	Intermedio	2	2	MGC 5	Aprendizaje autónomo Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	G C	Avanzado	3	3	Apresiasi - Producción I	Formación y evaluación de Proyectos Culturales y	Gestión Directiva
MGC 6	Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	G C	Básico	I	I	I	I	MG C6	Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	G C	Intermedio	2	2	MGC 6	Comunicación en inglés Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	G C	Avanzado	3	3	Lengua Extranjera II: Inglés	Lengua Extranjera III: Inglés	Lengua Extranjera VI: Inglés
MGC 7	Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	G C	Básico	I	I	I	I	MG C7	Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	G C	Intermedio	2	2	MGC 7	Trabajo en Equipo Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	G C	Avanzado	3	3	Investigación - Creación I	Investigación - Creación II	Investigación - Creación III

\* **GC**: competencia genérica y ciudadana; **E**: competencia específica.

\*\* Nivel de dominio de la macro competencia tomando como referencia la taxonomía seleccionada.

\*\*\* Para cada nivel académico diligenciar el nivel de dominio esperado

Teniendo en cuenta los puntos de control identificados para los tres niveles de formación y que estos se centran en la evaluación formativa para la revisión de la progresión de las competencias en los estudiantes, propendiendo a su vez por la mejora continua de la calidad de la formación desde el interior del programa, se tiene en cuenta como evaluación sumativa los exámenes de Estado, es decir; Saber T&T y Saber Pro en la finalización de cada nivel del ciclo propedéutico, lo cual permitirá al estudiante en formación, pero también al programa, recopilar información valiosa para el análisis y toma de decisiones curriculares tempranas dentro de su plan de estudios.

### 5.10.1 Estrategias para la retroalimentación a los estudiantes, a partir de los resultados de las respectivas evaluaciones

Proporcionar una retroalimentación efectiva y constructiva a los estudiantes es fundamental para ayudarles a comprender su progreso, identificar áreas de mejora y mantener su motivación para el aprendizaje. La retroalimentación como proceso formativo se basa en dos focos: 1) en su contribución para modificar los procesos de pensamiento y las acciones de quienes la reciben y 2) en la información que ofrece para contribuir a reducir la distancia entre donde se encuentra el estudiante al inicio de un aprendizaje y donde tendría que llegar en función de los propósitos de la enseñanza (Anijovich & Cappelletti, 2018).

La retroalimentación formativa tiene que ser dialogada buscando una reflexión; ofrece información acerca de los avances y fortalezas de los estudiantes; ayuda al profesor a ajustar la propuesta de enseñanza; estimula la autonomía y la autorregulación de las competencias (Yrene et al., 2022).

A su vez, Yrene et al. (2022) indican que la retroalimentación formativa puede tener unas estrategias claves:

- Aclarar, compartir y comprender las competencias a alcanzar y los estándares.
- Diseñar tareas para obtener evidencias de aprendizaje, para saber dónde están los estudiantes respecto al aprendizaje.
- Ofrecer comentarios, preguntas, orientaciones, ejemplos que hagan avanzar a los estudiantes.
- Activar a los estudiantes como recursos educativos entre sí, desarrollar las prácticas de retroalimentación entre pares.
- Impulsar a los estudiantes como dueños de su propio aprendizaje.

En la actualidad la retroalimentación se enuncia como una práctica que va más allá de los meros aciertos o fallas en una evaluación. Yrene et al. (2022) resalta que una retroalimentación significativa se centra en tres propósitos: “1. impactar sobre la autoestima del estudiante y provocar mejoras en sus aprendizajes; 2. impactar sobre la calidad y la profundidad de las tareas y los logros; 3. e identificación de sus fortalezas, obstáculos y dificultades para reconocerse como aprendices”. Yrene et al. (2022) concibe la retroalimentación como el espacio en que “el profesor y el estudiante conoce cuáles son los aciertos y cuáles las dificultades que aún existen”; sin embargo, esta no cumple su fin si el docente no utiliza esta información para reorientar el aprendizaje de modo que el estudiante consiga superar sus falencias y alcanzar un mejor desempeño. Bajo este enfoque el ejercicio privilegia prácticas de reflexión e interacción donde a través de la formulación de preguntas el estudiante aprende a autorregular sus procesos de aprendizaje, y comunica al estudiante de manera constante que deberá hacer para mejorar su aprendizaje y a dónde lo llevará si decide hacerlo, por ende, crea oportunidades para continuar mejorando.

Tal visión constructiva de la retroalimentación, además de revelar el nivel de conocimiento, habilidades y actitudes de los estudiantes y su correspondencia con lo que se espera logre, es para el docente, un insumo que le permite reorientar su proceso de enseñanza, donde a partir de los resultados de desempeño este podrá reflexionar sobre su labor, y reajustar sus estrategias pedagógicas, el material didáctico, entre otros aspectos del currículum, para incrementar la efectividad del aprendizaje (Yrene et al., 2022).

Por su parte, la vivencia del estudiante ante la experiencia de la retroalimentación provocará en él no solo ajustes en su conocimiento sino también en la manera como orienta y propicia



autónomamente su aprendizaje. La neurobiología considera que un proceso de aprendizaje es significativo cuando éste incorpora la emoción, ello implica que cuando los entornos generan ambientes positivos de aprendizaje, y en este caso de retroalimentación, el conocimiento será consolidado exitosamente en la memoria. Esta misma idea reconoce la dimensión afectiva como uno de los factores que intervienen en la retroalimentación, especialmente cuando los espacios generan confianza mutua, responsabilidad, y capacidad de influenciar positivamente en su proceso formativo. Sin embargo, agregar un componente emocional a la práctica no invalida el hecho que esta deberá caracterizarse por su carácter constructivo, no como una crítica al desempeño del estudiante sino transmitir la idea que las falencias hacen parte del aprendizaje y deben ser vistas como un motor para que el estudiante realice su mejor esfuerzo y alcance los objetivos propuestos (Yrene et al., 2022).

En el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos todas estas reflexiones nutren la función primordial del proceso enseñanza – aprendizaje pues los estudiantes esperan información de su progreso en aras de alcanzar los resultados de aprendizaje esperado; no basta con solo indicar si los entregables estuvieron acorde con los requerimientos, es necesario enriquecer el proceso de aprendizaje del estudiante con medidas que establezcan un reconocimiento de sus fortalezas y debilidades, esto último acorde con Luna (2022). A su vez, se propone que la retroalimentación debe tener criterios que ayuden a mejorar la experiencia del estudiante en su proceso de formación; dentro de los mismos se encuentran la razón que el profesor con su oficio conozca, sepa e interiorice el tipo de retroalimentación que va a utilizar, el segundo es que construya estrategias de evaluación diseñadas conforme a criterios definidos y claros para el estudiante (Pérez-Chaverri & Salas-Soto, 2016.).

De esta misma manera, se presume que los tipos de retroalimentación asumidos por los profesores del programa se evidencia desde las cuatro perspectivas planteadas por Luna (2022): Retroalimentación centrada en la tarea, Retroalimentación centrada en la autorregulación, Retroalimentación centrada en el proceso y finalmente Retroalimentación centrada en la persona. La primera tiene relevancia desde lo presentado en información y actividades dadas para el cumplimiento de los objetivos, esto con el fin de reforzar el método y la ejecución para el desarrollo de la misma, la segunda es realizada basada en la actitud presentada por los estudiantes, es decir, trabajo de habilidades blandas que permite la evidencia de la voluntad con la que se asume la retroalimentación; la tercera permite conocer el proceso y los medios usados por el estudiante para el desarrollo de la actividad, esto con el fin de conocer cómo desarrolla habilidades mediante la apropiación de herramientas para alcanzar el resultado esperado. Finalmente, la centrada en la persona, permite el reconocimiento de los atributos personales del estudiante, creatividad y el aporte que la actividad tenga en su vida personal. Cabe resaltar, que los profesores se pueden adecuar a más de un tipo, acorde con los resultados esperados planteados y las competencias que pretendan formar.

Los profesores del programa son conscientes de poder reducir la brecha entre lo entregado por el estudiante y el logro de competencias, asumen el modelo enunciado por Hattie & Timperley (2007), ver tabla 20, según el cual se debe dar respuesta a tres preguntas que corresponden al feed up, feed back y feed forward: ¿Adónde voy? (¿Cuáles son los objetivos?), ¿Cómo voy? (¿Qué progreso se está logrando hacia la meta?), y ¿Hacia dónde sigue? (¿Qué actividades deben emprenderse para progresar?).

**Tabla 20. Feed up, feed back y feed forward**

Preguntas	Recomendaciones
¿Cómo voy? ¿Hacia a dónde estoy yendo?	Informar al alumno si está cubriendo los objetivos de aprendizaje del curso y de cada actividad en particular.
¿Cómo lo estoy haciendo?	Informar al estudiante tanto el desempeño que está teniendo en sus actividades de aprendizaje, como en el resultado de los productos entregados, que hacen parte de una meta determinada.
¿Qué sigue después de esto?	Cómo va a conectar la actividad que se está evaluando con la siguiente, no son productos aislados, cada actividad debe tener un objetivo claro encaminado a cumplir los objetivos del curso y que se pueden enlazar los aprendizajes. Así mismo que fortaleza o debilidades tiene el estudiante para avanzar en los siguientes objetivos.

Fuente: Elaboración propia a partir de lo enunciado por Hattie & Timperley (2007)

De acuerdo con este modelo la retroalimentación se puede contemplar en 4 niveles: tarea, proceso, autorregulación y del yo. La centrada en la tarea da información sobre los resultados alcanzados por el estudiante; la centrada en el proceso se concentra en lo cognoscitivo y del logro de competencias, aquí se comenta que el diseño de las actividades de clase están acorde con los niveles taxonómicos del pensamiento; la centrada en la autorregulación sirve para reflexionar sobre la ejecución de habilidades de cada estudiante, es decir identifica el estilo de aprendizaje y lo potencializa para comprender y hacer mejor su labor; finalmente la centrada en el yo muestra el compromiso y esfuerzo que haya desarrollado en la actividad, esto hace que el profesor dentro de esta retroalimentación utilice expresiones positivas sobre el desarrollo de la actividad presentada. Finalmente es importante indicar que la retroalimentación aporta al estudio información específica de manera oportuna, con enfoque en lo nuevo aprendido y revelando lo por mejorar en el proceso del estudiante.

A continuación, se presentan una serie de estrategias acordes con lo mencionado anteriormente para brindar retroalimentación a partir de los resultados de las actividades o evaluaciones:

- Retroalimentación personalizada: se deben evitar comentarios generales y proporcionar retroalimentación específica y personalizada para cada estudiante. Destaca sus logros y menciona áreas específicas que necesitan mejoras.
- Se deben destacar puntos fuertes: iniciar la retroalimentación destacando los aspectos en los que el estudiante ha demostrado un buen desempeño. Esto les ayuda a reconocer sus habilidades y fortalezas.
- Identificar áreas de mejora: señalar claramente las áreas en las que el estudiante necesita mejorar. Ofrece sugerencias concretas sobre cómo pueden abordar estas áreas y progresar en su aprendizaje.
- Retroalimentación oportuna: proporciona retroalimentación tan pronto como sea posible después de la evaluación (máximo dos semanas). Esto permite que los estudiantes comprendan los comentarios en el contexto del trabajo que realizaron.
- Retroalimentación positiva: utilizar un enfoque positivo y alentador en tus comentarios. Resaltar los esfuerzos del estudiante y reconocer su progreso.
- Se debe fomentar la autorreflexión: invitar a los estudiantes a reflexionar sobre su propio trabajo y rendimiento. Pregunta qué estrategias utilizaron, qué funcionó bien y qué podrían mejorar.

- Retroalimentación escrita y oral: Combina la retroalimentación escrita con comentarios orales. El feedback oral puede ser más personal y permite una comunicación más directa.
- Fomentar el diálogo: invitar a los estudiantes a hacer preguntas sobre la retroalimentación y aclarar dudas. El diálogo permite una mayor comprensión y evita malentendidos.
- Establecer metas: ayudar a los estudiantes a establecer metas realistas y alcanzables basadas en los comentarios recibidos. Estas metas pueden ser tanto a corto plazo para mejorar áreas específicas, como a largo plazo para su desarrollo general.
- Seguimiento y revisión: se debe asegurar que los estudiantes comprendan la retroalimentación y su aplicación práctica. Revisar su progreso en futuras evaluaciones y observa si han abordado las áreas de mejora identificadas.

A nivel general la retroalimentación de los puntos de control será crucial tanto para los grupos como de manera individual con el fin de continuar y reforzar el proceso de aprendizaje de los estudiantes, generando estrategias tempranas para asegurar el logro de los resultados de aprendizaje.

## 5.11 MICRO CURRÍCULO DEL PROGRAMA

El micro currículo del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos ha sido cuidadosamente diseñado para desarrollar integralmente el ser, el saber y el hacer de los estudiantes. En este sentido, las micro competencias se agrupan en tres categorías fundamentales acordes con los referentes institucionales<sup>23</sup>: cognitivas, procedimentales y actitudinales. Las competencias cognitivas se centran en el saber, es decir, en los conocimientos teóricos y conceptuales que fundamentan la disciplina y respaldan la toma de decisiones estratégicas en el campo profesional. Por otro lado, las competencias procedimentales se refieren al hacer, en ellas los estudiantes adquieren la experticia necesaria para llevar a cabo los procesos propios de la administración en el ámbito cultural y creativo. Finalmente, las competencias actitudinales tienen que ver con el ser y engloban los valores, principios y actitudes que guían el actuar profesional ético y responsable. Mediante este enfoque de micro competencias, se busca la formación integral, centrada en el estudiante, la cual pretende como fin último alcanzar los resultados de aprendizaje esperados.

### 5.11.1 Micro competencias (mC)

A continuación, en la tabla 21, se presentan las micro competencias derivadas de las macro competencias del programa.

**Tabla 21. Micro competencias derivadas de las macro competencias**

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tip o MC •	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC <sup>23</sup>	
<b>Nivel Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos</b>							
tMCE I	Describe el entorno de las economías culturales y creativas y los factores relevantes que influyen en la sostenibilidad de las organizaciones del sector así como la importancia en las decisiones estratégicas.	E	Básico	mCC 1	Comprende las teorías administrativas y las diferencias que genera su implementación en el direccionamiento de una organización, teniendo en cuenta las funciones administrativas básicas.	C	Introducción a la Administración Cultural y Creativa
			Básico	mCC 2	Identifica las variables del contexto interno y externo de la organización, los fundamentos de administración, el diseño organizacional y su evolución.	C	

<sup>23</sup> Consejo Académico. Acuerdo 23 de 2023. Por el cual se aprueban los referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos de la Universidad Industrial de Santander. Pág. 62.

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
			Básico	mCC3	Expone las características organizacionales del sector cultural y creativo, así como el lenguaje específico de este.	C	Economía de la Cultura
			Básico	mCP4	Examina los datos relevantes sobre las actividades culturales y creativas de la organización y del sector.	P	
			Básico	mCC5	Reconoce metodologías de investigación económica para evaluar el impacto de las industrias culturales en el crecimiento económico.	C	
			Básico	mCC6	Identifica estrategias, políticas y programas que impulsen la economía cultural y creativa.	C	
			Básico	mCA7	Asume una actitud responsable y autónoma en ejecución de sus actividades	A	
			Básico	mCA8	Trabaja en equipo para fomentar la colaboración y el networking en el ámbito de la economía cultural y creativa.	A	
tMCE 2	Reconoce la importancia del patrimonio tangible e intangible en las economías culturales y creativas.	E	Básico	mCC9	Define el concepto de patrimonio cultural y sus tipologías, así como su diversidad cultural y el valor del patrimonio en diferentes contextos.	C	Patrimonio e Imaginarios Culturales
			Básico	mCC10	Identifica los aspectos sociales y sociológicos de la cultura.	C	
			Básico	mCC11	Reconoce la legislación del patrimonio y la cultura.	C	
			Básico	mCC12	Describe las actividades de patrocinio y mecenazgo y las leyes actuales aplicables.	C	
			Básico	mCC13	Identifica el patrimonio en las nuevas tecnologías.	C	
			Básico	mCA14	Valora la importancia del patrimonio y los imaginarios culturales como elementos fundamentales para la preservación y promoción de la diversidad cultural.	A	
tMCE 3	Comprende los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización y su relación con las audiencias, junto con sus necesidades y preferencias, participando en la concepción y desarrollo de productos artísticos que generen impacto y conexión con las audiencias.	E	Básico	mCC16	Describe las principales corrientes artísticas a lo largo de la historia, sus características y su influencia en las manifestaciones artísticas contemporáneas visualizando el futuro de su ejercicio.	C	Apreciación – Producción I, II y III
			Básico	mCC17	Utiliza lenguaje apropiado para comunicar y expresar apreciaciones estéticas sobre obras y eventos culturales.	C	
			Básico	mCC18	Identifica los fundamentos teóricos y metodológicos de la semiología y sus principios en el análisis de signos, símbolos y significados en diferentes contextos culturales y comunicativos.	C	
			Básico	mCC19	Reconoce técnicas de crítica y análisis estético en la apreciación de la cultura.	C	
			Básico	mCC20	Contrasta las diferentes expresiones artísticas, desarrollando la sensibilidad estética y la capacidad de reflexionar sobre la importancia del arte en la sociedad.	C	
			Básico	mCP21	Examina recursos técnicos y humanos generales para la producción y gestión de espacios, eventos y espectáculos.	P	Investigación – Creación I
			Básico	mCA22	Valora la calidad artística y estética de diversas expresiones culturales y creativas.	A	
			Básico	mCA23	Valora la diversidad cultural y la multiplicidad de enfoques estéticos, promoviendo el respeto y la tolerancia hacia diferentes expresiones culturales y creativas siendo participe de eventos y actividades culturales, demostrando una actitud abierta y receptiva hacia nuevas experiencias estéticas.	A	
			Básico	mCC24	Comprende contextos y situaciones que definen un problema y formula preguntas de investigación a partir del uso de datos.	C	
			Básico	mCP25	Integra conocimientos teóricos y prácticos para enriquecer la apreciación estética de las actividades culturales y creativas, a través de un proceso de investigación-creación.	P	

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
			Básico	mCC26	Define la fundamentación de mercadeo y sus tendencias, así como la importancia de los sistemas de información en la toma de decisiones en este campo, teniendo en cuenta la segmentación de mercados.	C	Principios de Mercadeo
			Básico	mCC27	Explica las variables del marketing mix y las estrategias de mercadeo para el logro de los objetivos propuestos, dentro de un marco ético y de responsabilidad social.	C	
			Básico	mCP28	Reconoce las principales técnicas de obtención y análisis de información para el diseño de cuestionarios y encuestas a fin de recopilar datos relevantes sobre el mercado obteniendo información sobre las preferencias y expectativas de los consumidores en relación con los productos y servicios culturales y creativos.	P	Investigación de Mercados
			Básico	mCA29	Considera principios éticos en la realización de investigaciones de mercado, protegiendo la privacidad y confidencialidad de los participantes y asegurando el uso adecuado de la información recopilada.	A	
			Básico	mCC30	Reconoce el concepto de creatividad y su relación con el diseño, la innovación y el emprendimiento.	C	
			Básico	mCC31	Infiere que la creatividad es el origen de la innovación y el emprendimiento y busca promover el desarrollo de las organizaciones y del entorno.	C	
			Intermedio	mCP49	Utiliza herramientas tecnológicas y técnicas estadísticas para analizar y presentar los resultados de las investigaciones de mercado de manera clara y significativa.	P	
			Intermedio	mCP50	Construye un informe de investigación de mercados utilizando el método científico de investigación y herramientas de tipo cuantitativo y/o cualitativo.	P	
			Intermedio	mCP51	Aplica técnicas y herramientas para desarrollar el potencial creativo en su entorno.	P	Creatividad
			Intermedio	mCP52	Elabora un plan de acción para el sector creativo y cultural utilizando los pasos de la solución creativa de problemas en beneficio de su entorno.	P	
			Básico	mCC67	Identifica oportunidades de negocio en el ámbito del sector cultural y creativo.	C	Emprendimiento
			Intermedio	mCP85	Realiza el análisis competitivo del entorno con el uso de herramientas y técnicas novedosas.	P	
			Intermedio	mCP86	Examina los recursos financieros, humanos y materiales de un emprendimiento cultural y creativo.	P	
			Intermedio	mCC87	Analiza las estrategias de marketing y comunicación efectivas para promover un emprendimiento en el sector cultural y creativo.	C	
			Avanzado	mCP99	Propone un plan de negocio viable para un emprendimiento en el sector cultural y creativo.	P	
tMCE 4	Reconoce el contexto político, económico, legal y social a nivel regional, nacional y global y su impacto en el sector cultural y creativo.	E	Básico	mCC32	Identifica la estructura y organización del estado, la ubicación del derecho laboral en el marco general del derecho público, como parte integral de este, las diferencias entre el derecho público y privado, el campo en el que se desenvuelve cada uno, los sujetos y su actuar.	C	Derecho Empresarial y Laboral
			Básico	mCC33	Reconoce los aspectos generales del derecho comercial que le permite entender los efectos de las decisiones en la empresa, así como diversas modalidades de obligaciones y contratos civiles y mercantiles.	C	
			Básico	mCP34	Identifica las diversas formas de organización empresarial, sus elementos, finalidades y funciones	C	Economía Colombiana
			Básico	mCC35	Identifica las fuerzas que imperan en el entorno para determinar su incidencia en el desarrollo regional y su impacto en las actividades sectoriales y empresariales.	C	
			Básico	mCC36	Reconoce las características de la economía colombiana, así como el papel de las instituciones en su funcionamiento.	C	

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
			Básico	mCC37	Reconoce herramientas tecnológicas básicas de análisis de problemas y políticas económicas.	C	
			Básico	mCC38	Interpreta la información estadística y documental de la economía.	C	
tMCE 5	Identifica los conceptos técnicos y criterios básicos sobre proyectos, programas y planes en el sector cultural y creativo, así como las capacidades económico-financiera e intereses de diversos actores relevantes y las oportunidades de colaboración en el sector cultural y creativo.	E	Básico	mCC39	Identifica las técnicas y herramientas de las matemáticas financieras para la toma de decisiones de inversión y financiación en el corto y largo plazo.	C	Matemáticas Financieras
			Básico	mCP40	Expone el impacto que variables relevantes del proyecto podrían generar sobre los criterios de decisión.	P	
			Básico	mCC41	Define el significado de estadística descriptiva e inferencial y los términos estadísticos básicos; muestra, población, parámetro, estimación.	C	Probabilidad y Estadística
			Básico	mCC42	Reconoce la importancia del diseño muestral y su papel en la validez de los resultados, así como los tipos de variables, estructuras de datos y escalas de medición.	C	
			Básico	mCC43	Reconoce de propiedades de las distribuciones de probabilidad más importantes para variables continuas y discretas estimando su valor esperado.	C	
			Intermedio	mCP53	Analiza los conceptos y técnicas modernas básicas para la evaluación económica de proyectos de inversión en ambientes determinísticos.	P	Matemáticas Financieras
			Intermedio	mCP54	Calcula la viabilidad financiera, estimando costos, ingresos y flujos de caja asociados a un proyecto en el ámbito cultural y creativo	P	
			Intermedio	mCC55	Interpreta información de una población o muestra con base en estadísticas descriptivas básicas en forma útil utilizando gráficos y tablas.	C	Probabilidad y Estadística
			Intermedio	mCP56	Realiza pruebas de hipótesis. Prueba diferencias de medias entre dos y más muestras.	P	
tMCE 6	Interpreta la importancia de las políticas junto con los fundamentos y objetivos de las mismas en el sector cultural y creativo a nivel regional y nacional.	E	Básico	mCA44	Trabaja de manera colaborativa y multidisciplinaria en equipos para abordar problemas y desafíos complejos relacionados con las políticas públicas en el ámbito de las organizaciones culturales y creativas.	A	Política Pública
			Intermedio	mCC57	Analiza las políticas públicas enfocado en el Ciclo de Jones.	C	
			Intermedio	mCC58	Analiza el marco legal y normativo que regula las políticas públicas en el contexto de las organizaciones y el sector cultural y creativo.	C	
			Intermedio	mCP59	Comunica de manera efectiva los resultados de análisis y propuestas de políticas públicas.	P	
tMCE 8	Emplea la contabilidad, los informes financieros y los sistemas de información de costos y presupuestos para la toma de decisiones de los usuarios de la información financiera y no financiera en el corto, mediano y largo plazo.	E	Básico	mCC45	Reconoce las Normas Internacionales de Información Financiera u otras normas relevantes, a las transacciones y otros eventos, así como los elementos que la componen.	C	Gestión Contable
			Básico	mCP46	Interpreta la información financiera a analizar desde el punto de vista de la Norma Internacional de información Financiera.	P	
			Básico	mCC47	Interpreta estados financieros y reportes de gestión para evaluar el desempeño económico de proyectos culturales y creativos y tomar decisiones informadas.	C	Costos y Presupuestos
			Básico	mCC48	Reconoce presupuestos detallados y realistas para proyectos culturales y creativos, teniendo en cuenta los costos involucrados y los recursos disponibles.	C	
			Intermedio	mCP60	Estima los costos directos e indirectos de proyectos culturales y creativos, considerando factores como materiales, personal, logística y promoción.	P	
			Intermedio	mCP61	Utiliza herramientas tecnológicas y técnicas de análisis de costos, como el punto de equilibrio, el análisis de rentabilidad, el análisis de sensibilidad y los estados financieros proyectados, para evaluar la viabilidad económica de proyectos culturales y creativos	P	

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
MGC1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo: Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	Básico	mGC C135	Reconoce y asume el modelo político jurídico del Estado colombiano.	C	Derecho Empresarial y Laboral
			Básico	mGC C136	Reconoce dilemas y situaciones asociadas a problemas actuales: ambientales, sociales, culturales, económicos.	C	Economía Colombiana
			Básico	mGC C137	Identifica los dilemas éticos ante diferentes situaciones y contextos.	C	
			Básico	mGC C138	Reconoce la dimensión estética y funcional en las diversas manifestaciones de las culturas humanas.	C	Apreciación producción I, II y III
			Básico	mGC A139	Participa en discusiones y promueve acuerdos sobre las acciones a seguir en organismos colegiados a nivel local, regional, nacional e internacional.	A	Economía Cultural
			Básico	mGC C140	Reconoce su responsabilidad profesional y personal en la sociedad	C	Introducción a la Administración Cultural y Creativa
			Intermedia	mGC P141	Decide y actúa de manera autónoma con base en el conocimiento que tiene de los problemas del entorno.	P	Patrimonio e Imaginarios Culturales
			Básico	mGC A142	Assume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa	A	Emprendimiento
MGC2	Competencias comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Básico	mGC C143	Comprende discursos en contexto demostrando a los demás que están siendo escuchados.	C	Expresión y Comunicación
			Básico	mGC C144	Expresa las necesidades, intereses, posiciones, derechos e ideas propias de maneras claras y enfáticas, evitando herir a los demás o hacer daño a las relaciones.	C	
			Intermedio	mGC C145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	C	
			Básico	mGC C146	Comprende una situación desde otras perspectivas y se pone mentalmente en los zapatos de los demás.	C	
			Intermedia	mGC P147	Propone creativamente diferentes maneras de resolver un conflicto o un problema social.	P	
			Básico	mGC A148	Reconoce los distintos efectos que puede tener cada alternativa de acción.	A	
MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Básico	mGC C149	Reconoce el lenguaje matemático como herramienta de comunicación que permite interpretar, comprender, construir y comunicar el conocimiento matemático.	C	Cálculo, matemáticas financieras
			Intermedio	mGC P150	Utiliza diversos procesos de cálculo, de forma secuenciada y sistemática e interpreta los resultados obtenidos.	P	
			Intermedio	mGC P151	Resuelve problemas movilizando un conjunto de recursos.	P	
			Intermedio	mGC P152	Analiza la situación de un contexto particular a un modelo matemático para dar solución a esta.	P	
			Básico	mGC C153	Comprende el alcance de las matemáticas en la solución de problemas económicos y se interesa vivamente por estudiarlas, comprenderlas y aplicarlas.	C	
			Intermedio	mGC P154	Interpreta información presentada en gráficas, tablas y esquemas y, a partir de ella, hace inferencias utilizando cálculos cuantitativos.	P	
MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla.	GC	Básico	mGC P155	Escribe un texto en el que expresa claramente una idea utilizando las normas gramaticales.	P	Expresión y Comunicación
			Básico	mGC P156	Escribe un texto coherente globalmente, con cohesión y concordancia oracional.	P	
			Intermedio	mGC P154	Expresa verbalmente su opinión con claridad, argumenta y con propiedad para dar a conocer su punto de vista	P	
			Intermedio	mGC P155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	P	Costos y Presupuestos
			Básico	mGC P156	Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica de manera ética y responsable.	P	Gestión Contable

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
			Intermedio	mGC P157	Analiza críticamente la información y las fuentes.	P	Investigación – Creación I
MGC5	Aprendizaje autónomo: Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC	Básico	mGC C158	Reconoce sus estrategias cognitivas y metacognitivas propias del conocimiento experto. Las primeras facilitan el conocimiento, las segundas sirven para monitorearlo.	C	Investigación - Creación I
			Intermedio	mGC P159	Analiza, corrige y mejora los procesos de aprendizaje que operan a partir de la reflexión permanente sobre las estrategias adoptadas y los resultados obtenidos, en términos de eficiencia y calidad.	P	Costos y Presupuestos
			Avanzado	mGC P160	Planea su trabajo orientado hacia propósitos, competencias y resultados de aprendizaje.	P	Investigación – Creación I
MGC6	Comunicación en inglés: Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	GC	Básico	mGC C161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	C	Inglés I
			Intermedio	mGC P162	Interactúa en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina, utilizando el idioma inglés.	P	Inglés II
MGC7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	Básico	mGC C164	Identifica los diferentes roles en un equipo de trabajo a partir de la dinámica presente en una situación dada.	C	Emprendimiento
			Avanzado	mGC P165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	P	Investigación – Creación I
			Intermedio	mGC A166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	P	Política Pública
<b>Nivel Tecnológico – Tecnólogo en Gestión Cultural y Creativa</b>							
TMCE 1	Analiza de manera sistemática las situaciones organizacionales y del entorno de las economías culturales y creativas, así como las tendencias y oportunidades relevantes para la construcción de marcos teóricos y herramientas de análisis estratégico, incluyendo el concepto de sostenibilidad económica, social y cultural en las decisiones de corto, mediano y largo plazo	E	Básico	mCC 62	Identifica los principales conceptos y teorías de los estudios culturales, reflexionando sobre los procesos de identidad, poder y resistencia en las prácticas culturales contemporáneas	C	Estudios Culturales
			Intermedio	mCP6 8	Analiza las perspectivas teóricas y metodológicas de los estudios culturales y su relevancia para el análisis de fenómenos culturales.	P	
			Intermedio	mCP6 9	Aplica los enfoques de los estudios culturales para comprender y explicar la producción, circulación y recepción de significados en diversos contextos culturales.	P	
			Intermedio	mCP7 0	Analiza obras y manifestaciones culturales desde un enfoque interdisciplinario, considerando la dimensión simbólica, estética, histórica y social.	P	
			Avanzado	mCP8 9	Evalúa los impactos y desafíos de la globalización, la digitalización y las nuevas tecnologías en la producción y consumo de la cultura.	P	
			Avanzado	mCP9 0	Elabora informes que integren los conceptos, teorías y metodologías de los estudios culturales para reflexionar sobre fenómenos culturales contemporáneos.	P	
TMCE 3	Articula los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, considerando la innovación y la creatividad mediante estrategias que involucren la segmentación de mercado, la creación de propuestas de valor diferenciadas y la implementación de estrategias de comunicación y promoción.	E	Intermedio	mCP7 1	Produce un proyecto de investigación para el sector cultural y creativo que permita la generación de nuevo conocimiento respondiendo a las necesidades del entorno.	P	Investigación – Creación II
			Intermedio	mCP7 2	Gestiona una muestra artística original a través de un proceso de investigación-creación.	P	
			Intermedio	mCP7 3	Participa en eventos y actividades culturales, demostrando una actitud abierta y receptiva hacia nuevas experiencias estéticas.	P	
			Intermedio	mCP7 4	Utiliza herramientas y técnicas de comunicación para construir relaciones sólidas con stakeholders clave del sector cultural y creativo para establecer alianzas estratégicas, generar oportunidades de colaboración, fortalecer la reputación y el posicionamiento de la organización en el mercado.	P	Comunicación en el Sector Cultural y Creativo
			Intermedio	mCP7 5	Se expresa adecuadamente de forma oral y escrita para la elaboración de mensajes y materiales promocionales.	P	
			Intermedio	mCP7 6	Aplica técnicas de investigación para recopilar y analizar datos relevantes de las audiencias y sus comunidades en el sector cultural y creativo.	P	



Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
			Intermedio	mCP77	Utiliza Herramientas para identificar, clasificar y fidelizar a los públicos, las audiencias y las comunidades del sector creativo y cultural.	P	Comunicación en el Sector Cultural y Creativo
			Avanzado	mCP91	Gestiona la comunicación interna y externa de la organización, estableciendo procesos y canales de comunicación claros y eficientes con el fin de fomentar la colaboración, la transparencia y el flujo de información entre los miembros del equipo y con el público objetivo.	P	
			Avanzado	mCP92	Plantea estrategias de comunicación efectivas y coherentes con la identidad y objetivos de la organización o proyecto cultural, utilizando diversos medios y canales de comunicación (como redes sociales, sitios web, prensa, entre otros) para llegar a audiencias específicas y promover el valor de las actividades y productos culturales.	p	
			Avanzado	mCP93	Diseña un plan para el desarrollo y formación de públicos según su tipología utilizando las herramientas adecuadas para cada uno.	P	
			Avanzado	mCP94	Formula indicadores clave de rendimiento para la evaluación del plan de desarrollo y formación de las audiencias con el fin de establecer controles y mejora continua	P	
			Avanzado	mCP95	Propone acciones para fortalecer la relación entre las organizaciones culturales y creativas, el estado y las audiencias.	P	
TMCE 4	Analiza de manera crítica el entorno político, económico, legal y social, para generar oportunidades en el sector cultural y creativo.	E	Básico	mCC63	Identifica los conceptos fundamentales de la propiedad intelectual, como la gestión de la propiedad industrial, derechos de autor y conexos.	C	Gestión de la propiedad intelectual
			Básico	mCP64	Define las estrategias para la protección de la propiedad intelectual acorde al producto creativo y el entorno de divulgación del mismo.	P	
			Intermedio	mCP78	Analiza los procesos de la protección de la propiedad intelectual junto con los términos y condiciones de su uso.	p	
			Intermedio	mCP79	Utiliza técnicas de búsqueda y análisis de información para verificar la originalidad y la protección legal de obras y productos creativos.	P	
			Avanzado	mCP96	Investiga las tendencias y cambios en las leyes y regulaciones relacionadas con la propiedad intelectual a nivel nacional e internacional.	P	
TMCE 5	Aplica metodologías y herramientas de planeación y evaluación de proyectos para asegurar la viabilidad y el impacto de las propuestas, así como la cooperación y el trabajo en red.	E	Básico	mCP65	Diagnostica en contexto la situación por mejorar, actividad u organización del sector cultural y creativo por evaluar con la realización del proyecto.	p	Formulación y Evaluación de Proyectos Culturales y Creativos
			Intermedio	mCP80	Realiza estudios que permitan determinar la viabilidad del proyecto en el sector cultural y creativo de manera clara y precisa.	P	
			Intermedio	mCP81	Determina los flujos de caja durante la vida útil esperada del proyecto.	p	
			Avanzado	mCP97	Evalúa la viabilidad financiera y conveniencia de realización del proyecto	p	
			Avanzado	mCP98	Evalúa el impacto social y cultural de un proyecto, considerando aspectos de diversidad, inclusión y sostenibilidad.	P	
TMCE 7	Coordina los equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo.	E	Básico	mCC66	Identifica los principios y teorías fundamentales de la gestión humana.	C	Gestión Humana
			Intermedio	mCP82	Gestiona los elementos administrativos y organizacionales, de acuerdo con el marco jurídico laboral.	P	
			Intermedio	mCA83	Promueve relaciones laborales positivas y saludables, fomentando el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y la resolución constructiva de conflictos.	A	

Macro competencia				Micro competencias (mC)			Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
			Intermedio	mCA84	Se adapta de manera ágil a los cambios y desafíos propios del sector cultural y creativo, aplicando enfoques innovadores en la gestión del talento humano.	A	
TMCE9	Analiza los procesos y requerimientos tecnológicos y técnicos básicos involucrados en la creación, producción, distribución, circulación, consumo y conservación de los trabajos culturales y creativos.	E	Intermedio	mCP88	Planea el diseño de la producción, la consecución y gestión de los derechos de las obras, y la definición de los cronogramas de uso de los recursos, asegurando el cumplimiento de objetivos, la calidad del producto final y la satisfacción de las audiencias.	P	Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos
			Avanzado	mCPI00	Propone los recursos necesarios para la producción de espacios, eventos y espectáculos, incluyendo la logística, canales de distribución, la gestión financiera, la contratación, la selección de espacios y el manejo de equipos técnicos, garantizando una operación eficiente y efectiva.	P	
			Avanzado	mCPI01:	Prepara eventos culturales y creativos para la exposición a públicos, considerando aspectos como la acústica, iluminación, distribución de espacios y requisitos de seguridad, con el objetivo de crear experiencias memorables y garantizar el bienestar de los asistentes.	P	
MGC1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo: Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	Básico	mGC C138	Reconoce la dimensión estética y funcional en las diversas manifestaciones de las culturas humanas.	C	Estudios Culturales
			Básico	mGC C140	Reconoce su responsabilidad profesional y personal en la sociedad	C	Investigación - Creación II
			Intermedio	mGC P141	Decide y actúa de manera autónoma con base en el conocimiento que tiene de los problemas del entorno.	P	Formulación y Evaluación de Proyectos Culturales y Creativos
			Básico	mGC A142	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa	A	Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos
MGC2	Competencias comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Intermedio	mGC C145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	C	Investigación - Creación II
			Intermedio	mGC P147	Propone creativamente diferentes maneras de resolver un conflicto o un problema social.	P	Comunicación en el Sector Cultural y Creativo
			Básico	mGC A148	Reconoce los distintos efectos que puede tener cada alternativa de acción.	A	Comunicación en el Sector Cultural y Creativo
MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Intermedio	mGC P151	Resuelve problemas movilizando un conjunto de recursos.	P	Formulación y Evaluación de Proyectos Culturales y Creativos
			Intermedio	mGC P154	Interpreta información presentada en gráficas, tablas y esquemas y, a partir de ella, hace inferencias utilizando cálculos cuantitativos.	P	
MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de	GC	Intermedio	mGC P154	Expresa verbalmente su opinión con claridad, argumenta y con propiedad para dar a conocer su punto de vista	P	Comunicación en el Sector Cultural y Creativo
			Intermedio	mGC P155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	P	

Macro competencia				Micro competencias (mC)			Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
	manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla.		Intermedio	mGC P157	Analiza críticamente la información y las fuentes.	P	Audiencias I
MGC5	Aprendizaje autónomo: Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC	Básico	mGC C158	Reconoce sus estrategias cognitivas y metacognitivas propias del conocimiento experto. Las primeras facilitan el conocimiento, las segundas sirven para monitorearlo.	C	Investigación Creación II
			Intermedio	mGC P159	Analiza, corrige y mejora los procesos de aprendizaje que operan a partir de la reflexión permanente sobre las estrategias adoptadas y los resultados obtenidos, en términos de eficiencia y calidad.	P	
			Avanzado	mGC P160	Planea su trabajo orientado hacia propósitos, competencias y resultados de aprendizaje.	P	
MGC6	Comunicación en inglés: Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	GC	Intermedio	mGC P162	Interactúa en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina, utilizando el idioma inglés.	P	III
			Intermedio	mGC P163	Produce textos coherentes en inglés sobre temas que son de interés personal y general.	P	Inglés IV
MGC7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	Básico	mGC C164	Identifica los diferentes roles en un equipo de trabajo a partir de la dinámica presente en una situación dada.	C	Gestión Humana
			Avanzado	mGC P165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	P	
			Intermedio	mGC A166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	P	
<b>Nivel Profesional – Administrador de Empresas Culturales y Creativas</b>							
PMCE I	Propone soluciones innovadoras a las necesidades y problemáticas del sector cultural y creativo basadas en el análisis crítico e interpretación de datos para la toma de decisiones, anticipándose a los cambios del entorno y teniendo en cuenta el valor expresivo de los productos y servicios, así como la preservación y promoción del patrimonio.	E	Intermedio	mCPI 04	Examina técnicas propias de la curaduría como la tutoría, cuidado y preservación, documentación y catalogación para registrar y organizar el patrimonio de manera efectiva.	P	Gestión del Patrimonio y Electivas Disciplinarias
			Intermedio	mCPI 05	Aplica principios de sostenibilidad y responsabilidad en la gestión del patrimonio, fomentando prácticas de turismo cultural y desarrollo sostenible.	P	
			Avanzado	mCPI 10	Elabora planes de gestión del patrimonio, considerando aspectos legales, financieros y sociales, así como la participación de las comunidades involucradas.	P	
			Avanzado	mCPI 11	Plantea programas de formación y difusión del patrimonio, promoviendo la conciencia y valoración de la herencia cultural.	P	
			Avanzado	mCPI 67	Diseña productos turísticos teniendo en cuenta los niveles de productos y servicios, las tipologías de productos, la programación de actividades y las etapas de desarrollo con una evaluación sólida de la factibilidad.	P	
			Intermedio	mCEI 68	Analizar la usabilidad de productos mediante técnicas y herramientas derivadas del enfoque del Diseño Centrado en el Usuario (DCU) y la optimización de su experiencia.	P	
			Avanzado	mCPI 69	Integra habilidades en fotografía digital, que incluyen el conocimiento de las variables y factores que la afectan, junto con el uso efectivo de tecnologías teniendo en cuenta diversos elementos visuales, y la capacidad de planificar y estructurar proyectos de fotografía y video para la comunicación efectiva.	P	
PMCE 3	Diseña estrategias que vinculen de manera integral los procesos administrativos, culturales y creativos de la organización con las audiencias, teniendo en cuenta los cambios en el contexto político, económico, legal y social, orientadas al reconocimiento del mercado para fortalecer la capacidad	E	Básico	mCC 102	Reconoce la diversidad de los intereses de las audiencias y sus tipos adaptando los productos y servicios culturales y creativos para su disfrute por parte de cada colectivo.	C	Audiencias II
			Intermedio	mCPI 06	Analiza los diferentes tipos de eventos programados a corto, mediano y largo plazo en el sector cultural y creativo con el fin de articularlo a la oferta de su entorno satisfaciendo las necesidades de las audiencias.	P	
			Intermedio	mCPI 07	Utiliza herramientas de vigilancia tecnológica que impulsen la innovación en la gestión de las organizaciones culturales y creativas.	P	Gestión de la innovación la tecnología y el

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
	competitiva del sector.		Intermedio	mCPI08	Analiza las estrategias empresariales a partir de identificación y uso de las herramientas tecnológicas.	P	conocimiento
			Avanzado	mCPI12	Propone políticas de precio teniendo en cuenta los eventos programados, los tipos de audiencias y los costos requeridos para el desarrollo del evento.	P	
			Avanzado	mCPI13	Formula estrategias para la participación y la interacción de las audiencias a través de la creación de experiencias significativas.	P	Audiencias II
			Avanzado	mCPI14	Utiliza herramientas digitales y plataformas en línea para alcanzar y comprometer a las audiencias	P	
			Avanzado	mCPI15	Plantea estrategias de gestión de la innovación y del conocimiento que fomenten la colaboración, la creatividad y el aprendizaje continuo en equipos de trabajo.	P	Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento
			Avanzado	mCPI16	Gestiona el cambio y la resistencia en procesos de innovación cultural y creativa, promoviendo una cultura organizacional abierta a nuevas posibilidades y al aprendizaje.	P	
			Avanzado	mCPI17	Adapta continuamente las estrategias de gestión tecnológica en respuesta a los cambios del entorno y las necesidades del sector cultural y creativo.	P	
			Avanzado	mCA118	Promueve la colaboración y la interacción con otros actores del ecosistema cultural y creativo para potenciar la innovación y la inclusión de la tecnología en el sector.	A	
PMCE 5	Propone proyectos, programas y políticas que involucran a los stakeholders relevantes en el sector cultural y creativo integrando enfoques multidisciplinares, teniendo en cuenta la viabilidad y la sostenibilidad de las propuestas.	E	Intermedio	mCPI09	Aplica técnicas, herramientas financieras y tecnológicas para analizar estados financieros, ratios financieros y flujos de efectivo en el contexto del sector cultural y creativo con el fin de generar soluciones a los problemas financieros de las organizaciones en el corto, mediano y largo plazo.	P	Gestión Estratégica de Proyectos
			Avanzado	mCPI19	Hace el seguimiento de la ejecución del proyecto contrastando lo presupuestado VS lo ejecutado a partir de los estados financieros e indicadores	P	
			Avanzado	mCPI20	Planea la provisión y el uso de los recursos necesarios utilizando herramienta de programación como (PERT, CPM, GANTT)	P	
			Avanzado	mCPI21	Evalúa el cumplimiento del plan de ejecución del proyecto, mediante indicadores y elaboración de informes.	P	
PMCE 7	Propone alternativas para la gestión de los recursos, la coordinación de equipos de trabajo en función de los propósitos estratégicos de la organización y proyectos del sector cultural y creativo atendiendo a conceptos fundamentales de emprendimiento, innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social.	E	Básico	mCC103	Identifica los elementos clave de la imagen corporativa y la identidad de la organización cultural o creativa.	C	Relaciones Públicas y Comerciales
			Intermedio	mCPI10	Analiza el rol de dirección durante los procesos que conducen al éxito o fracaso de las organizaciones culturales y creativas.	P	Gestión Directiva
			Intermedio	mCPI11	Aplica habilidades analíticas y estratégicas para tomar decisiones informadas y efectivas en el sector creativo y cultural.	P	
			Avanzado	mCPI22	Propone un proyecto de investigación para el sector cultural y creativo que permita la generación de nuevo conocimiento respondiendo a las necesidades del entorno	P	Investigación Creación III
			Avanzado	mCPI23	Organiza una muestra artística original a través de un proceso de investigación-creación.	P	
			Avanzado	mCPI24	Evalúa los resultados de la muestra por medio de indicadores para el mejoramiento continuo	P	
			Avanzado	mCPI25	Propone actividades de patrocinio y mecenazgo.	P	Relaciones Públicas y Comerciales
			Avanzado	mCPI26	Utiliza herramientas y técnicas de negociación para establecer alianzas y acuerdos comerciales beneficiosos para la organización.	P	
Avanzado	mCPI27	Diseña estrategias de relaciones públicas para promover la visibilidad y reputación de la organización a nivel nacional e internacional.	P				

Macro competencia			Micro competencias (mC)				Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC	
			Avanzado	mCPI28	Plantea indicadores para medir el impacto de las estrategias de relaciones públicas y comerciales, y realizar ajustes según los resultados obtenidos.	P	Gestión Directiva
			Avanzado	mCPI29	Desarrolla habilidades personales, interpersonales y grupales que permitan responder competitivamente a las necesidades del entorno social, profesional y personal.	P	
			Avanzado	mCPI30	Propone estrategias con el propósito de crear valor para la organización y sus grupos de interés.	p	
			Avanzado	mCPI31	Integra el enfoque de sostenibilidad a la gestión organizacional con las partes interesadas.	p	
PMCE8	Diseña estrategias financieras y administrativas para la optimización de los recursos disponibles utilizando sistemas de control, seguimiento, evaluación, desempeño y la eficiencia de los recursos administrativos y económicos.	E	Avanzado	mCPI32	Calcula los costos, gastos, ingresos y beneficios asociados a la distribución y comercialización de productos culturales y creativos.	P	Distribución y Circulación
			Avanzado	mCPI33	Propone el plan de medios teniendo en cuenta elementos claves: objetivos, público objetivo, mensaje, canales de distribución, plan de acción, cronograma, presupuesto y evaluación.	P	
			Avanzado	mCPI34	Proyecta el beneficio comercial de la obra artística teniendo en cuenta el plan de recuperación de la inversión.	P	
MGC1	Cultura ciudadana y comprensión del mundo: Contribuye a la convivencia pacífica, participa responsable y constructivamente en los procesos democráticos y respeta y valora la pluralidad, tanto en el entorno cercano, como en la comunidad, en el país o en el contexto internacional.	GC	Básico	mGC137	Identifica los dilemas éticos ante diferentes situaciones y contextos.	C	Gestión Directiva
			Intermedio	mGC141	Decide y actúa de manera autónoma con base en el conocimiento que tiene de los problemas del entorno.	P	Gestión Estratégica de Proyectos
			Básico	mGC142	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa	A	
MGC2	Competencia comunicativas: Emplea la expresión oral, escrita, gráfica y otras formas no verbales para comunicarse eficientemente con los demás, teniendo en cuenta la diversidad y las limitaciones que pueden dificultar la comunicación con otros profesionales y con la comunidad en general.	GC	Intermedio	mGC145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	C	Investigación – Creación II
			Intermedio	mGC147	Propone creativamente diferentes maneras de resolver un conflicto o un problema social.	P	Gestión Directiva
MGC3	Razonamiento cuantitativo: Identifica los conceptos básicos de las variables socioeconómicas y las principales herramientas del proceso de derivación, integración de funciones, representación y construcción de modelos por medio de funciones matemáticas en una y en varias variables de tal modo que le permitan interpretar problemas en el campo económico, administrativo y financiero.	GC	Intermedio	mGC154	Interpreta información presentada en gráficas, tablas y esquemas y, a partir de ella, hace inferencias utilizando cálculos cuantitativos.	P	Gestión Estratégica de Proyectos
MGC4	Manejo de la información: Selecciona, organiza e interpreta información pertinente presentándola de	GC	Intermedio	mGC154	Expresa verbalmente su opinión con claridad, argumenta y con propiedad para dar a conocer su punto de vista	P	Gestión Directiva
			Intermedio	mGC155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	p	Gestión Estratégica de Proyectos

Macro competencia				Micro competencias (mC)			Actividad académica donde se desarrolla la mC
ID MC	MC	Tipo MC	Nivel de dominio	ID mC	mC	Tipo mC**	
	manera adecuada para su utilización y evaluando tanto la información en sí misma como las fuentes y métodos utilizados para obtenerla.		Intermedio	mGC P157	Analiza críticamente la información y las fuentes.	P	Investigación – Creación III
MGC5	Aprendizaje autónomo: Aplica herramientas cognitivas y metacognitivas a los procesos de aprendizaje, con el fin de conocerlo y monitorearlo	GC	Básico	mGC C158	Reconoce sus estrategias cognitivas y metacognitivas propias del conocimiento experto. Las primeras facilitan el conocimiento, las segundas sirven para monitorearlo.	C	Investigación – Creación III
			Intermedio	mGC P159	Analiza, corrige y mejora los procesos de aprendizaje que operan a partir de la reflexión permanente sobre las estrategias adoptadas y los resultados obtenidos, en términos de eficiencia y calidad.	P	
			Avanzado	mGC P160	Planea su trabajo orientado hacia propósitos, competencias y resultados de aprendizaje.	P	
MGC6	Comunicación en inglés: Comunica e interactúa en el idioma inglés en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina	GC	Básico	mGC C161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	C	Inglés I
			Intermedio	mGC P162	Interactúa en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina, utilizando el idioma inglés.	P	Inglés II y III
			Intermedio	mGC P163	Produce textos coherentes en inglés sobre temas que son de interés personal y general.	P	Inglés IV
MGC7	Trabajo en Equipo: Coordina equipos de trabajo aportando al crecimiento, aprendizaje y desarrollo de su potencial	GC	Básico	mGC C164	Identifica los diferentes roles en un equipo de trabajo a partir de la dinámica presente en una situación dada.	C	Investigación – Creación III
			Avanzado	mGC P165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	P	
			Intermedio	mGC A166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	P	

\* GC: competencia genérica y ciudadana; E: competencia específica.

\*\* C: competencia cognitiva; P: competencia procedimental y, A: competencia actitudinal.

### 5.11.2 Programas de las actividades académicas<sup>24</sup>

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas comprende que cada actividad académica es una hoja de ruta que guía el proceso formativo de los estudiantes, delineando los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales que serán abordados en cada asignatura a nivel micro curricular. Estas actividades académicas, cuidadosamente diseñadas y articuladas, reflejan el compromiso de la institución con la excelencia académica y la formación integral para los estudiantes, buscando estimular la curiosidad intelectual, el pensamiento crítico y la capacidad para resolver problemas propios del campo profesional.

Siguiendo el formato establecido por la Universidad, las actividades académicas contienen; su respectivo nombre, la intensidad horaria por semana, el código, el número de créditos, los requisitos previos, las horas de trabajo independiente, así como las de acompañamiento con el profesor, la justificación, propósitos, micro competencias a desarrollar, los contenidos, las estrategias de enseñanza aprendizaje, la evaluación del aprendizaje y por último la bibliografía. En el Anexo 2 se pueden encontrar cada una de las actividades académicas que conforman el plan de estudios.

Cabe resaltar que cada actividad académica se encuentra clasificadas de diversas maneras según características como su exigencia, duración temporal, metodología, entre otras. Cada actividad académica se define por su tipología, la cantidad de horas de trabajo requeridas por el estudiante

<sup>24</sup> Las actividades académicas son unidades básicas de organización curricular en el plan de estudios que pueden ser clasificadas de diversas maneras atendiendo a características tales como su exigibilidad, su temporalidad, su metodología, entre otras. (Acuerdo 23 de 2022 del Consejo Académico, pág. 71).

(tanto en interacción con el profesor como en trabajo independiente) y el número correspondiente de créditos asignados. Asimismo, cada actividad académica tiene una ubicación específica en el plan de estudios, objetivos de formación, estrategias de enseñanza-aprendizaje y métodos de evaluación asociados.

Por lo anterior, la organización curricular se encuentra estructurada a partir de:

- Los resultados de aprendizaje esperados.
- Las macro competencias.
- Las micro competencias.
- Los indicadores de aprendizaje.
- Las estrategias de evaluación y
- Las referencias actualizadas.

## 6. INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN EL PROGRAMA

Tomando como referencia el artículo 2.5.3.2.3.2.6 del Decreto 1075 de 2015 del MEN modificado por el Decreto 1330 (Decreto 1330 Del Ministerio de Educación Nacional, 2019), el cual define que la institución “debe establecer el programa para la formación en investigación-creación que le permitan a profesores y estudiantes estar en contacto con los desarrollos disciplinarios e interdisciplinarios, la creación artística, avances tecnológicos y campo disciplinar más actualizado, tal forma que se desarrolle el pensamiento crítico y/o creativo”, la Universidad se adhiere a estas disposiciones contenidas en sus acuerdos, documentos y políticas institucionales.

Entonces, la investigación es uno de los ejes misionales para la Universidad Industrial de Santander, según lo indicado en el Estatuto General (Universidad Industrial de Santander, 2012) se declara “La investigación, entendida ésta como los procesos de búsqueda, creación y asimilación del saber, orientados a generar conocimiento científico, desarrollo tecnológico y social”. Anudado a lo anterior, el Proyecto Institucional (UIS, 2018) menciona: que “La UIS fomenta la investigación, la innovación y la gestión del conocimiento para contribuir al logro de altos niveles de desarrollo logrados con equidad, responsabilidad y justicia social. La investigación y la innovación son procesos mediante los cuales el conocimiento, como bien público, se ofrece a los miembros de la comunidad universitaria y a la sociedad para fortalecer capacidades que posibilitan la formación integral y los procesos de extensión de la acción universitaria a escenarios nacionales e internacionales.”

En la declaración de este compromiso, la Universidad ha declarado una política de investigación (Política de Investigación UIS Acuerdo 046, 2020) la cual da orientaciones a los programas académicos para el desarrollo de este importante eje misional con su comunidad académica. Es así como define la investigación como “el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de los conocimientos humanos, culturales y sociales y el uso de esos conocimientos para derivar nuevas aplicaciones en todos los campos de la ciencia y la tecnología e involucra la investigación básica, aplicada y el desarrollo experimental” y a la innovación como “una forma de extensión porque trasciende la dimensión creativa e inventiva de la tecnología y el conocimiento, contribuyendo a la equidad y a la movilidad social, y conduciendo a la transformaciones en las prácticas sociales, económica y organizativas cuando es adoptada y apropiada por parte de los actores sociales y productivos” y “la gestión de la innovación como parte fundamental de la tercera misión (extensión) de la universidad”.

Basado en lo anteriormente mencionado, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas promueve la generación de conocimiento, teniendo en cuenta la investigación y la

innovación como elementos fundamentales para la excelencia en el campo de estudio. Por medio de la investigación, los estudiantes de la mano de los profesores explorarán nuevas perspectivas, analizarán tendencias y contribuirán a la generación de conocimiento aplicado al ámbito cultural y creativo. La innovación será fomentada como una herramienta para la identificación de oportunidades, la mejora de procesos y la creación de propuestas originales que impulsen la competitividad y el impacto positivo en la sociedad.

## 6.1 DECLARACIÓN DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS

Los propósitos asociados a la generación de conocimiento en el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos son abordados dentro del currículo principalmente desde los núcleos problémicos, ya que permiten el desarrollo in situ de los problemas y desafíos relevantes del sector y contribuir al desarrollo de soluciones innovadoras y sostenibles. Así mismo, se busca analizar los desafíos de la gestión de organizaciones culturales y creativas mediante los grupos de investigación con los que cuenta las escuelas de Economía y Administración, la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, la Escuela de Artes y música, y los programas de Artes Plásticas y Gestión Empresarial, como la exploración de debilidades financiera, la diversificación de fuentes de financiamiento, la comercialización de productos y servicios culturales, la gestión del talento creativo y la sostenibilidad cultural. Además, se busca promover temas como el impacto social de las economías culturales y creativas, teniendo en cuenta al interior de las actividades académicas la investigación sobre la preservación y el valor del patrimonio cultural, la incorporación de tecnologías digitales en la gestión cultural, y la creación de modelos de negocio innovadores para el sector. Se pretende generar conocimiento que permita a los profesionales del programa afrontar estos desafíos y contribuir al desarrollo y transformación del sector cultural y creativo, impulsando la innovación, la sostenibilidad y la generación de valor en beneficio de la sociedad.

Atendiendo al Proyecto Educativo Institucional (Universidad Industrial de Santander, 2018a) y a la Política de Investigación (Política de Investigación UIS Acuerdo 046, 2020) el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas expresa que:

- El programa incitará la participación de los estudiantes en los diferentes semilleros y grupos de investigación disponibles en las escuelas mencionadas anteriormente y según sus intereses particulares.
- Los profesores y estudiantes del programa identificarán las oportunidades de intervención que surgen de las limitaciones y desafíos presentes en el sector cultural y creativo. Con el enfoque en la sostenibilidad, propondrán soluciones por medio de estrategias de enseñanza-aprendizaje basadas en la resolución de retos, problemas y proyectos.
- En el diseño de las actividades académicas, se tiene en cuenta el fomento de competencias que impulsen la generación de ideas y soluciones, la creatividad y la exploración, la curiosidad, la observación, la investigación, el enfoque empático hacia los actores del sector y los territorios, así como la habilidad de relacionar conceptos e ideas, entre otras destrezas.
- La articulación de la investigación y la innovación se concibe como uno de los ejes misionales del programa y por ende cobra gran relevancia en el proceso formativo.

De acuerdo con lo expresado anteriormente y en coherencia con el nivel de formación profesional, la naturaleza jurídica, la tipología, la identidad y la misión institucional, se plantean las siguientes características de la investigación para el programa:



- Investigación formativa, los estudiantes se involucrarán en la búsqueda de temas relevantes o retos del campo, la aplicación de metodologías de investigación y el análisis crítico de información tanto en los núcleos problémicos como en los semilleros y grupos de investigación de la mano de los profesores. Esto les permitirá fortalecer sus habilidades de investigación, como la formulación de preguntas de investigación, la recopilación y análisis de datos, la interpretación de resultados y la presentación de hallazgos. La investigación formativa también les brindará la oportunidad de trabajar en colaboración con docentes y profesionales del sector, generando un ambiente propicio para el intercambio de conocimientos y la creación de redes de colaboración. Mediante la investigación formativa, los estudiantes adquirirán una base sólida para continuar su desarrollo profesional en el ámbito de la administración de empresas culturales y creativas, aportando nuevas perspectivas y contribuyendo al avance del conocimiento en el campo.  
La formación para la investigación estará incluida de manera transversal en las actividades académicas del plan de estudios, donde se explorará el entorno en el que se desarrolla la actividad propia del sector. De manera específica, se verá reflejada en las actividades académicas de investigación-creación I, II y III donde se despliegan los núcleos problémicos mediante el aprendizaje basado en proyectos y el aprendizaje experiencial en este orden específico.
- La investigación generadora de conocimiento corresponde a las experiencias, productos y resultados de investigación asociados al programa. Se refiere a la investigación científica, enfocada en la creación de conocimiento. Todos los profesores de tiempo completo del programa están llamados a participar en los de los grupos de investigación asociados al programa. A su vez, los estudiantes también tienen la posibilidad de participar en las actividades de estos grupos, tales como semilleros y proyectos de investigación.

## 6.2 PROCESO FORMATIVO EN INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN DEL PROGRAMA

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por ciclos propedéuticos, ha acogido un enfoque de aprendizaje basado en el descubrimiento y la construcción, que se refleja en los métodos pedagógicos mencionados anteriormente y en la incorporación a nivel curricular de manera transversal y particularmente por medio de actividades académicas en los semestres IV, VI y VIII principalmente en las actividades académicas (núcleos problémicos) de investigación - creación, cuyo propósito radica en que el estudiante aplique creativamente conocimientos y habilidades para identificar, formular, y resolver problemas en contextos reales. Conforme a ello, y coherente con el alcance de la investigación en los programas de pregrado la investigación formativa es concebida como el pilar central de la propuesta pedagógica y el elemento unificador de la estructura curricular. Derivado de este marco general, y tomando en cuenta tanto la especificidad de la ciencia administrativa y el despliegue de enfoques del sector cultural y creativo, como los objetivos institucionales de formación y contribución a la sociedad a través de la investigación y la enseñanza, se describen a continuación los contextos, estrategias y espacios destinados a formar la generación de conocimiento:

- I. Se busca integrar la formación en investigación con el plan de estudios del programa, mediante la creación de cursos y núcleos problémicos que permitan al estudiante desarrollar y aplicar sus habilidades en ciencia, tecnología e innovación a través de la resolución de problemas, proyectos, retos y desafíos.

2. El programa ofrece oportunidades extracurriculares como espacios para la formación investigativa, como los semilleros de investigación y el programa de jóvenes investigadores. Estos espacios brindan al estudiante la posibilidad de adquirir conocimientos, métodos y procesos formales relacionados con la actividad científica.
3. Estrategia metodológica - trabajo en las actividades académicas: Una gran parte de las actividades académicas del plan de estudios contempla la consulta bibliográfica o reseñas temáticas por parte de los estudiantes, como estrategia metodológica de indudable importancia en el fomento de la cultura investigativa. La búsqueda en la bibliografía no siempre es dirigida, sino que se rige por el principio de la libertad de aprender, investigar y crear. Es el estudiante mismo quien, en función de sus intereses, se adentra en la exploración y ampliación de sus conocimientos. La investigación adquiere su relevancia y actualidad cuando el investigador o estudiante comienza a investigar exhaustivamente, revisando las referencias bibliográficas hasta llegar a la conclusión de que cualquier planteamiento implica descartar o complementar previas proposiciones realizadas.
4. Actividades académicas: los grupos de investigación que respaldan el Programa proponen diversas líneas de investigación que se ajustan a la naturaleza disciplinaria del programa y a las condiciones del contexto y estudio del sector. En este contexto, el programa buscará llevar a cabo talleres, presentaciones de los resultados de proyectos de investigación y extensión, y eventos relacionados con las líneas de investigación, con el fin de involucrar a más estudiantes en estos procesos tan relevantes.
5. Núcleos Problémicos: Son considerados como los espacios para analizar y reflexionar sobre situaciones o problemas específicos que posibilitan el desarrollo de diversos procesos conceptuales, analíticos, de observación y argumentación. Asimismo, estos espacios promueven el fortalecimiento de habilidades comunicativas, pensamiento crítico y trabajo en equipo, permitiendo al estudiante comprender y aplicar los elementos fundamentales de un proceso de investigación.

Los elementos que constituyen y articulan esta estrategia son:

- Integración de conocimientos provenientes de diversas disciplinas para abordar y entender una situación o problemática específica.
- Docentes y estudiantes interactúan desde diferentes perspectivas para dialogar sobre los retos o problemáticas y desarrollar soluciones creativas.
- Combinación de teoría y práctica en el enfoque del aprendizaje.
- Empleo de métodos de investigación que requieren dos tipos de indagaciones sistemáticas: la situación que se busca abordar y los elementos necesarios para comprender y resolver la problemática.
- Conexión entre extensión y docencia en el proceso académico.
- Incorporación simultánea de dimensiones cognitivas, afectivas y sensibles del ser humano en relación con el conocimiento, los valores y las habilidades de los estudiantes.

La dinámica de los núcleos se fundamentará en metodologías de aprendizaje enfocadas en retos y proyectos, lo cual implica que estos sean diseñados en torno a desafíos que demanden la investigación como elemento central. Estas estrategias pedagógicas guiarán al estudiante hacia situaciones problemáticas tanto simuladas como reales, y mediante la exploración, investigación, reflexión, conceptualización y/o experimentación, alcanzarán una solución eficiente e innovadora para dichos desafíos.

Los núcleos problémicos del programa se encontrarán en las actividades académicas de investigación – creaciones dispuestas en IV, VI y VIII semestre según los niveles de formación y tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Proyecto: una serie de tareas planificadas que forman una unidad compleja con intencionalidad pedagógica, práctica y productiva, llevada a cabo mediante el trabajo colaborativo.
- Problema: enfocado en contribuir a la comprensión y resolución de un desafío percibido por la comunidad educativa.
- Tópico generador: se inicia con la formulación conjunta de un problema teórico sólido, que puede aplicarse a diversas disciplinas y que debe ser resuelto con la participación de todas ellas.
- Caso: análisis de problemas organizacionales de instituciones públicas o privadas, con el propósito de encontrar una solución viable a la interrogante planteada.
- Reto: presentación de una problemática con el fin de generar soluciones específicas para enfrentar esos retos.
- Experimento: el estudiante realiza un experimento, reflexiona, problematiza y analiza la experiencia para conceptualizarla, y en la última fase, se valida mediante un nuevo experimento.

Formación para la investigación desde actividades extracurriculares: En el contexto de actividades fuera del plan de estudios, se lleva a cabo mediante la participación en los semilleros de investigación y en el programa jóvenes investigadores. Estos espacios tienen como propósito de que el estudiante pueda descubrir y confirmar su inclinación hacia la investigación.

Es importante resaltar que la universidad cuenta con estrategias que buscan promover la formación para la investigación en los estudiantes como lo son:

- Las auxilias de investigación: en las cuales el estudiante recibe una remuneración por realizar actividades que soportan proyectos de investigación y grupos de investigación.
- UIS Ingenium: es un programa de la Vicerrectoría de Investigación y Extensión que propone retos para que estudiantes participen con soluciones únicas, innovadoras y con alto potencial en el aporte a la sociedad.

Como se ha evidenciado, las estrategias presentadas en este apartado por la Escuela de Economía y Administración se enfocan en la formación en investigación, la promoción de la cultura científica, la creación de espacios de interacción y discusión entre estudiantes y profesores, y, sobre todo, en el análisis crítico de la realidad a nivel nacional y regional.

A lo largo del programa, el estudiante deberá llevar a cabo dos procesos de investigación simultáneos y necesarios: uno orientado a aprender, siguiendo los lineamientos del plan académico, y otro enfocado en la disciplina en sí.

### 6.3 PRODUCCIÓN CIENTÍFICA E INNOVACIÓN

En la Universidad Industrial de Santander, el componente relacionado con la realización de actividades de investigación está compuesto por grupos y centros de investigación. Los grupos de investigación son considerados unidades esenciales dentro del Sistema de Investigación de la UIS, y son concebidos como conjuntos de personas lideradas por un profesor de la universidad, quienes unen sus capacidades para llevar a cabo investigaciones en temas de interés común. Estos grupos

planifican sus acciones a mediano o largo plazo, gestionan y ejecutan proyectos, y generan productos de conocimiento, todo ello en consonancia con la misión institucional.

### 6.3.1 Áreas, líneas o temáticas de investigación en las que se enfocarán los esfuerzos y proyectos del programa

Como se ha mencionado anteriormente, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas, forma parte de la Escuela de Economía y Administración, la cual cuenta con dos líneas de investigación que son: Economía Aplicada y Desarrollo Regional. La línea de economía aplicada busca que los estudiantes conozcan y se vinculen a las investigaciones que adelanta el Grupo de Investigación en Economía Aplicada y Regulación – EMAR, esta es una iniciativa que pretende abrir nuevos espacios para la enseñanza y la discusión de la teoría económica en la Escuela de Economía y Administración. Por su parte, la línea de desarrollo regional busca que los estudiantes conozcan y se vinculen a las investigaciones carácter socioeconómico, histórica y ambiental, con enfoque regional, que adelanta el Grupo de Investigación sobre Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial – GIDROT.

Dos grupos apoyan el desarrollo de las funciones de investigación de la Escuela de Economía y Administración, estos son el Grupo de Investigación en Economía Aplicada y Regulación (EMAR) que surge en el 2006. En la convocatoria de medición realizada en 2018 (Convocatoria 833) fue clasificado en la Categoría A del ente rector del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTel). El grupo es dirigido por la profesora Alexandra Cortes Aguilar. El otro, es el Grupo de Investigación sobre Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial – GIDROT, que surge en 1993 como un grupo interdisciplinario para el desarrollo de estudios y proyectos de carácter socioeconómico, histórico y ambiental con un enfoque regional, y que se encuentra dirigido por el profesor Isaac Guerrero Rincón. El grupo, está clasificado en la categoría A en Colciencias.

A continuación, se presenta la información general de los grupos de investigación que apoyan al programa de Economía, y que serán fundamentales para el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas en todos los niveles de sus ciclos propedéuticos:

#### Grupo de Investigación en Economía Aplicada y Regulación EMAR

<b>Categoría</b>	A
<b>Líder</b>	Luis Alejandro Palacio García
<b>Líneas de investigación</b>	Calidad de la Educación. Desigualdad y calidad de vida. Gestión del conocimiento, innovación y desarrollo. Teoría de juegos y estudios del comportamiento.
<b>Enlace GrupLac</b>	<a href="http://scienti.colciencias.gov.co:8085/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=0000000004821">http://scienti.colciencias.gov.co:8085/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=0000000004821</a>

**Plan de trabajo:** El Grupo EMAR trabaja temas de calidad de la educación, economía del comportamiento, gestión del conocimiento, mercado de trabajo, desigualdad y calidad de vida. Desde esta perspectiva, se busca explicar, analizar y proponer soluciones alternativas a los problemas sociales y de la economía nacional.

**Estado del arte:** A nivel general, según el registro en MinCiencias, en Colombia existen dos grupos de investigación reconocidos dedicados a actividades académicas similares a las realizadas por el Grupo de Economía Aplicada y Regulación (EMAR). El Grupo en Microeconomía Aplicada de la Universidad EAFIT centra sus intereses analíticos en dos grandes ramas de investigación: i) Análisis de Mercado y ii) Regulación Económica. Por otra parte, el Grupo en Microeconomía Aplicada de la Universidad de Antioquia (CIE) trabaja principalmente en temas de Regulación en Servicios Públicos y análisis empírico en diferentes áreas. A nivel particular, el Grupo EMAR ha enfocado sus esfuerzos en la producción de material académico cuya característica principal es el análisis teórico/práctico de los fenómenos económicos de interés colectivo (grupal): regulación económica, acceso a recursos genéticos, acción colectiva, economía de la salud, organización industrial, economía del crimen, teoría de contratos, economía ambiental, economía experimental y economía de la religión.

#### **Objetivos:**

Consolidar las líneas de investigación del grupo de la siguiente manera:

- Desarrollando proyectos de investigación.
- Publicando los resultados relevantes.
- Participando en el debate sobre el estado del arte correspondiente.
- divulgar los resultados parciales y totales de los proyectos de investigación en eventos académicos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Divulgar los resultados parciales y totales de los proyectos de investigación en eventos académicos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Propiciar la creación de un semillero de investigadores mediante la vinculación de estudiantes de pregrado y maestría.
- Crear contactos académicos e institucionales con grupos de investigación y organizaciones en el ámbito nacional e internacional.
- Brindar asesoría académica y técnica a todo tipo de organizaciones públicas o privadas en temas de microeconomía aplicada y/o regulación.

**Retos:** Consolidar el Grupo EMAR como grupo de referencia reconocido por el Ministerio de Ciencia y Tecnología en la más alta categoría. Establecerse como un grupo de estudios líder en investigación en el área de Economía del Comportamiento. Ser un grupo líder en el estudio de temas económicos basados en la excelencia de sus integrantes, el compromiso con el avance en la investigación y la calidad de los servicios ofrecidos.

**Visión:** El Grupo EMAR busca aportar soluciones, propuestas y análisis crítico a los problemas que enfrenta la economía nacional desde un enfoque teórico y basado en análisis de datos. Todo ello, con miras a obtener una proyección en diversas áreas de interés que brinden la posibilidad de presentarse en el escenario nacional e internacional. Se aspira obtener tal resultado, desde un esquema consolidado de investigación que reflejará el trabajo diario y producción académica del grupo, procurando desarrollar una agenda que responda a las necesidades de la región y el país.

Las líneas de investigación en las cuales fundamenta su trabajo son:

- Calidad de la Educación
- Desigualdad y calidad de vida
- Gestión del conocimiento, innovación y desarrollo
- Teoría de juegos y estudios del comportamiento

La trayectoria investigativa de la Escuela se perfecciona con el apoyo del Grupo de Investigación sobre en Economía Aplicada y Regulación - EMAR, registrado en Colciencias y creado en el 2006

con el propósito fundamental de consolidar un equipo de investigadores con formación especializada en temas de microeconomía, econometría, economía ambiental y de los recursos naturales, así como en el uso de técnicas de economía experimental. Es importante resaltar que los estudiantes pueden pertenecer a las líneas disponibles del grupo EMAR, al ser afines a su campo de estudio y tener la experiencia y consolidación del mismo.

Este grupo, dirigido por los profesores de planta Luis Alejandro Palacio García y Alexandra Cortés Aguilar, vincula estudiantes de pregrado y posgrado de la Escuela de Economía y Administración y tiende puentes de contacto académicos e institucionales con otros grupos de investigación nacionales e internacionales, y en este mismo sentido con instituciones públicas y privadas para el desarrollo de asesorías académicas y técnicas.

### **Grupo de Investigación sobre Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial GIDROT**

<b>Categoría</b>	B
<b>Líder</b>	Isaac Guerrero Rincón
<b>Líneas de investigación</b>	Desarrollo Humano y Social Desarrollo Regional y Política Pública Desarrollo Sostenible y Ordenamiento Territorial
<b>Enlace GrupLac</b>	<a href="http://scienti.colciencias.gov.co:8085/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=0000000008219">http://scienti.colciencias.gov.co:8085/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=0000000008219</a>

El desarrollo regional y local y el ordenamiento territorial se presentan hoy como un campo de investigación que la universidad debe asumir. La región, entendida como entidad territorial propia y con independencia de otros significados de carácter administrativo, se presenta como un punto de unión entre la administración del Estado y de las entidades públicas y privadas que albergan en su seno, lejos ya de todo regionalismo funcional donde solo primen las exigencias técnicas de la eficacia, de tal modo que el desarrollo regional abarque todos los aspectos de carácter económico, social y humano. Para lograr lo anterior el grupo se propone realizar las siguientes actividades:

- Fortalecer el programa de publicaciones y divulgación de resultados del grupo con la publicación de artículos, publicación de libros y asistencia a eventos nacionales e internacionales.
- Presentar, gestionar y ejecutar proyectos de interés para el desarrollo regional y local, buscando financiación interna y externa.
- Apoyar y desarrollar proyectos de jóvenes investigadores en las líneas de investigación del grupo a partir de pasantías de investigación.
- Presentar propuestas a fin de realizar asesorías y consultorías.
- Establecer alianzas estratégicas con otros grupos de investigación.
- Diseñar una estrategia de divulgación de las investigaciones que realice el grupo (seminarios, talleres, jornadas de reflexión, etc.).
- Realizar reuniones periódicas con los investigadores del grupo a fin de socializar los trabajos que viene cada uno desarrollando.

El estudio de los problemas del territorio, la consideración de la región como instrumento idóneo para la promoción del espacio en que se asienta, la planificación económica y urbanística de la región, los imperativos de la descentralización y de la desconcentración, son, sin duda, problemas sobre los que debe inclinarse la Universidad aplicando todo su rigor intelectual para la búsqueda de soluciones.

### **Objetivos:**

- Realizar investigaciones de carácter socioeconómico, histórico y ambiental, con enfoque regional.
- Constituir un centro de documentación especializado sobre la región.
- Construir e implementar una estrategia de divulgación de las investigaciones realizadas, especialmente mediante seminarios, talleres, jornada de reflexión, etc.; además de las publicaciones y elaboración de videos, que permitan el encuentro de saberes y creación de propuestas conjuntas para la región.
- Fortalecer la capacidad investigativa de la región, mediante la implementación de las pasantías de investigación y el establecimiento de Alianzas Estratégicas con los otros Centros y grupos de Investigación.
- Realizar estudios técnicos e indicadores sobre la economía regional y para la configuración de escenarios de integración regional.

### **Retos:**

- Contribuir a la definición teórico-conceptual y de investigación aplicada sobre "Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial", a través de la formulación de proyectos específicos.
- Definir escenarios viables que posibiliten la configuración de regiones.
- Fundar una tradición en investigación en temas regionales, como aporte fundamental para el desarrollo de la región y de la Universidad.
- Establecer Alianzas Estratégicas con Centros y grupos de investigación nacionales e internacionales con los que el grupo desee, por su relevancia para los temas tratados, entablar contactos, con el fin de poner a discusión los resultados del grupo ante la comunidad científica.

**Visión:** El Grupo de investigación sobre Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial será el dinamizador de conocimiento sobre la región partiendo de presupuestos teóricos y metodológicos sólidos y que incorpore los aspectos históricos y de idiosincrasia cultural, en una perspectiva holística e integral; mediante el ejercicio de una reflexión crítica sobre las perspectivas del desarrollo regional en un horizonte de mediano y largo plazo.

### **Líneas de investigación declaradas por el grupo:**

- Desarrollo Humano y Social
- Desarrollo Regional y Política Pública
- Desarrollo Sostenible y Ordenamiento Territorial

Así entonces, el trabajo investigativo del GIDROT ha tenido como objetivo principal contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social de la región, mediante la promoción de alternativas de solución para alcanzar un desarrollo sostenible y la asesoría a entidades públicas y privadas, de orden municipal, departamental y nacional, en el diagnóstico y análisis de problemáticas socioeconómicas, ambientales y culturales, las cuales se encuentran en coherencia con el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos y serán articuladas para el aporte de estudiantes y profesores a las mismas.

El GIDROT cuenta con un equipo humano de base, con carácter interdisciplinario, que le permite, como se ha mencionado, realizar estudios sobre el sector de la salud, ordenamiento territorial y ambiental, vincularse a programas de desarrollo local, ofrecer asistencia técnica municipal en áreas

de planeación y finanzas, así como elaborar estudios prospectivos y de evaluación de impacto ambiental y socioeconómico. La experiencia académica acumulada, incluye la elaboración de planes de ordenamiento territorial, planes de ordenamiento a nivel de cuencas y microcuencas, estudios relacionados con el manejo de recursos naturales, análisis monográficos a nivel departamental, entre otros.

En este sentido, el GIDROT ha ayudado no sólo al fomento de una cultura de investigación formativa y al desarrollo de un pensamiento crítico y autónomo entre los estudiantes y docentes de la carrera, sino a la consolidación de un escenario propicio para acercar la teoría a la práctica, especialmente en lo que tiene que ver con los procesos de planificación del desarrollo regional y con la formulación y evaluación de proyectos de diversos matices.

Asimismo, se propone que las siguientes líneas sean incluidas en los grupos de investigación, a fin de responder a las necesidades propias de las economías culturales, creativas y de los saberes:

- **Identidad y Cultura:** Esta línea se centrará en el estudio de cómo las expresiones culturales y creativas contribuyen a la formación y mantenimiento de la identidad individual y colectiva en los diversos contextos socioculturales de la región. El objetivo entonces es analizar cómo la correcta gestión de la identidad cultural puede llevar a la sostenibilidad de las empresas del sector, así como influir positivamente en el desarrollo social y económico de las comunidades. Se explorarán temas como el patrimonio cultural, las prácticas culturales locales, la diversidad cultural.
- **Propiedad Intelectual para el Sector Cultural y Creativo:** Esta línea tendrá como objetivo estudiar y analizar los aspectos jurídicos, éticos y económicos relacionados con la protección y gestión de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito del sector cultural y creativo. Examinará cómo los profesionales de la industria pueden abordar los desafíos y oportunidades asociados con la propiedad intelectual, incluidos los derechos de autor, las patentes, la gestión de marcas registradas y otros aspectos legales relacionados con la protección y comercialización de bienes y servicios creativos.
- **Marketing y Transformación Digital en el Sector Cultural y Creativo:** Su enfoque será la exploración de las oportunidades y desafíos en las áreas de marketing y transformación digital en creciente demanda para el sector. El objetivo de esta línea es analizar cómo las tecnologías digitales transforman los procesos de creación, producción, distribución y consumo de productos y servicios culturales y creativos. Se abordarán temas como las redes sociales, la realidad virtual, la inteligencia artificial y el impacto del big data en la gestión empresarial. Además, explorará cómo las empresas culturales y creativas utilizan las herramientas digitales para expandir su alcance, llegar a nuevas audiencias, crear modelos de negocios innovadores y promover la participación de los usuarios.

Cabe resaltar que en el programa convergen líneas de investigación afines que se encuentran inmersas en los programas de Ingeniería Industrial, Gestión Empresarial, Artes Plásticas, Diseño Industrial y Licenciatura en Música, las cuales pueden ser exploradas por los estudiantes a fin de pertenecer a ellas por su afinidad e intereses particulares.

### **6.3.2 Estrategias para que los resultados de investigación contribuyan a la transformación social de las dinámicas que aporten a la construcción del país**

Derivado de su enfoque el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se configura como un programa que asume la responsabilidad de afrontar, examinar y ofrecer



soluciones a cuestiones relacionadas con el sector de las economías culturales, creativas y de los saberes con el propósito de contribuir al desarrollo, gestión y administración adecuadas de este reglón económico en constante avance pero con brechas importantes las cuales se deben soportar con los aportes científicos de profesores y estudiantes de esta disciplina. Este enfoque se materializa mediante la formación en investigación de los estudiantes y mediante los procesos académicos e investigativos consolidados por el programa, en los cuales participan diversos miembros de la comunidad institucional y social.

Con el propósito de generar un impacto en la transformación económica y social, y reconociendo que este carácter proviene principalmente del trabajo de investigación, la Escuela de Economía y Administración ha establecido espacios como los Grupos de Investigación sobre Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial (GIDROT) y el grupo de Economía Aplicada y Regulación (EMAR). Estos espacios buscan promover la producción de conocimiento relevante a través de una interacción constante con la sociedad y sus realidades, así como el desarrollo de proyectos de investigación de alto impacto en la región los cuales serán aprovechados y potencializados por el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas. Todo este proceso se encuentra vinculado con las funciones de docencia y extensión de la Escuela.

Las estrategias aplicables al programa para asegurar que los resultados de la investigación realizada por estudiantes y profesores contribuyan a la transformación social son:

- Desarrollo de los núcleos problémicos por medio de retos o necesidades del sector donde se acompaña a empresarios de entidades públicas o privadas desde el aula con profesores y estudiantes para solventar estas problemáticas con el planteamiento de proyectos estructurados.
- Problemas de investigación pertinentes: Desde las actividades extracurriculares y apoyadas en los núcleos problémicos, en el ejercicio permanente de la formación en investigación, a partir de la práctica, será necesario abordar, en todos los casos, problemas socioeconómicos reales sobre los que sea posible trabajar, desde las fortalezas institucionales, para aportar a su comprensión, análisis y resolución.
- Divulgación de los avances y resultados de investigación: actividad que hace parte del proceso de formación de los estudiantes y de los profesores investigadores de los grupos de investigación. La divulgación se realizará, no solo en revistas y eventos científicos, sino en medios de comunicación generales que conecten realmente con la comunidad y les participen de los resultados y posibles aplicaciones para resolver problemas reales de la sociedad.
- Relación con el sector externo: La interacción con organizaciones públicas o privadas y otras organizaciones externas brindará a los estudiantes y profesores del programa la oportunidad no solo de adquirir conocimiento y acceso a información sobre situaciones reales, sino también de intervenir in situ para analizar, comprender y proponer soluciones concretas para la sociedad.
- Uso de la cámara de Gesell para realizar experimentos y recopilar información que conlleve a la generación de nuevo conocimiento en las líneas actuales y futuras de investigación del programa.

### **6.3.3 Resultados de la investigación de acuerdo con los lineamientos establecidos por el sistema nacional de ciencia y tecnología u otros afines.**

A futuro, los resultados de la investigación en el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se alinearán con los lineamientos establecidos por el Sistema Nacional de

Ciencia, Tecnología e Innovación, enfocándose en la generación de conocimiento aplicado que aporte al desarrollo sostenible del sector cultural y creativo. Los proyectos de investigación tendrán un enfoque interdisciplinario, abordando las problemáticas del campo profesional desde diversas perspectivas, en consonancia con las necesidades y retos actuales y emergentes del entorno local, regional, nacional. Los resultados de la investigación se traducirán en propuestas concretas y soluciones innovadoras que beneficien a las organizaciones culturales y creativas, promoviendo su competitividad, sostenibilidad y proyección de manera sostenible en el mercado. Asimismo, se buscará la difusión y divulgación de los hallazgos a través de publicaciones especializadas y participación en eventos académicos y culturales, fortaleciendo así el prestigio y reconocimiento del programa.

## 7. RELACIÓN CON EL SECTOR EXTERNO

La relación con el sector externo es un pilar fundamental en el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas, en cumplimiento del artículo 2.5.3.2.3.2.7 del Decreto 1075 de 2015 del MEN, modificado por el Decreto 1330 de 2019 del MEN. Se busca establecer vínculos sólidos y estratégicos con actores clave del ámbito cultural, creativo y empresarial a nivel local, regional, nacional e internacional en organizaciones públicas y privadas. A través de alianzas, convenios y colaboraciones, se promoverá la participación de las organizaciones culturales y creativas, instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales y otros actores del sector en la formación, investigación y proyección del programa. Estas interacciones permitirán a los estudiantes acceder a experiencias enriquecedoras, adquiriendo habilidades directamente aplicables en el campo profesional. Además, la vinculación con el sector externo nos mantendrá actualizados respecto a las tendencias, desafíos y oportunidades del entorno cultural y creativo, asegurando que el plan de estudios sea pertinente y responda a las necesidades reales del mercado laboral. Asimismo, se impulsará la participación de los egresados en el sector, promoviendo su inserción laboral y el emprendimiento en el campo cultural y creativo.

A nivel Institucional, la Universidad regula sus actividades de extensión mediante las políticas establecidas en el Acuerdo de Consejo Superior No 006 de 2005. Estas políticas tienen como objetivo asegurar la participación de la institución en los cambios sociales que buscan mejorar la calidad de vida de la comunidad. La acción de extensión se basa en criterios de calidad y excelencia académica, y por lo tanto, se establece que las unidades académicas y administrativas solo ofrecerán servicios, programas y proyectos en aquellos campos en los que demuestren fortalezas reconocidas.

Así mismo, el Consejo Superior ha establecido los requisitos y procedimientos administrativos para la gestión de proyectos de extensión y educación continuada en el Acuerdo de Consejo Superior No 103 de 2010. El propósito de este acuerdo es facilitar y promover la ejecución de actividades de extensión en las modalidades de asesoría, consultoría y educación continuada, al tiempo que fortalece la cultura de planificación y proporciona mecanismos de apoyo y acompañamiento a las unidades académico-administrativas involucradas en el desarrollo de dichos proyectos. Entre las disposiciones, se enfatiza que los proyectos deben cumplir plenamente con las políticas de extensión de la Universidad, integrando la docencia y la investigación y teniendo como referencia primordial los criterios de calidad, excelencia y pertinencia social. Además, se insta a elaborar y mantener actualizado un portafolio de servicios de extensión que comprenda todas las capacidades de la unidad o sus grupos de investigación. Para lograrlo, cada unidad académica debe diseñar estrategias alineadas con la política de extensión y la misión de la Universidad, con el fin de

proponer iniciativas que contribuyan activamente al desarrollo socioeconómico de la región y el país.

Para efectos de la organización de la extensión en la UIS, se cuenta con la Vicerrectoría de Investigación y Extensión VIE y la actividad de extensión se apoya en el Consejo de Investigación y Extensión, el Comité Operativo de Investigación y Extensión (COIE) y las Direcciones de Investigación y Extensión de cada Facultad. También se cuenta con el Instituto de Estudios Interdisciplinarios y Acción Estratégica para el Desarrollo - IDEAD<sup>25</sup>, como una dependencia adscrita a la Vicerrectoría de Investigación y Extensión, encargada de “coordinar, asesorar, promover, formular, apoyar y ejecutar proyectos y programas interdisciplinarios de acción estratégica para el desarrollo local, regional, nacional o internacional”.

En consecuencia, cada unidad académica y administrativa tiene la posibilidad, según la naturaleza de los conocimientos que gestiona, sus habilidades y capacidades, de proporcionar servicios de asesoría y consultoría profesional, servicios tecnológicos, servicios educativos, servicios docente - asistenciales, servicios culturales, artísticos y deportivos, así como servicios de comunicación e información.

## **7.1 ESTRATEGIAS PARA LA VINCULACIÓN DEL PROGRAMA CON EL SECTOR PRODUCTIVO, SOCIAL Y CULTURAL**

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas requiere la formulación de estrategias a corto, mediano y largo plazo para promover la vinculación con el sector productivo, social y cultural de manera que pueda gestar lazos desde sus inicios en torno al mejoramiento del sector cultural y creativo. A corto plazo, se enfocará en la gestión de alianzas y convenios para resolución de retos, solución a problemáticas, procesos de investigación y participación en eventos del sector. A mediano plazo, la planificación incluye proyectos de investigación aplicada. A largo plazo, se busca la creación de una incubadora de proyectos, el establecimiento de una red de egresados y la consolidación de convenios internacionales que permitan proyectar el programa a nivel global.

En el corto plazo:

- Convenios: Establecer acuerdos mediante convenios con organizaciones públicas y privadas del sector cultural y creativo para el desarrollo de los núcleos problémicos y actividades de investigación, permitiendo a los estudiantes aplicar sus conocimientos en entornos reales y fortaleciendo la relación con el sector productivo.
- Ferias y eventos: Participar en ferias y eventos del sector cultural y creativo, donde los estudiantes puedan presentar sus proyectos e iniciativas, estableciendo conexiones con empresarios y profesionales del campo.
- Visitas y conferencias: Invitar a expertos del sector cultural y creativo mediante la estrategia de team teaching, donde el profesor titular de la actividad académica pueda desarrollar de primera mano y a dos voces, experiencias exitosas y tendencias actuales del sector.
- Participación en eventos académicos: Para realizar la divulgación de avances y resultados de proyectos de investigación que se desarrollen con fines de difusión en otras instituciones de educación superior, centro de conocimiento

A mediano plazo:

---

<sup>25</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Acuerdo del Consejo Superior No. 31 de 2017.

- Proyectos de investigación aplicada: Desarrollar proyectos de investigación en colaboración con el sector productivo, social y cultural, que aborden problemáticas reales y contribuyan al desarrollo de este.
- Consultorías por parte de los profesores del programa o grupos de investigación.
- Intercambios y pasantías internacionales: Fomentar la participación de los estudiantes en programas de intercambio y pasantías en el extranjero, para que puedan conocer otras realidades culturales y creativas y establecer contactos internacionales.

A largo plazo:

- Incubadora de proyectos: Crear una incubadora de proyectos culturales y creativos, donde los egresados del programa puedan ser partícipes de alternativas para el desarrollo del sector, así como la proposición de propuestas en conjunto para potencializar el sector.
- Red de egresados: Establecer una red de egresados del programa, que permita mantener el contacto y la colaboración entre los profesionales del campo, generando oportunidades de negocio y trabajo conjunto.
- Convenios internacionales: Establecer convenios con instituciones y organizaciones culturales y creativas a nivel internacional, para promover el intercambio académico y la colaboración en proyectos de investigación y desarrollo.

Estas estrategias permitirán una vinculación efectiva del programa con el sector productivo, social y cultural, y contribuirán a fortalecer el perfil profesional de los estudiantes, preparándolos para enfrentar los desafíos del mundo laboral y generar impacto en el sector cultural y creativo.

## **7.2 ESTRATEGIAS DE ARTICULACIÓN DE LOS PROFESORES Y ESTUDIANTES CON LA DINÁMICA SOCIAL, PRODUCTIVA, CREATIVA Y CULTURAL DE SU CONTEXTO.**

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se ha propuesto como una de sus principales estrategias la estrecha articulación de los profesores y estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto por medio de:

- Participación de estudiantes y profesores en la resolución de retos con organizaciones públicas y privadas.
- Participación en eventos culturales y artísticos: Se motiva a los estudiantes a participar activamente en eventos culturales y artísticos, ya sea como organizadores, colaboradores o espectadores dentro o fuera de las instalaciones de la Universidad. Esto les permite conocer de cerca la producción cultural, ampliar su visión artística y fortalecer su sentido de pertenencia con la comunidad cultural.
- Redes y Alianzas: Mediante la participación de profesores y estudiantes en redes y alianzas con organizaciones y actores relevantes del sector cultural y creativo.
- Seminarios y conferencias: Se organizan seminarios, conferencias y charlas con expertos y profesionales destacados en el ámbito cultural y creativo. Estos eventos brindan la oportunidad de actualizar conocimientos, discutir tendencias y desafíos del sector, y ampliar la visión sobre las posibilidades de desarrollo profesional.

Así mismo, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante ciclos propedéuticos contará con diferentes mecanismos para gestionar la información de los

resultados que se obtengan de las acciones de extensión o proyección social realizadas por los profesores y los estudiantes del programa.

Cabe resaltar que la Universidad Industrial de Santander, cuenta con los registros de los proyectos de extensión en el “módulo de extensión” que se hace a través del diligenciamiento del formulario para la presentación de las propuestas, lo cual permite su trazabilidad y seguimiento. Cuando las propuestas obtienen el aval del Comité Operativo de Investigación y Extensión, COIE, la propuesta puede ser implementada. Para su evaluación, se cuenta con los informes que se presentan de avance y de finalización de las actividades de extensión realizadas.

Además de los programas de proyección social y extensión, el programa, espera generar la articulación de profesores y estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural a través de sus procesos investigativos. Los mecanismos de gestión de información son:

- Convocatorias institucionales de financiación y apoyo a la investigación: a través de esta estrategia institucional, es posible mantener la información organizada, garantizar trazabilidad y acceso en el momento que se requiera.
- Divulgación de resultados de investigación de los profesores y de los trabajos de grado de los estudiantes: a través de eventos académicos, publicaciones en revistas indexadas, o estrategias de apropiación social del conocimiento, se garantiza también una gestión de la información adecuada y pertinente con las necesidades de la sociedad.
- Registro y archivo de la investigación aplicada en el programa y en la Vicerrectoría de Investigación y Extensión: toda la información correspondiente a proyectos y resultados de investigación aplicada guarda registro en las distintas unidades académicas y en la Vicerrectoría.

### **7.3 CONVENIOS QUE FACILITAN LA RELACIÓN DEL PROGRAMA CON EL SECTOR EXTERNO**

Los convenios y alianzas estratégicas con diversas instituciones, empresas y organizaciones del sector externo son fundamentales para enriquecer la formación de los estudiantes y fortalecer su inserción en el entorno laboral.

La Universidad Industrial de Santander, por medio de la Oficina de Relaciones Exteriores, impulsa acciones colaborativas tanto a nivel nacional como internacional, concretadas a través de acuerdos de cooperación con instituciones similares, así mismo cuenta con un portafolio de servicios<sup>26</sup> entre los cuales se encuentran:

- Convenios y cooperación: promueven el intercambio de experiencias académicas, científicas y culturales, además, fomentan la realización conjunta de proyectos e investigaciones, así como la organización y coordinación de actividades académicas y culturales conjuntas, como conferencias, cursos, seminarios, simposios y otros eventos internacionales. Asimismo, facilitan la publicación y el intercambio de material bibliográfico, y brindan acceso a laboratorios y otras facilidades de investigación.
- Movilidad e Intercambios.
- Plurilingüismo e interculturalidad.
- Cooperación y becas.
- Herramientas e- learning.

---

<sup>26</sup> Portafolio de Servicios de la Oficina de Relaciones Exteriores UIS disponible en: <https://uis.edu.co/uis-relaciones-exteriores-servicios-es/>

- Egresados.

La oficina de Relaciones Exteriores se encarga de gestionar estos diferentes tipos de cooperación:

- Convenios de cooperación académica con otras instituciones.
- Convenios de cooperación académica con universidades a nivel nacional.
- Convenios de cooperación académica Internacional.
- Redes de cooperación.

Teniendo esto en cuenta, se mencionan en la tabla 22 y 23, los convenios marco de la Universidad, los cuales pueden ser utilizados por la Escuela de Economía y Administración a nivel nacional e internacional:

**Tabla 22. Convenios nacionales para la Escuela de Economía y Administración**

Nombre Del Convenio	Departamento	Tipo De Convenio	Fecha	Objeto
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA	Cundinamarca	CONVENIO MARCO	Desde el 22/09/2016, con vigencia de 5 años, renovándose automáticamente	Llevar a cabo la cooperación en las áreas de investigación, docencia, extensión e intercambio de estudiantes de pregrado y postgrado entre las dos instituciones
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA	Magdalena	ACUERDO DE COOPERACIÓN	29/10/2019 con vigencia de 5 Años. Podrá ser prorrogado mediante acuerdo escrito	Constituir una cooperación académica, científica y cultural entre las universidades representadas a través de la implementación del Esquema de Movilidad de Estudiantes de pregrado y posgrado CCYK.
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA	Magdalena	CONVENIO MARCO	08/07/2019, vigencia indefinida	Establecer las bases y criterios generales de cooperación, para desarrollar actividades conjuntas en los campos académico, cultural, de investigación y extensión.
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	Norte de Santander	CONVENIO MARCO	09/08/2015, se renueva automáticamente	Establecer los términos generales de cooperación mutua entre la UNIPAMPLONA y la UIS a fin de aunar esfuerzos y recursos humanos, físicos y financieros para adelantar actividades que conlleven al fortalecimiento, desarrollo y progreso de las dos instituciones.
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	Cundinamarca	CONVENIO ESPECÍFICO	11/08/2014, 5 años. Prorrogable automáticamente	Las partes cooperantes consideran este acuerdo como una contribución mutua al desarrollo del sistema educativo y como base para el intercambio de investigadores, profesores y estudiantes de las dos universidades.
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS	Santander	CONVENIO MARCO	12/10/2020, 5 años, renovándose automáticamente	Realización de estudios de postgrado o de pasantías de investigaciones, movilidad de profesores, investigadores, estudiantes y personal de administración e intercambio de servicios, intercambio de información relativa a su organización, estructura y funcionamiento, así como el desarrollo de los programas anuales, impartición de cursos, seminarios, simposios y otros eventos nacionales e internacionales, en los que participan profesores de las dos instituciones.
UNIVERSIDAD DEL NORTE	Atlántico	CONVENIO MARCO	08/07/2019, con vigencia indefinida	Las Universidades que suscriben convienen en intercambiar sus experiencias y personal en los campos de la docencia, la investigación, la extensión, y la cultura, dentro de aquellas áreas en las cuales tengan interés manifiesto.
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA	Santander	CONVENIO ESPECÍFICO	05/02/2015, con vigencia indefinida.	Establecer las bases de la cooperación para la prestación del servicio de Práctica o Pasantía de estudiantes de la UNAB en las dependencias de la UIS para el desarrollo de los semestres de práctica establecidos en los currículos de los programas a

Nombre Del Convenio	Departamento	Tipo De Convenio	Fecha	Objeto
				nivel de pregrado y en las actividades propias de las carreras que cursan los estudiantes.
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	Antioquia	CONVENIO MARCO	12/06/2020, 5 años pudiendo ser prorrogado mediante acta suscrita por las partes antes de su vencimiento el: 11/06/2025.	Establecer las bases de una mutua cooperación entre las Universidades para la realización de actividades académicas, docentes, investigativas, de difusión de la cultura y extensión de servicios en todas aquellas áreas de interés recíproco propios de sus objetivos y funciones, con miras al logro de sus fines y el aprovechamiento racional de sus recursos
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA	Boyacá	CONVENIO MARCO	18/12/2020, vigencia de 5 años hasta: 18/12/2025.	Establecer las bases de cooperación, coordinación e interacción para intercambiar sus experiencias y personal en los campos de la docencia, la investigación, la extensión y la cultura dentro de aquellas áreas en las cuales tengan interés manifiesto.
UNIVERSIDAD DE SANTANDER	Santander	CONVENIO MARCO	26/02/2019, con vigencia de 5 años al: 26/02/2024	Establecer las bases de una cooperación recíproca, que permita la promoción y realización de actividades de interés común, dentro de la órbita propia de competencia de ambas instituciones, para lo cual se podrán organizar y desarrollar proyectos y acciones conjuntas en el marco de los planes y programas que le sean propios en los campos de docencia, investigación y extensión
UNIVERSIDAD DE SANTANDER	Santander	CONVENIO ESPECÍFICO	27/02/2019, con vigencia de 5 años al: 27/02/2024	Cooperación académica en las áreas de interés común, a fin de promover la movilidad académica de estudiantes de pregrado y postgrado docentes/investigadores y personal administrativo de las respectivas instituciones
UNIVERSIDAD DE CALDAS	Caldas	CONVENIO MARCO	08/07/2019, con vigencia indefinida.	Trabajar por la promoción y el desarrollo de la internacionalización académica de la educación superior colombiana.
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO	Cundinamarca	CONVENIO MARCO	08/07/2019, con vigencia indefinida.	Trabajar por la promoción y el desarrollo de la internacionalización académica de la educación superior colombiana.
CONVENIO SÍGUEME (UNAL, UDEA, UNIVALLE, UNIANDES, UPB, LA SABANA, UNINORTE, LA SALLE, JAVERIANA, EAFIT)	No Aplica	CONVENIO ESPECÍFICO	27/04/2000, con vigencia indefinida.	Promover el reconocimiento mutuo académico, facilitando así la movilidad de estudiantes de pregrado.

Fuente: Oficina de Relaciones Exteriores.

**Tabla 23. Convenios internacionales para la Escuela de Economía y Administración**

País	Nombre Del Convenio	Tipo De Convenio	Fecha	Objeto
ALEMANIA	UNIVERSIDAD DE BAYREUTH	CONVENIO ESPECÍFICO	13/03/2020, con vigencia indefinida.	Facilitar la cooperación entre las dos instituciones en el área de intercambio de estudiantes de pregrado y posgrado, así como de docentes.



País	Nombre Del Convenio	Tipo De Convenio	Fecha	Objeto
BRASIL	UNIVERSIDAD FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)	CONVENIO ESPECÍFICO	31/01/2022, Con vigencia de 6 años a 31/01/2027	Promover intercambio de carácter amplio en los niveles de pregrado y postgrado e intercambio de docentes e investigadores.
BRASIL	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO	CONVENIO MARCO Y ESPECÍFICO	15/12/2020, Con vigencia de 5 años a 15/12/2025	Este convenio de cooperación está dirigido a todos los campos del conocimiento, pretende el desarrollo de actividades académicas y de investigación entre las instituciones parte; así mismo el intercambio de estudiantes de pre y posgrado, la colaboración entre profesores e investigadores en lo que se refiere al desarrollo de proyectos de investigación; promoción de eventos científicos, conferencias, y ponencias, calificación y disertaciones de maestría y doctorado, participación en consejos y comisiones, así como el intercambio de material bibliográfico.
BRASIL	UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - UNICAM	CONVENIO MARCO	06/02/2019, con vigencia de 4 años a 06/02/2024.	Fomentar la cooperación académica por medio de los proyectos de investigación conjuntos y/o movilidad de profesores/investigadores, estudiantes de posgrado y grado y personal técnico-administrativo de cada institución.
BRASIL	UNIVERSIDAD FEDERAL DE ITAJUBÁ	CONVENIO MARCO	13/02/2019 con vigencia de 5 años a 13/02/2024	Establecer condiciones favorables para la creación de oportunidades, redes y la realización de proyectos conjuntos de innovación, investigación y actividades de intercambio y académicas de interés para ambas partes.
CHILE	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAISO (PUCV)	CONVENIO MARCO	20/01/2016, 5 años, renovable automáticamente por periodos iguales.	Prestar en forma recíproca asesoría y apoyo científico y cultural mediante el intercambio de personal docente y de estudiantes, conforme a programas anuales previamente establecidos
ESPAÑA	UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI (URV)	CONVENIO MARCO Y ESPECÍFICO	21/04/2014, 1 años renovándose automáticamente en periodos iguales.	Colaborar con el desarrollo del profesorado sobre materia docente e investigadora y aumentar la calidad de los servicios formativos que presentan a sus respectivas comunidades, ambas instituciones consideran conveniente acrecentar su vinculación académica y establecer y desarrollar sus relaciones dentro de un espíritu de cooperación y buen entendimiento, con el propósito de ofrecer a sus miembros, profesores, estudiantes y licenciados, los beneficios de un intercambio cultural
ESPAÑA	UNIVERSIDAD DE JAEN	CONVENIO MARCO Y ESPECÍFICO	23/09/2010, 4 años. Renovándose Automáticamente	Fomentar el intercambio de estudiantes, docentes e investigadores entre ambas Instituciones, de manera que se facilite que los profesores de una de ellas puedan impartir docencia en la otra Universidad durante un plazo de tiempo determinado.
ESPAÑA	UNIVERSIDAD DE HUELVA (UHU)	CONVENIO MARCO	13/03/2020, 4 años prorrogable por 4 años previa evaluación y acuerdo escrito entre las partes a 13/03/2024	Establecer programas cooperativos beneficiosos para estudiantes y docentes de ambas instituciones.
FRANCIA	AIX MARSEILLE UNIVERSITÉ	CONVENIO MARCO	14/09/2021, Con vigencia de 5 años a 14/09/2026.	Participar en el marco de programas específicos en actividades de la institución asociada facilitando el intercambio de profesores, organizando reuniones periódicas con fines educativos o científicos; facilitar el intercambio de estudiantes en el marco de los programas existentes o a desarrollar, y estudios relacionados con el trabajo final de grado o pasantías.
MÉXICO	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (UNAM)	CONVENIO MARCO Y ESPECÍFICO	09/06/2003, con renovación automática.	Programa de intercambio de estudiantes que permita al alumno inscrito en una Universidad (Universidad de origen) cursar materias en la otra universidad (Universidad Huésped) para que le sean acreditadas como parte de los requisitos necesarios para obtener un grado académico en la Universidad de origen.



País	Nombre Del Convenio	Tipo De Convenio	Fecha	Objeto
MÉXICO	UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA	CONVENIO MARCO Y ESPECÍFICO	25/10/2022, con vigencia de 5 años a 25/10/2027	Las partes que suscriben en intercambiar sus experiencias y personal en los campos de la docencia, la investigación y la cultura, dentro de aquellas áreas en las cuales tengan interés manifiesto.
URUGUAY	UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA	CONVENIO MARCO	26/06/2012, 5 años, prorrogándose automáticamente por periodos iguales.	Los objetivos de este convenio son, en general, promover el desarrollo y difusión de la cultura y en particular, el desarrollo de la enseñanza superior y la investigación científica y tecnológica.

Fuente: Oficina de Relaciones Exteriores

Así mismo en el anexo I, correspondiente al documento de análisis de pertinencia y viabilidad, en el apartado 3.5, se encuentran alianzas estratégicas existentes o por gestionar con organizaciones públicas y privadas serán indispensables para puesta en escena del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas.

## 8. PROFESORES

Los profesores desempeñan una función valiosa en la formación de los estudiantes, actuando como guías en la adquisición de conocimientos y fomentando aptitudes esenciales para el desarrollo de competencias de los futuros profesionales. A continuación, se presenta el apartado de profesores para el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante ciclos propedéuticos.

### 8.1 CONTRATACIÓN DE PROFESORES

Conforme a lo expuesto en el Acuerdo del Consejo Superior No. 063 de 1994 (Universidad Industrial de Santander, 2010), en cuanto a los tipos de contratación el profesor de la Universidad es un empleado público con régimen especial, vinculado laboralmente con la institución para llevar a cabo con excelencia funciones de docencia, investigación y extensión, alineadas con la misión institucional. El profesor puede desempeñar su labor en la universidad con diferentes modalidades de contratación, incluyendo dedicación exclusiva, tiempo completo, medio tiempo y por cátedra. Para cumplir con su misión, el profesor se involucrará en actividades de docencia, investigación, extensión, administración y dirección universitaria. Estas acciones son evaluadas y cuantificadas mediante puntos de actividad docente (PAD), de acuerdo con las regulaciones establecidas por la Universidad.

La Institución ha establecido las pautas para la selección y nombramiento de profesores en el Acuerdo del Consejo Superior 046 de 2021 (Acuerdo No. 046 de 2021 Selección y Nombramiento de Profesores, 2021), conocido como el Reglamento de selección de profesores en la Universidad. Este reglamento define tres modalidades de selección: ocasional, concurso de jóvenes talentos y concurso general. Estos procesos se fundamentan en la meritocracia de los funcionarios públicos.

Además, el Reglamento del Profesor aborda las distintas categorías de contratación que pueden ocupar los docentes en la universidad, como la dedicación exclusiva, tiempo completo, medio tiempo y por cátedra. La dedicación a tiempo completo representa un compromiso laboral de 40

horas semanales. A continuación, se detallan las características y requisitos de cada una de estas modalidades de selección:

- Profesores de carrera: persona natural que mantiene un vínculo laboral con la institución como empleado público bajo un régimen especial, siguiendo las disposiciones de la Ley y las normas institucionales. Su función principal es llevar a cabo y fomentar con excelencia actividades de docencia, investigación y extensión. Es relevante mencionar que estos profesores no están sujetos a libre nombramiento y remoción, a pesar de ser empleados públicos. Las modalidades de selección para los profesores con dedicación a tiempo completo o medio tiempo en carrera están especificadas en el Acuerdo No. 046 de 2021 del Consejo Superior. En el caso del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, es posible contar con profesores en esta categoría de acuerdo con los planes de vinculación institucional y la disponibilidad de cargos en el cuerpo docente de la Universidad. El proceso de vinculación para estos profesores se realiza mediante un concurso público de méritos, de acuerdo con lo estipulado en el Título II del mencionado Acuerdo del Consejo Superior No. 046 de 2021.
- Profesores Ocasionales: La vinculación de profesores en aquellos casos en que, por las condiciones especiales y características específicas de la situación, se hace necesaria la vinculación transitoria de los candidatos sin convocatoria pública, podrán contratarse con dedicación de tiempo completo o medio tiempo, según las necesidades y para su vinculación se requiere justificación de la Unidad Académica que lo solicita, son estos casos:  
Profesor Ocasional Especial: se refiere a un docente que, debido a su especialización, historial, experiencia o por ser patrocinado por una institución nacional o extranjera, solo puede ser vinculado en esta categoría. Para acceder a esta posición, el profesor debe poseer un título de doctorado y contar con una amplia trayectoria en docencia, investigación y consultoría en el campo de conocimiento específico para el cual será contratado.  
Profesor Ocasional Temporal: es aquel docente que satisface las necesidades identificadas por el Claustro de Profesores para cubrir deficiencias de personal docente y atender programas especiales de carácter temporal. Para ocupar esta posición, se requiere como mínimo una formación equivalente al grado académico más alto otorgado por la Unidad Académica donde será contratado.
- Profesor de Cátedra: es la persona natural seleccionada por la Universidad con un alto sentido de pertenencia y compromiso institucional, contratada para llevar a cabo funciones docentes con un nivel destacado de excelencia personal, profesional y ética, con el objetivo de contribuir al cumplimiento de la Visión, Misión y Objetivos Institucionales. Estos profesores desempeñan sus actividades docentes de forma temporal y son contratados mediante un contrato de trabajo especial para profesores de cátedra, con una duración correspondiente al periodo académico o el tiempo necesario para cubrir las necesidades requeridas. Es importante destacar que los profesores de cátedra no son empleados públicos ni trabajadores oficiales.

## 8.2 VINCULACIÓN DE PROFESORES

De acuerdo a lo definido en el Capítulo II del plan de vinculación de profesores del Acuerdo del Consejo Superior No 046 del 2021 la vinculación de profesores en la modalidad Ocasional (Especial, Temporal y de Sede Regional), “el Director de escuela, Departamento, o Coordinador del Programa, solicitará al Decano de la Facultad, la provisión del cargo o cargos existentes vacantes en la planta de personal docente, con la correspondiente justificación y perfil requerido, según lo establecido en el reglamento. Para la vinculación de profesores en las modalidades de

jóvenes talentos o concurso general, el Director de la unidad académico-administrativa, previa decisión del Consejo de la Unidad respectiva, solicitará al Vicerrector Académico la inclusión de los perfiles en la convocatoria a concurso público”.

Por lo tanto, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos tiene la necesidad de contratar profesores tanto en la modalidad de profesor de planta como de profesor de cátedra. La selección de estos profesores para llevar a cabo labores de docencia, investigación y extensión se llevará a cabo considerando el progreso general del plan de estudios y los niveles de formación.

En este sentido, La Escuela de Economía y Administración, que es la unidad académica del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, será responsable de definir las áreas de desempeño para los profesores cátedra. Estas áreas, junto con las actividades académicas relacionadas, deberán enviarse a la Vicerrectoría Académica para su aprobación. La Vicerrectoría, a su vez, presentará al Consejo Académico la propuesta de convocatoria pública, la cual especificará las áreas de desempeño, los requisitos, los documentos necesarios para la solicitud de inscripción a la convocatoria, así como el cronograma a seguir, todo ello de acuerdo con la normativa institucional vigente.

De este modo, La Universidad Industrial de Santander (UIS) reconoce la importancia de contar con un cuerpo docente adecuado para cumplir con la misión, visión y objetivos institucionales. Por lo tanto, de manera continua, la institución lleva a cabo convocatorias para identificar y atraer talento académico que respalde las funciones fundamentales de formación, investigación y extensión.

Las convocatorias para profesores cátedra se realizan semestralmente en la UIS. Estas convocatorias son abiertas al público y dirigidas a aquellos interesados que deseen participar y que cumplan con los requisitos específicos del programa académico. Todo este proceso está regulado y descrito en el Sistema Integrado de Gestión - Talento Humano / Asuntos de Personal Docente - Procedimiento para la selección de docentes cátedra<sup>27</sup>. Este procedimiento se aplicará al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos en sus diferentes niveles de formación, con el fin de ampliar de manera continua el grupo de profesores cátedra que contribuirán a las labores de enseñanza, investigación y extensión.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, a continuación, se presenta la tabla 24 la cual hace referencia a los profesores de tiempo completo vinculados a la Universidad y que pueden apoyar el inicio del programa.

**Tabla 24. Profesores con los que cuenta la Universidad y pueden apoyar el inicio del programa**

Profesor	Formación	Tiempo de Dedicación	Desarrollo pedagógico y experiencia laboral e investigativa	Unidad Académico – Administrativa
Aura Cecilia Pedraza Avella	Ingeniera Industrial con Doctorado en Ciencias Económicas.	Tiempo Completo	- Capítulo de Libro: Pedraza, Aura Cecilia, Jarvenpaa, Sirka & Echeverrie, Elsie (2020). "Digital innovation and entrepreneurship in and around institutional voids: the case of Fundación Cardiovascular (FCV) in Colombia". Handbook of Digital Innovation, v. , p.41 - 63. Estados Unidos: Edward Elgar Publishing. - Artículos: Pedraza, Aura Cecilia; Botello, Héctor Alberto; Contreras, Orlando Enrique (2015). Análisis empresarial de la influencia de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios en Colombia- - Ponencias: Pedraza, Aura Cecilia, Carreño, Roque Antonio & Álvarez, Mileidy. ¿Y si endulzamos con cacao? Retos de un chocolate fino libre de	Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

27 UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Procedimiento para la selección de docentes cátedra - PTH.06, 2015.

			<p>azúcar para un consumidor circular. 57th Congreso Internacional CLADEA 2022. Guayaquil: Octubre 23-26 de Octubre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pedraza, Aura Cecilia &amp; Badillo, Luis Alfredo. 'Miradas sobre el emprendimiento ante la crisis del coronavirus. IX Congreso Internacional de Emprendimiento e Innovación. Salamanca: Noviembre 26 de 2021.</li> <li>- Pedraza, Aura Cecilia, Torres, Martha &amp; Álvarez, Mileidy. MOTIVATIC - Herramienta gamificada para apoyar los procesos pedagógicos con alcance global. 9th International Conference on Innovation, Documentation and Teaching Technologies. Valencia: Octubre 27 - Noviembre 1 de 2021.</li> <li>- Pedraza, Aura Cecilia, Torres, Martha &amp; Álvarez, Mileidy. Ambientes educativos basados en TIC como apoyo a los procesos de enseñanza y aprendizaje en educación superior. Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería 2021. Cartagena: septiembre 21-24 de 2021.</li> <li>- Pedraza, Aura Cecilia, Arbeláez, Lina María &amp; Carreño, Roque Antonio. University Entrepreneurship as a Contribution to the Local Economy in Small cities: The case of Manizales and Bucaramanga (Colombia). 4th Business &amp; Entrepreneurial Economics Conference. Dubrovnik: mayo 15-18 de 2019.</li> <li>- Pedraza, Aura Cecilia, Hernández, Silvia Lizeth &amp; Díaz, Angélica María. ¿Is Colombia Catching up Spain in Terms of Quality of Employment? The Case of Cultural Industry. SIBR 2019 Seoul Conference on Interdisciplinary Business &amp; Economics. Seúl: Abril 20-22 de 2019.</li> <li>- Pedraza, Aura Cecilia; Betancur, Carolina &amp; Rodríguez, Leidy Tatiana. Case studies of Social entrepreneurship in Bucaramanga, Colombia. 61st Annual ICSB World Conference. New Jersey: Junio 15-18 de 2016.</li> </ul>	
Martha Liliana Torres Barreto	Ingeniera de Sistemas con Doctorado en Estrategia y Marketing	Tiempo Completo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mapeo de la literatura acerca de la gamificación en los procesos de enseñanza y aprendizaje / Literature mapping about gamification in the teaching and learning processes 2020</li> <li>- Influencia de los recursos y capacidades en los resultados financieros y en la competitividad empresarial: una revisión de la literatura 2019</li> <li>- Gamificación en el ámbito educativo: Un análisis bibliométrico 2019</li> </ul>	Escuela de Estudios Industriales y Empresariales
Jhon Eduard Ciro Gómez	Músico con Maestría en Música.	Tiempo Completo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El grupo de cámara como estrategia pedagógica para el acercamiento a los procesos de investigación-creación y el desarrollo de habilidades técnicas e interpretativas en los estudiantes de trombón de la Universidad Industrial de Santander, (2018-2020) (coinvestigador)</li> <li>- "Investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña", proyecto financiado por Minciencias. (2020 a 2022) (coinvestigador) Actual.</li> <li>- Creación e implementación de un material audiovisual como apoyo a las estrategias de enseñanza y aprendizaje de la asignatura teoría y solfeo I, convocatoria INNOVA-TIC convocatoria de la Vicerrectoría Académica (abril de 2021) (investigador principal)</li> <li>- "Constelación biodiversa: confluencia de saberes en el jardín botánico experimental consentido" propuesta aprobada por la VIE para envío a evaluadores, convocatoria Portafolio de Programas VIE 2022, (mayo de 2022) (coinvestigador) Actual</li> </ul>	Escuela de artes y música
José German Toloza Hernández	Maestro en Bellas Artes con Doctorado en arte producción e investigación	Tiempo Completo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Libros: "Luz Mercedes: mujeres, naturaleza y espiritualidad", José Germán Toloza Hernández, El libro Total editorial, ISBN: 978-9585582-72-9. 2021</li> <li>-Toloza Hernández, J. G. (2019). La formación machista en la academia artística: linajes paternos, estereotipos y negaciones académicas. Revista Docencia Universitaria, 20(1), 33-53. Recuperado a partir de <a href="https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistadocencia/article/view/9545">https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistadocencia/article/view/9545</a></li> <li>-Toloza, J. (2019). Cómo se aproximan los artistas contemporáneos al tema de la mujer: En torno a la curaduría Iconografías femeninas. I+D Revista de Investigaciones, 14(2), 122-141. DOI: <a href="http://doi.org/10.33304/revinv.v14n2-2019011">http://doi.org/10.33304/revinv.v14n2-2019011</a></li> <li>-Exposiciones nacionales e internacionales: Salones Nacionales de Artistas del Ministerio de Cultura en Bogotá y Cartagena, 7 Bial de arte de</li> </ul>	IPRED

			<p>Bogotá, Museo de arte Moderno de Bogotá MAMBO, Imagen Regional del Banco de la República Bogotá, Salón Regional de artistas del Ministerio de Cultura, Salón de Arte Bidimensional de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño Bogotá, I Bienal Internacional de Arte de Medellín, Germán Toloza-Pinturas-Museo de Arte de la Universidad Nacional de Colombia, Arte Joven Planetario Distrital-Instituto Distrital de Cultura y Turismo de Bogotá, Estereotipos femeninos Museo de Arte Moderno de Bucaramanga, De Hidroituango a Santurbán Sala Macaregua UIS Bucaramanga, Una línea de Polvo- Arte y drogas en América Latina- Instituto Municipal de Cultura de Bucaramanga, Into de nineties art- Swiss Bank Competition Mall Galleries Londres, M.A. Final Show Chelsea College of Art, Salon Nacional de Pintura Domingo Moreno Otero Museo de Arte Moderno de Bucaramanga, entre otras exposiciones.</p> <p>-Curadurías: Salón Regional De aquí y del otro lado, Banco de la República de Bogotá, Imagen Regional 6, Banco de la República de Bogotá, varias versiones de Nuevos espacios pictóricos Sala Sedhar Sengor de la Alianza Francesa de Bucaramanga, Iconografías femeninas Museo de Arte Moderno de Bucaramanga, Mujeres en cuerpo y alma, Sala Macaregua UIS Bucarica Bucaramanga, entre otras.</p> <p>-Premios: Mención Salón Nacional de Artistas, Primer Premio Jóvenes talentos Bienal Internacional de Arte de Medellín, Primer Premio Salón Nacional de Pintura Domingo Moreno Otero, Beca de Creación de Colcultura, Beca de Creación Gobernación de Santander, entre otros.</p>	
Luis Alejandro Palacio García	Economista con Doctorado en Economía	Tiempo Completo	<p>-Juegos de negociación: estrategia para formación de competencias ciudadanas en universitarios. Educación y educadores.</p> <p>-Formación en competencias ciudadanas en educación superior</p> <p>-Filosofía moral experimental para la formación de competencias ciudadanas</p> <p>-Educación financiera gamificada como estrategia didáctica para el desarrollo de estilos de vida sostenible</p>	Escuela de Economía y Administración
Luis Eduardo Bautista Rojas	Diseñador Industrial con Doctorado en Ciencias de la Computación	Tiempo Completo	<p>-Reconstrucción 3D para el desarrollo de prótesis de miembro inferior</p> <p>-A novel approach to learning virtual engineering in the medical devices process.</p> <p>-Herramienta para el análisis de la biomecánica de las articulaciones del miembro superior en el manejo de cargas sobre la cabeza.</p> <p>-Análisis de tecnologías para la transformación de material aglomerado de madera con fines de reciclaje.</p>	Escuela de Diseño Industrial
Margarita Rodríguez Villabona	Ingeniera Industrial con Maestría en E-learning	Tiempo Completo	<p>-Revisión y Análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas.</p> <p>-Concepto, enfoque y Justificación de la sistematización de experiencias educativas: Una mirada "desde" y "para" el contexto de la formación universitaria.</p> <p>-Capítulo de libro: Formación y desarrollo de competencias emprendedoras: Una experiencia de intervención en la formación universitaria en línea" Investigar la experiencia de la Formación y Evaluación de Profesores.</p>	IPRED
Vaslak Rojas Torres	Diseñador Industrial con Maestría en Diseño y Creación Interactiva.	Tiempo Completo	<p>- Obras: I-performance in situ de 3 ilustraciones de las galas del festival XXVII de muisca andina UIS 2018.</p> <p>Obra imagen oficial de la versión XXVII del festival de música andina colombiana UIS 2018</p> <p>- Ilustraciones del libro cuentos y encuentros en los caminos de Santander</p> <p>-Exposición "la ilustración en la academia" enlace de portafolio: <a href="https://sites.google.com/view/vaslakrojasstorres/inicio">https://sites.google.com/view/vaslakrojasstorres/inicio</a></p>	Escuela de Diseño Industrial
Freddy Jesús Ruiz Herrera	Economista, Doctorado en fase final - Desarrollo Regional e Integración	Tiempo Completo	<p>-Juan David Gutierrez Torres, Ruth Arali Martinez Vega, Hector Albero Botello Penaloza, Freddy Jesus Ruiz Herrera, "Environmental and socioeconomic determinants of leptospirosis incidence in Colombia" . En: Cadernos de Saude Publica ISSN: 0102-311X ed: Escola Nacional de Saude Publica v.35 fasc.N/A p.1 - 15 ,2019, DOI: 10.1590/0102-311x00118417</p>	Escuela de Economía y Administración

	Económica		- FREDDY JESUS RUIZ HERRERA, AURORA INES GAFARO ROJAS, ISAAC GUERRERO RINCON, "Perfil productivo Municipio Charalá. Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia" En: Colombia 2013. ed:Ministerio de Trabajo y Seguridad Social ISBN: 978-958-8863-60-3 v. pags. Áreas: Ciencias Sociales -- Economía y Negocios -- Economía, Ciencias Sociales -- Otras Ciencias Sociales -- Ciencias Sociales, Interdisciplinaria. -Caracterización sociocultural y económica del entorno regional y local del complejo de paramos de guantiva-larusia Inicio: Enero 2014 Fin: Marzo 2015.	
Claudia Patricia Cote Peña	Economista y Administradora de Empresas con especialización en dirección de empresas, especialización en alta gerencia y especialización en gestión tecnológica.	Tiempo Completo	-Líneas de Investigación: Gestión Empresarial, Desarrollo Económico y Competitividad, Desarrollo Regional, Gestión Tecnológica. -Capítulo de libro: "Sistema Regional de Innovación y Generación de Capital Intelectual: un análisis en el ámbito empresarial de Santander (Colombia)" Consolidando acciones cooperativas para la relación de las Universidades con el mundo productivo en el espacio ALCUE 2017.	Escuela de Economía y Administración
GINNA PAOLA CASTRO CASTAÑO	Ingeniera Industrial con Maestría en Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación.	Cátedra	- A Learning Model Proposal Focused on Challenge-Based Learning. - Programa de innovación y desarrollo tecnológico en Santander, cámara de comercio de Bucaramanga - corporación enlace. - Fortalecimiento de la Industria TI mediante la especialización de su oferta, basado en un modelo de I+D+i desarrollado, aplicado y probado por InterSoftware en empresas de la Industria TI	Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Fuente: Elaboración Propia

En coherencia con los niveles de formación y los propósitos del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos en conjunto con la propuesta curricular, la investigación e innovación y la relación con el sector externo, así como, en cumplimiento del artículo 2.5.3.2.3.2.8. del Decreto 1075 de 2015 del MEN modificado por el Decreto 1330 de 2019 del MEN, se describen a continuación la proyección de profesores a vincular al programa tanto de tiempo completo como de hora cátedra.

**Tabla 25. Profesores requeridos para el programa**

Actividad o Actividades Académicas	Tipos de Contratación	Tipos de Vinculación	Tipo de Dedicación	Máximo nivel de formación	Formación profesional y Pedagógica	Competencias tecnológicas	Experiencia Profesional	Experiencia Pedagógica	Experiencia en Investigación/Innovación
<b>Tiempo Completo</b>									
Fundamentos de Mercadeo, Investigación de Mercados, Audiencias I y Audiencias II.	Término Indefinido	Carrera	Tiempo Completo	Maestría	Profesional en ciencias económicas, administrativas o contables/Ingeniero Industrial/Ingeniero de Mercados con Maestría en mercadeo o afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario	Tres (3) años de vinculación en proyectos de investigación e innovación Publicaciones en revistas indexadas de acuerdo con escala Publindex
Economía Colombiana/ Economía de la Cultura/Polít	Término Indefinido	Carrera	Tiempo Completo	Doctorado	Profesional en ciencias económicas con doctorado en economía	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de	Cuatro (4) años de experiencia certificada como	Tres (3) años de vinculación en proyectos de investigación e innovación

Actividad o Actividades Académicas	Tipos de Contratación	Tipos de Vinculación	Tipo de Dedicación	Máximo nivel de formación	Formación profesional y Pedagógica	Competencias tecnológicas	Experiencia Profesional	Experiencia Pedagógica	Experiencia en Investigación/Innovación
ica Publica							desempeño	docente universitario	Publicaciones en revistas indexadas de acuerdo con escala Publindex
Introducción a la Administración Cultural y Creativa, Investigación Creativa, Investigación Creación I, II y III.	Término Indefinido	Carrera	Tiempo completo	Maestría	Administrador de Empresas/ Maestría en gestión cultural Profesional en ciencias económicas, administrativas y contables con maestría en gestión cultural o afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Apreciación Producción I, II y III, electivas disciplinares.	Término Indefinido	Carrera	Tiempo completo	Maestría	Profesional en áreas afines a artes plásticas, diseño industrial o música con maestría en gestión cultural o afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Tres (3) años de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Gestión Contable/Costos y Presupuestos/Matemáticas Financieras	Término Indefinido	Carrera	Tiempo completo	Maestría	Profesional en ciencias económicas, administrativas o contables o ingeniero financiero con maestría en ciencias económicas o contables o relacionada con el sector cultural y creativo	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Patrimonio e Imaginarios Culturales, Estudios Culturales, Gestión del Patrimonio, Electivas Disciplinarias	Término Indefinido	Carrera	Tiempo completo	Maestría	Profesional en áreas afines a artes, antropología o afines con maestría patrimonio, estudios culturales o afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Formulación y evaluación de proyectos culturales y creativos, Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento, Gestión Directiva.	Término Indefinido	Carrera	Tiempo completo	Maestría	Profesional afín a las ciencias económicas, administrativas o contables o ingeniería industrial con maestría en proyectos o afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje/Manejo de software especializado en el área de desempeño.	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
<b>Hora Cátedra</b>									
<b>Nivel Técnico – Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos</b>									
Cálculo	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Maestría	Licenciado en matemáticas,	Manejo de plataformas de	Dos (2) años de	Un (1) año de experiencia	No aplica

Actividad o Actividades Académicas	Tipos de Contratación	Tipos de Vinculación	Tipo de Dedicación	Máximo nivel de formación	Formación profesional y Pedagógica	Competencias tecnológicas	Experiencia Profesional	Experiencia Pedagógica	Experiencia en Investigación/Innovación
					Matemático o Ingeniero	videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	experiencia certificada en el área de desempeño	certificada como docente universitario	
Lengua Extranjera I: inglés	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Licenciado en Idiomas	Licenciado en idiomas o suficiencia en el idioma inglés avalada por el Instituto de Lenguas de la UIS	Acreditar al menos 60 horas en cursos de formación para el ejercicio de la docencia realizadas en los últimos 5 años	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, o docente en el área de desempeño	Un (1) año de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Expresión y Comunicación	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Especialización	Comunicador social/ Licenciado en idiomas con posgrado en áreas afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje.	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	No aplica
Derecho Empresarial y Laboral	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Maestría	Abogado	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Cuatro (4) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	No aplica
Lengua Extranjera II: inglés	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Licenciado en Idiomas	Licenciado en idiomas o suficiencia en el idioma inglés avalada por el Instituto de Lenguas de la UIS	Acreditar al menos 60 horas en cursos de formación para el ejercicio de la docencia realizadas en los últimos 5 años	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, o docente en el área de desempeño	Un (1) año de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Cátedra UIS	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Especialización	Filósofo, Licenciado en idiomas o áreas afines al lenguaje/ Acreditar al menos 60 horas en cursos de formación para el ejercicio de la docencia realizadas en los últimos 5 años	Habilidad en el uso de herramientas de las tecnologías de la información y la comunicación	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, o docente en el área de desempeño	Un (1) año de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Probabilidad y Estadística	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Especialización	Licenciado en matemáticas, Matemático o Ingeniero	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje/Manejo de software especializado en el área de desempeño.	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Un (1) año de experiencia certificada como docente universitario	No aplica
<b>Nivel Tecnológico – Tecnología en Gestión Cultural y Creativa</b>									
Gestión de la propiedad intelectual	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Maestría	Abogado	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Cuatro (4) años de experiencia certificada en el área de	Dos (2) años de experiencia certificada como	No aplica



Actividad o Actividades Académicas	Tipos de Contratación	Tipos de Vinculación	Tipo de Dedicación	Máximo nivel de formación	Formación profesional y Pedagógica	Competencias tecnológicas	Experiencia Profesional	Experiencia Pedagógica	Experiencia en Investigación/Innovación
							desempeño	docente universitario	
Gestión Humana	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Maestría	Administrador de Empresas/Psicólogo	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Lengua Extranjera III: inglés	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Licenciado en Idiomas	Licenciado en idiomas o suficiencia en el idioma inglés avalada por el Instituto de Lenguas de la UIS	Acreditar al menos 60 horas en cursos de formación para el ejercicio de la docencia realizadas en los últimos 5 años	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, o docente en el área de desempeño	Un (1) año de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Maestría (operación de servicios)	Ingeniero Industrial	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	No aplica
Comunicación en el Sector Cultural y Creativo	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Especialización	Comunicador Social o carreras afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	No aplica
Lengua Extranjera IV: inglés	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Licenciado en Idiomas	Licenciado en idiomas o suficiencia en el idioma inglés avalada por el Instituto de Lenguas de la UIS	Acreditar al menos 60 horas en cursos de formación para el ejercicio de la docencia realizadas en los últimos 5 años	Dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, o docente en el área de desempeño	Un (1) año de experiencia certificada como docente universitario	Un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación
<b>Nivel Profesional – Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>									
Distribución y Circulación	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Maestría (Distribución y circulación de servicios)	Ingeniero Industrial o carreras afines al área económica/administrativa	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	No aplica
Relaciones Públicas y Comerciales	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Especialización	Comunicador Social o carreras afines	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño	Dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario	No aplica
Electivas Disciplinarias	Termino Fijo	Cátedra	Cátedra	Maestría	Profesional en áreas afines a artes, diseño industrial o música con maestría en gestión	Manejo de plataformas de videoconferencia y ambientes virtuales de aprendizaje	Tres (3) años de experiencia certificada en el área de	Dos (2) años de experiencia certificada como	No aplica

Actividad o Actividades Académicas	Tipos de Contratación	Tipos de Vinculación	Tipo de Dedicación	Máximo o nivel de formación	Formación profesional y Pedagógica	Competencias tecnológicas	Experiencia Profesional	Experiencia Pedagógica	Experiencia en Investigación/Innovación
					cultural o afines// Profesional en áreas afines a artes, antropología o afines con maestría patrimonio, estudios culturales o afines		desempeño	docente universitario	

Fuente: Elaboración Propia

La vinculación de profesores de tiempo completo al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos se fundamenta en la necesidad de brindar una formación de alta calidad a los estudiantes. Los profesores de tiempo completo no solo aportan su experiencia y conocimientos especializados al programa, sino que también tienen la capacidad de dedicar tiempo y compromiso continuo a las funciones misionales de la Universidad. Esta dedicación exclusiva permite un mayor seguimiento académico, la participación en proyectos de investigación y extensión, así como una mayor interacción con los estudiantes en espacios de tutorías y asesorías. La presencia constante de profesores a tiempo completo enriquece el entorno de aprendizaje, fomenta la innovación pedagógica y garantiza la coherencia los diferentes niveles de formación. De acuerdo con lo anterior y con base en la tabla 25, se presentan los siguientes perfiles a manera de resumen de profesores Tiempo Completo necesarios para el buen funcionamiento del programa, así como las actividades académicas que podrían dirigir:

- Perfil 1: Profesional en ciencias económicas, administrativas y contables con maestría en gestión cultural o afines, con dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño y cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario y un (1) año de vinculación en proyectos de investigación e innovación. Actividades Académicas: Introducción a la Administración Cultural y Creativa, Creatividad, Investigación Creación I, II y III.

- Perfil 2: Profesional en ciencias económicas con doctorado en economía, tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño, cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario, tres (3) años de vinculación en proyectos de investigación e innovación. Actividades académicas: Economía Colombiana, Economía de la Cultura y Política Pública. (Este perfil se encuentra adscrito a la escuela).

- Perfil 3: Profesional en ciencias económicas, administrativas o contables/Ingeniero Industrial/Ingeniero de Mercados con Maestría en mercadeo o afines, tres (3) años de experiencia certificada en el área de desempeño, cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario y tres (3) años de vinculación en proyectos de investigación e innovación. Actividades Académicas: Fundamentos de Mercadeo, Investigación de Mercados, Audiencias I y Audiencias II.

- Perfil 4: Profesional en ciencias económicas, administrativas o contables o ingeniero financiero con maestría en ciencias económicas o contables o relacionada con el sector cultural y creativo, dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, cuatro (4) años de experiencia certificada como docente universitario y año de vinculación en proyectos de investigación e innovación. Actividades Académicas: Gestión Contable, Costos y Presupuestos, matemáticas financieras.

- Perfil 5: Profesional en áreas afines a artes, diseño industrial o música con maestría en gestión cultural o afines, dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, dos (2) años de

experiencia certificada como docente universitario y año de vinculación en proyectos de investigación e innovación. Actividades Académicas: Apreciación Producción I, II y III, electivas disciplinares.

- Perfil 6: Profesional en áreas afines a las ciencias económicas, administrativas o contables o ingeniería industrial con maestría en proyectos o afines, dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario y año de vinculación en proyectos de investigación e innovación. Actividades Académicas: Formulación y evaluación de proyectos culturales y creativos, Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento, Gestión Directiva.

- Perfil 7: Profesional en áreas afines a artes, antropología o afines con maestría patrimonio, estudios culturales o afines, dos (2) años de experiencia certificada en el área de desempeño, dos (2) años de experiencia certificada como docente universitario y año de vinculación en proyectos de investigación e innovación. Actividades Académicas: Patrimonio e Imaginarios Culturales, Estudios Culturales, Gestión del Patrimonio, Electivas Disciplinares.

### **8.3 NORMAS Y ESTRATEGIAS PARA LA PERMANENCIA, EL DESARROLLO Y LA CAPACITACIÓN PROFESORAL**

La labor de la educación superior implica que las instituciones deben cumplir con tres funciones esenciales: la docencia, la investigación y la extensión. Estas funciones se llevan a cabo a través de los profesores en distintos momentos del proceso de formación profesional. La cohesión de estas funciones implica programas frecuentes para los profesores de actualización y capacitación que les permitan planificar y brindar a los estudiantes experiencias intelectuales y prácticas que los acerquen tanto al conocimiento científico y tecnológico como a la realidad de su entorno.

La permanencia del cuerpo docente de la institución está basado en el Artículo 82 del Estatuto General de la Universidad, donde se establece que el escalafón docente es el sistema que tiene establecido la Universidad para clasificar a sus profesores de acuerdo con sus méritos académicos, su producción intelectual y su antigüedad. En el Reglamento del profesor de la Universidad Industrial de Santander, en el título V, capítulo II, III y IV<sup>28</sup>, se define el escalafón docente, la estabilidad o tenencia según las funciones asignadas al profesor de acuerdo a su categoría. El escalafón docente de la Universidad comprende cuatro categorías que son: Profesor Auxiliar; Profesor Asistente; Profesor Asociado y Profesor Titular.

Para el ascenso de un profesor en el escalafón, se tiene en cuenta la producción intelectual que esté directamente relacionada con su campo de desempeño como docente en la institución y los resultados de la evaluación del desempeño docente. La categoría en el escalafón docente es un reconocimiento que la Universidad hace al profesor por su desarrollo y se refleja en la estabilidad conferida, en las funciones asignadas y en la asignación de salarios.

Los profesores de carrera tienen derecho a los siguientes períodos de estabilidad o tenencia según su categoría. El profesor auxiliar por períodos sucesivos de dos (2) años calendario; el profesor asistente por períodos sucesivos de tres (3) años calendario; el profesor asociado por períodos sucesivos de Cuatro (4) años calendario y el profesor Titular por períodos sucesivos de cinco (5) años calendario.

---

<sup>28</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 063 de 1994. Reglamento del Profesor. (Compilación de Normas Vigentes a junio de 2010). Título V, Capítulo II, III y IV. Pág. 11-13.

El consejo de escuela analiza los resultados de las evaluaciones del profesor durante toda su permanencia en la Universidad, su producción intelectual y su avance en la carrera docente. Con base en lo anterior, formula una recomendación de renovación o no renovación de la tenencia, mediante acta firmada por sus integrantes y notifica al profesor acerca del resultado de la evaluación de la tenencia. En caso de no estar conforme con el resultado, el profesor podrá apelar ante el Consejo de Facultad, allegando las pruebas que considere pertinentes, dentro de los siguientes siete días calendario y este Consejo resolverá la apelación solicitada. El Decano envía toda la documentación al Rector quien, con base en lo actuado, decidirá sobre la renovación de la tenencia del profesor.

La Universidad establece un marco de opciones para el desempeño de los profesores en diferentes actividades, según su categoría en el escalafón docente. Al profesor en las categorías de Auxiliar y Asistente le compete participar en actividades de perfeccionamiento docente, docencia directa e indirecta, investigación y extensión. Al profesor Asociado, además de lo anterior, le compete participar y dirigir actividades de planeación curricular, asesoría académica a los profesores de menor experiencia y desempeñar los cargos de representación profesoral y dirección académica y administrativa previstos en el Estatuto General y los reglamentos de la Universidad. Al profesor Titular, además de las funciones asignadas al Profesor Asociado, le compete servir de consultor de la institución en la definición de políticas generales y de máximo exponente de la producción cultural, científica y tecnológica de la Universidad ante la comunidad nacional e internacional.

Una de las políticas institucionales que asegura la permanencia del profesorado es la posibilidad de ascender en el escalafón una vez se haya cumplido satisfactoriamente el periodo de prueba (los 2 primeros años de servicio del profesor vinculado a la institución) y la posibilidad de ascenso en el mismo, que conlleva a una mejora salarial a través del reconocimiento económico de la producción intelectual establecido por el decreto 1279 y el reglamento de profesores no acogidos a este régimen. Otros beneficios que brinda el hecho de ser profesor de la Universidad es el derecho a contar con comisiones para adelantar estudios de posgrado, participar en actividades de perfeccionamiento docente, programas de actualización de conocimientos y perfeccionamiento académico, humanístico, científico, técnico y artístico, de acuerdo con los planes y políticas de la Institución y de la Unidad Académica y los intereses del profesor.

Otros incentivos para los docentes son el derecho a disfrutar de año sabático y recibir puntos salariales por desempeño docente destacado de acuerdo con la reglamentación vigente. También puede solicitar y recibir apoyo institucional para la presentación de propuestas de investigación y extensión, ante organismos externos a la Universidad. Otra forma en la cual se reconocen los méritos de los docentes es mediante distinciones académicas como Profesor Distinguido, Emérito y Laureado.

En lo referente a los Profesores Cátedra, en el Reglamento del Profesor Cátedra de la UIS y sus respectivos modificativos (Acuerdo No. 033 de junio 19 de 2009 del Consejo Superior y el Acuerdo No. 053 de octubre 17 de 2014 del Consejo Superior) establecen los requisitos que deben cumplir los candidatos para inscribirse en las convocatorias para conformar la base de profesores de cátedra elegibles en la Universidad, qué criterios se tiene en cuenta para la evaluación de la hoja de vida de los candidatos y los criterios para la selección e inclusión en la base de profesores cátedra elegibles.

Respecto a la promoción de los profesores cátedra, estos también cuentan con un escalafón docente claramente definido y reglamentado, como se puede evidenciar en el Reglamento del

Profesor de Cátedra Universidad Industrial de Santander; dejando en claro que la clasificación del profesor cátedra es el ordenamiento por categorías de los profesores de cátedra de la Universidad, atendiendo a los méritos alcanzados por escolaridad, experiencia docente y desempeño académico en la UIS. Esta clasificación, comprende cuatro categorías que son: Profesor de cátedra auxiliar; Profesor de cátedra asistente; Profesor de cátedra asociado y Profesor cátedra titular. En el Capítulo IV, del Reglamento del Profesor de Cátedra Universidad Industrial de Santander<sup>29</sup>, se establecen los requisitos que deben cumplir los profesores cátedra para hacer el tránsito secuencial por las categorías.

### 8.3.1 Periodo de Prueba y Evaluación del Personal Docente

A través del Acuerdo del Consejo Superior No. 040 del 7 de octubre de 2021<sup>30</sup>, la UIS define el periodo de prueba del personal docente de la Universidad, como los dos (2) primeros años de servicio del profesor vinculado a la institución, que se contarán a partir del día de la posesión en el respectivo cargo ante la autoridad competente. Este período es un tiempo durante el cual el profesor llevará a cabo su proceso de adaptación a la institución, en el cual se apropiará del Proyecto Institucional, de la Reglamentación y del conocimiento institucional. Asimismo, el profesor dispondrá de espacios para la cualificación y el mejoramiento de las competencias para la docencia universitaria y se incorporará a un grupo de investigación. Durante este período se surtirá el proceso de evaluación de desempeño del profesor y del logro de los compromisos adquiridos al momento de la vinculación.

El director de la unidad y el profesor en período de prueba formularán el Plan de Actividades para el período de prueba, en el cual se establecen los compromisos relacionados con las actividades de docencia, investigación y extensión solidaria, así como lo concerniente a la adaptación, conocimientos institucionales y lengua extranjera o española según el caso. Durante el periodo de prueba el profesor no pertenece al escalafón docente de la Universidad, no ejercerá cargo administrativo ni asumirá responsabilidad administrativa alguna, ni representaciones ante instancias universitarias, su contratación se asimilará a una categoría del escalafón docente únicamente para efectos salariales.

Así mismo, en dicho acuerdo se establece la periodicidad con que se realizará la evaluación del desempeño del profesor en periodo de prueba, la cual se realizará en tres (3) momentos, que son los meses seis (6), catorce (14) y la evaluación final al mes veintidós (22). De igual manera, se menciona qué factores se tendrán en cuenta para la evaluación del desempeño y las acciones a tomar a partir de los resultados obtenidos en las evaluaciones.

En cuanto a los profesores cátedra, en el Reglamento del Profesor Cátedra se menciona que la evaluación aplicada al profesor cátedra hace parte del proceso de evaluación institucional y se concibe como un sistema de apreciación de la calidad del trabajo del profesor en el cargo y de su potencial de desarrollo. El profesor participará en la evaluación de su desempeño y en el proceso de evaluación institucional, y deberá ser informado oportunamente acerca de los resultados. Estos resultados de la evaluación del desempeño docente se tendrán en cuenta en el ingreso y la permanencia en la base de profesores de cátedra elegibles, en el ascenso en la categoría, en el otorgamiento de estímulos y distinciones y en la formulación de políticas de corrección y mejoramiento de su desempeño.

---

<sup>29</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo 068 de septiembre 19 de 2008. Reglamento del Profesor de Cátedra de la Universidad Industrial de Santander. Capítulo IV, Pág. 8-9.

<sup>30</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 040 del 7 de octubre de 2021.

La Universidad cuenta con políticas y estrategias en materia de desarrollo integral del profesorado adecuadas a las necesidades y los propósitos del Programa. Estas involucran la formación integral e innovación pedagógica, que es uno de los enfoques estratégicos del Proyecto Institucional<sup>31</sup>, el Reglamento del profesor<sup>32</sup> y los Acuerdos del Consejo Superior que aprueban los planes de formación doctoral, posdoctoral, formación en lengua extranjera, año sabático, entre otros incentivos y facilidades económicas para los profesores que adelanten estos estudios. Los profesores de cátedra cuentan con posibilidades de realización de cursos cortos de formación pedagógica y actualización a nivel profesional.

El plan de formación docente de la Universidad Industrial de Santander se define de manera periódica, en cumplimiento con los deberes organizacionales y los derechos de formación y actualización que adquieren los profesores al vincularse a la Institución. A continuación, se presenta el marco normativo definido para formular, hacer seguimiento y evaluar el plan de formación de los profesores.

Marco normativo:

- Artículo 55 del Acuerdo del Consejo Superior No. 063 del 5 de octubre de 1994: es un derecho del profesor participar en programas de actualización de conocimientos y perfeccionamiento académico, humanístico, científico, técnico y artístico, de acuerdo con los planes y políticas de la Institución y los intereses del profesor.
- Artículo 2 del Acuerdo No. 63 del 27 de noviembre de 1996 emanado del Consejo Superior: establece que lo relacionado con la capacitación y perfeccionamiento docente, deberá ser avalado por el Consejo Académico, de conformidad con los reglamentos y normas de esta Institución.
- Acuerdo del Consejo Superior No. 086 de 2016 por el cual se aprueba el Reglamento de Comisión de Estudios para profesores inscritos en el Escalafón Docente de la Universidad: contempla que el programa para el cual se solicita la comisión debe estar incluido en el plan de formación profesoral vigente.

#### 8.4 PLAN DE DESARROLLO Y CAPACITACIÓN

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos proporciona las herramientas y oportunidades adecuadas para evaluar y elevar el desempeño de cada profesor, basándose en las políticas institucionales que buscan el desarrollo integral del cuerpo docente.

#### Políticas institucionales para el desarrollo integral del profesorado 2021 - 2023

La Universidad Industrial de Santander, considerando de gran importancia la formación de sus profesores, para cualificar los procesos de docencia, investigación y extensión; define periódicamente un Plan Institucional de Formación Docente, para suplir las necesidades de formación y desarrollo académico de los profesores de las escuelas de las distintas facultades.

---

<sup>31</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 026 de septiembre 21 de 2018. Por el cual se aprueba el “Proyecto Institucional de la Universidad Industrial de Santander”. Numeral 6.1

<sup>32</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 063 de 1994. Reglamento del Profesor. (Compilación de Normas Vigentes a junio de 2010). Artículos. 62-64

Mediante Acuerdo del Consejo Superior No. 030 de 2022 se modificó el Plan Institucional de Formación de Profesores de Planta para el periodo 2021 - 2023<sup>33</sup>. Este plan resume las características generales de cada programa de la universidad, haciendo énfasis en los estudiantes matriculados, el número y formación de sus docentes y las necesidades que debe suplir.

Con base en este Plan Institucional, los profesores podrán solicitar comisión de estudios para cursar programas de doctorado o posdoctorado, en directa relación con el mejoramiento de la calidad académica de cada docente y, por tanto, del programa. De esta manera, resulta un plan de formación que responde a los lineamientos institucionales y a las necesidades tanto de los docentes, como del entorno.

Comisiones: la Universidad en cumplimiento de su misión, debe crear mecanismos adecuados para estimular el desarrollo de la carrera profesoral a través de la participación del profesorado en programas y actividades de actualización y perfeccionamiento académico, fundamentales para su formación avanzada y actualización permanente.

Las comisiones como un sistema de estímulos, busca mejorar las competencias académicas de los profesores, otorgándoles distintos beneficios por hacer uso de estas. En el Acuerdo No. 082 de 1991 del Consejo Superior y sus respectivos modificativos (Consejo Superior No. 086 de Julio 13 de 1993, el Acuerdo del Consejo Superior No. 062 de septiembre 20 de 2013 y el Acuerdo del Consejo Superior No. 038 de mayo 21 de 2010), se aprobó el reglamento para Comisiones de estudio y cursos de capacitación del personal docente de la Universidad. En dichos acuerdos se especifica el proceso de selección, requisitos, duración de las comisiones de estudio, las modalidades y otorgamiento de estas, las obligaciones y derechos del docente en comisión<sup>34</sup>.

De igual forma, en el Acuerdo No. 084 de 2008<sup>35</sup> del Consejo Superior y su modificativo el acuerdo No. 093 de noviembre de 2015, modifican el régimen de comisiones de estudio en el exterior. Atendiendo al Plan de desarrollo institucional, en la dimensión del Talento Humano, en la que establece en el objetivo estratégico I, “Mejorar las Competencias Académicas de los Profesores”, para lo cual contempla dos actividades estratégicas orientadas hacia la consolidación de un programa de capacitación en formación doctoral y la formación de investigadores de excelencia con capacidad de atender las necesidades de la región y el país. Es por esto que en dicho acuerdo se establecen los estímulos que se les otorgará a los profesores que encuentren en comisión de estudios de doctorado en el exterior, como son el pago de matrícula y derechos académicos, pasaje aéreo y una beca de estudios doctorales.

Año Sabático: a través del Acuerdo No. 037 de 2010<sup>36</sup>, el Consejo Superior aprueba el Reglamento del Año Sabático, que se define como un período de tiempo que se concede a un profesor para que realice otras actividades inherentes a su profesión, generándose de esta manera espacios que fortalecen la actividad misional en beneficio de la Universidad. En este acuerdo, se definen los requisitos que debe cumplir el profesor para acceder al año sabático, las actividades que debe realizar el profesor en dicho año, y el procedimiento de inscripción y otorgamiento de este.

---

<sup>33</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander, Acuerdo No. 030 del 13 de junio de 2022. Por el cual se modifica el Plan Institucional de Formación de Profesores 2021 - 2023.

<sup>34</sup> Cfr.: CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 082 de octubre 25 de 1991. Por el cual se modifica la Reglamentación de Comisiones para realizar estudios de especialización.

<sup>35</sup> Cfr. CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 084 de noviembre de 2008. Por el cual se modifica el régimen de comisiones de estudio de doctorado en el exterior.

<sup>36</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 037 de mayo 21 de 2010. Reglamento del año Sabático.

## Desarrollo de competencias genéricas, pedagógicas, digitales y segunda lengua de los profesores

En la Universidad existen mecanismos o medios para incentivar el desarrollo docente, tal como, el Centro Para El Desarrollo de la Docencia en la Universidad Industrial de Santander (CEDEDUIS), creado mediante Acuerdo No. 60 de agosto 11 de 1982 emitido por el Consejo Superior<sup>37</sup>; orientado a la planeación, programación y ejecución de un programa permanente de mejoramiento de la docencia en la Universidad.

Es de resaltar que el CEDEDUIS según acuerdo del Consejo Superior No. 057 de 1994, como unidad académica y administrativa dependiente de la Vicerrectoría Académica, determina como sus funciones principales dirigir y evaluar el proceso permanente de análisis y renovación curricular y responder por el mejoramiento continuo de los procesos pedagógicos mediante el fomento, la promoción, el fortalecimiento y la ejecución de programas de capacitación docente. Es así como desde su creación, en 1982, ha asumido la responsabilidad de explorar nuevas acciones en la formación, el desarrollo y el perfeccionamiento continuo de los docentes, encaminadas a mejorar la calidad de la educación universitaria, el asesoramiento pedagógico, la innovación metodológica y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación como apoyo a la docencia<sup>38</sup>. Dada la importancia de centro, la institución consideró necesario plantear la creación de la Cátedra pedagógica CEDEDUIS, como una actividad académica de perfeccionamiento docente, esto con el fin de generar espacios de disertación, reflexión y participación sobre temáticas de actualidad e interés para la comunidad docente de la Universidad.

El CEDEDUIS aporta, de manera permanente, a la formación de docentes en la Institución, a través de programas de formación que van desde posgrados, talleres, actividades y procesos específicos solicitados. A continuación, se presentan los programas que ofrece el CEDEDUIS para fortalecimiento de las competencias pedagógicas y digitales de los docentes:

- a) En cuanto a formación en competencias genéricas:

Cátedra pedagógica: El CEDEDUIS desarrolla el componente de identidad institucional en el programa de inducción a profesores de reciente vinculación.

- b) En cuanto a formación en competencias pedagógicas:

Especialización en Docencia Universitaria: con objetivo de ofrecer un espacio para que los profesores universitarios construyan un saber pedagógico que les permita conocer, comprender y transformar su práctica docente.

Cursos de Perfeccionamiento Docente: en cumplimiento de sus funciones misionales, el CEDEDUIS, responde por el mejoramiento continuo de los procesos pedagógicos mediante el fomento, la promoción, el fortalecimiento y la ejecución de programas de capacitación docente.

Acompañamientos a procesos de diseño, rediseño y evaluación curricular: En cumplimiento de sus funciones misionales, el CEDEDUIS acompaña a los programas académicos en procesos de creación, diseño y rediseño de programas curriculares.

- c) En cuanto a competencias digitales:

---

<sup>37</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 060 del 11 de agosto de 1982. Por el cual se crea el Centro para el Desarrollo de la Docencia en la UIS- CEDEDUIS-

<sup>38</sup> CONSEJO SUPERIOR, Universidad Industrial de Santander. Acuerdo No. 242 de noviembre 10 de 2015. Por el cual se crea, instaura y reglamenta la Cátedra Pedagógica CEDEDUIS



Asesoría en la creación, actualización y mantenimiento de aulas virtuales de aprendizaje: en virtud del Acuerdo de Consejo Superior No. 051 de 2009, y el Acuerdo de Consejo Académico No. 277 de 2011, el CEDEDUIS apoya el uso de estrategias didácticas que requieran el uso de TIC en el proceso de formación, a través de la plataforma Moodle, garantizando el soporte técnico y el talento humano capacitado, para atender las propuestas generadas desde cada una de las Unidades Académicas y Administrativas de la Universidad.

Curso de formación docente para la enseñanza apoyada con TIC: tiene como finalidad el fortalecimiento de conocimientos y habilidades relacionadas con esta temática, en el marco de las exigencias del contexto, tras la implementación del trabajo en presencialidad remota.

Ahora bien, en cuanto a la formación en competencias disciplinares de los docentes, la Universidad Industrial de Santander cuenta con el Plan de Formación docente, mediante el cual se planea y, eventualmente, otorga comisiones de estudios (descarga de tiempo parcial o completo con salario fijo) para el curso de estudios doctorales o posdoctorales de los docentes como se ha venido expresando en el presente documento.

d) En cuanto a competencias en segunda lengua:

Para el desarrollo de una segunda lengua, los docentes de la Universidad tienen acceso gratuito a los cursos que ofrece el Instituto de Lenguas institucional; el Instituto cuenta con cursos de inglés, francés, portugués, italiano, alemán y, adicionalmente, español como lengua extranjera.

#### **8.4.1 Normas y estrategias para el seguimiento y evaluación de profesores.**

En relación con la evaluación de los profesores, el Reglamento del Profesor (Acuerdo del Consejo Superior No. 063 de 1994), Título VII, establece el marco de referencia en los artículos 57 a 61, así:

Artículo 57. La evaluación del desempeño docente hace parte del proceso de evaluación institucional y se concibe como un sistema de apreciación de la calidad del trabajo del profesor en el cargo y de su potencial de desarrollo.

Artículo 58. El Consejo Académico establecerá las políticas generales de evaluación del desempeño docente y la reglamentación respectiva en cuanto a los entes encargados de realizar el proceso, los períodos de evaluación, los procedimientos y los instrumentos para realizarlo.

Artículo 59. El profesor participará en la evaluación de su desempeño y en el proceso de evaluación institucional, y deberá ser informado oportunamente acerca de los resultados.

Artículo 60. Los resultados de la evaluación del desempeño docente se tendrán en cuenta en el ingreso y ascenso en el escalafón docente, en la evaluación de la tenencia, en el otorgamiento de estímulos y distinciones y en la formulación de políticas de corrección y mejoramiento de su desempeño.

Parágrafo. La evaluación del desempeño docente es condición necesaria para el trámite de los eventos referidos en este artículo.

Artículo 61. Los resultados de la evaluación del desempeño docente serán analizados por los Consejos de Escuela, de Facultad y Académico para la formulación de políticas y planes de desarrollo y perfeccionamiento académico a nivel institucional.

En este sentido, el Acuerdo del Consejo Académico No. 27 de 1996 aprueba el modelo de evaluación docente estableciendo que “se hace para asegurar la calidad y como estrategia de mejoramiento continuo”; el modelo considera la valoración de la actividad del profesor en relación con el dominio del saber, la formación para la investigación, el potencial de comunicación, la capacidad para integrar al estudiante a la vida institucional y formarlo como persona y ciudadano. En la evaluación participan los estudiantes y se realiza en cada periodo académico. El formulario vigente para esta evaluación fue ajustado en el 2007.

La evaluación del desempeño docente se soporta primordialmente en la valoración semestral que realizan los estudiantes de la actividad de docencia directa de cada profesor. Buscando el mejoramiento continuo del proceso educativo, el Consejo Académico estableció, a partir del 2008, que los profesores, que hayan obtenido en los últimos tres (3) procesos de evaluación un promedio inferior a 70 puntos, deben analizar dichos resultados y, si es pertinente, definir un plan de mejoramiento docente.

Los resultados de la evaluación docente se tienen en cuenta en “el ingreso y ascenso en el escalafón docente, en la evaluación de la tenencia, en el otorgamiento de estímulos y distinciones y en la formulación de políticas de corrección y mejoramiento de su desempeño”.

Para los profesores cátedra, la evaluación docente está debidamente establecida en el Reglamento del Profesor Cátedra. “Los resultados de la evaluación del desempeño docente se tendrán en cuenta en el ingreso y la permanencia en la base de profesores de cátedra elegibles, en el ascenso en la categoría, en el otorgamiento de estímulos y distinciones y en la formulación de políticas de corrección y mejoramiento de su desempeño”.

## 9. MEDIOS EDUCATIVOS

En el contexto del programa académico de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos, los medios educativos se configuran como un elemento esencial que abarca y complementa los propósitos del programa, la propuesta curricular, la investigación y la innovación, así como su interacción con el sector externo. En coherencia con las estrategias pedagógicas definidas, este factor se enfoca en proporcionar un entorno educativo enriquecedor y efectivo que favorezca el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los medios educativos son concebidos como herramientas y recursos que facilitan la adquisición y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Estos medios abarcan una amplia variedad de tecnologías y metodologías, incluyendo plataformas digitales, materiales interactivos, recursos multimedia, laboratorios, talleres prácticos y espacios creativos. La implementación de estos recursos se realiza de manera estratégica y coherente con los enfoques pedagógicos del programa, buscando promover el pensamiento crítico, la participación activa del estudiante, la resolución de problemas reales, y el desarrollo de habilidades y competencias relevantes para el campo de estudio.

Asimismo, la utilización de medios educativos está en constante revisión y mejora, para asegurar su pertinencia y actualización acorde con los avances en la disciplina y la evolución de las necesidades

del sector externo. La innovación en el uso de tecnologías educativas y la exploración de nuevas formas de enseñanza son pilares fundamentales en este proceso, con el objetivo de enriquecer la experiencia académica y fomentar la participación activa de los estudiantes en su propio aprendizaje.

## 9.1 MEDIOS EDUCATIVOS DISPONIBLES PARA EL PROCESO FORMATIVO, LA INVESTIGACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL SECTOR EXTERNO

Con el fin de visualizar de manera específica los recursos físicos y digitales disponibles en la Biblioteca para apoyar al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado por ciclos propedéuticos, se realizó la recopilación de la información de la tabla 26 a la 29;

**Tabla 26. Material Bibliográfico y Bases De Datos**

<b>Material Bibliográfico y Bases de Datos de Apoyo Programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>			
	<b>Títulos</b>	<b>Ejemplares</b>	<b>Inversión</b>
<b>Referencia</b>	326	620	\$ 38.087.320
<b>Reserva</b>	5	12	\$ 892.770
<b>General</b>	6.846	8.594	\$ 353.556.090

*Fuente: Biblioteca UIS*

**Tabla 27. Recursos electrónicos de apoyo al programa**

<b>Recursos Electrónicos</b>		
Disciplinarias	21	\$ 899.873.978
Multidisciplinarias	24	
Herramientas	11	
e-Books	10	
Normas	2	
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	

*Fuente: Biblioteca UIS*

**Tabla 28. Total de recursos en biblioteca física**

<b>Total en Biblioteca Física</b>	
MATERIAL BIBLIOGRÁFICO (General, Reserva, Referencial)	70,126 título 96,355 Ejemplares
TRABAJOS DE GRADO	43,530 título
REVISTAS	0 título
ESPECIALES	0 título

*Fuente: Biblioteca UIS*

**Tabla 29. Total de recursos en biblioteca virtual**

<b>Total en Biblioteca Virtual</b>
------------------------------------

Bases De Datos	132
Libros E-Books	827.756
Publicaciones Seriadadas	103.240
Normas Y Estándares	83.615
Total Recursos	1.014.611

Fuente: Biblioteca UIS

**Recursos informáticos:** Los recursos informáticos son una herramienta clave para la educación y la investigación de los actores del proceso formativo. En la universidad, la disponibilidad de equipos y software especializado permite a los estudiantes y docentes acceder a información y herramientas que facilitan su aprendizaje y trabajo. De la tabla 30 a la 34, se muestran la cantidad, ubicación, descripción y unidades académicas sobre los diferentes equipos de apoyo docente, acceso a redes de información, medios audiovisuales, redes de información propia y servicios de comunicaciones externas e internas. Estos recursos serán utilizados por los profesores y estudiantes del programa en las actividades académicas con un componente teórico – práctico.

Tabla 30. Equipos de apoyo docente

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
13	Campus principal, edificio CENTIC (8) y sedes regionales (Barrancabermeja, Socorro, Málaga, Barbosa)	Salas de video conferencia, con: -Codec H323 para video conferencia Sony Ipela. - 25 Video Beam interactivo. -Unidad DVD. Micrófonos -12 tableros interactivos -11 codecs de video conferencia H323	Todas las unidades académicas de la universidad.
12	Campus principal	Salas de video conferencia, con: -Codec H323 para video conferencia full HD. 12 Video Beam. Micrófonos. Amplificación BOSÉ. 12 codecs de streaming.	Todas las unidades académicas de la universidad.
2	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Trípode DOLICA, de fibra de carbono con cabeza giratoria de 60”.	Programa de Artes Plásticas.
4	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Videoprojector video beam EPSON powerlite x-29+ 3000 lumens 3LCD.	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Cámara digital LUMIX de 12.1 megapíxeles, zoom óptico de 18x, estabilizador óptico de imagen, sistema de detección de rostros	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Cámara fotográfica NIKON modelo D-90 con resolución ccd, 12.9 mega píxeles, serie 3246375, lente 18-105 mm serie 36196248.	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Grabadora periodista ICDUX512F/SC .	Programa de Artes Plásticas.
2	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Cámara digital SLR T51 18-55 mm negra, incluye: cámara reflex, lente 18-55 mm.	Programa de Artes Plásticas.
2	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Lente zoom EF CANON 75-300 F/4-5.6 (X2)	Programa de Artes Plásticas.

1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Equipo audiovisual kit de iluminación cabeza de flash godox smart 300SDI 900 watts. Incluye: cabezas 3 GODOX 300W, 1 softbox, 1 sombrilla, 3 trípodes luces, disparador remoto.	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Equipo audiovisual exposímetro SEKONIC 758 cine digital master.	Programa de Artes Plásticas.

Fuente: Universidad Industrial de Santander

**Tabla 31. Acceso a redes de información**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
118	Campus principal, biblioteca central, biblioteca Facultad de Salud, bibliotecas sedes regionales. www.uis.edu.co, Biblioteca, Recursos Electrónicos	Bibliotecas digitales (5): Pearson Educación de Colombia, ALFAOMEGA, MCGRAW HILL, CENGAGE y CID (Corporación para Investigaciones Biológicas). Bases de Datos (109): Ciencias básicas, ciencias aplicadas, ciencias de la salud, ciencias sociales y humanas, multidisciplinarias. Normas (4): ICONTEC, IEEE, ASTM, AENOR Revistas en línea. Software Antiplagio	Todas las unidades académicas de la universidad.

**Tabla 32. Medios audiovisuales**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
26	Salas de Videoconferencia Campus principal, Facultad de Salud, sede Guatiguará, sedes regionales (Barrancabermeja, Socorro, Málaga, Barbosa).	28 Video Beam. 10 tableros interactivos. 18 amplificadores de audio. 12 codecs de video conferencia H323.	Todas las unidades académicas de la universidad.
1	Campus principal, edificio CENTIC	Sistema M.C.U. para conexión de 10 codecs H323 y 20 usuarios telefónicos simultáneos.	Todas las unidades académicas de la universidad.
10	Campus principal, edificio CENTIC	Video Beam	Todas las unidades académicas de la universidad.
2	Campus principal, edificio Daniel Casas, 3r piso.	Televisor Smart TV, 3D, LED FHD 120HZ. Pantalla: 40 pulgadas. Resolución de 1.920 x 1.080. Marca SAMSUNG.	Programa de Artes Plásticas.

Fuente: Universidad Industrial de Santander

**Tabla 33. Redes de información propias**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
3	Campus principal, Facultad de Salud, sede Guatiguará, sede Bucarica y sedes regionales (Socorro,	LIBRUIS: Base de datos de recursos digitales de la biblioteca. Intranet UIS: acceso a documentos internos y sistemas de información institucionales. CALUMET: red social para las unidades académicas de la universidad.	Todas las unidades académicas de la universidad.

	Barrancabermeja, Málaga, Barbosa).		
--	------------------------------------	--	--

Fuente: Universidad Industrial de Santander

**Tabla 34. Servicios de comunicaciones externas e internas**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
7	Campus principal, Facultad de Salud, sede Guatiguará, sede Bucarica y sedes regionales (Socorro, Barrancabermeja, Málaga, Barbosa).	<p>Internet: Conexión dedicada, reuso 1:1, 4000 Mbps, 2 ISPs. RENATA: 200 Mbps.</p> <p>LAN: fibra óptica enlaces troncales 10 Gbps, conexión usuarios: 1 Gbps, 7500 salidas de red. Wi-Fi: 630 access points, 15000 usuarios concurrentes</p> <p>Telefonía VoIP: 1850 extensiones IP, 10 E1, 264 líneas directas.</p> <p>EDUROAM: Roaming internacional entre redes de datos de instituciones educativas y de investigación desplegado en 600 access points.</p> <p>STREAMING: 1 servidor para 1000 usuarios externos.</p>	Todas las unidades académicas de la universidad.

Fuente: Universidad Industrial de Santander

### Centro de Tecnologías de Información y Comunicación, CENTIC.

En el centro del campus universitario está ubicado el Centro de Tecnologías de Información y Comunicación, Centic, que se ha diseñado bajo el concepto de edificio inteligente – seguro (circuito cerrado de televisión), automatizado (sistemas de control de activos, control de accesos, detección de incendios, control de iluminación, control de aire acondicionado) y agradable (aire acondicionado, música ambiental, espacios) -con un respaldo 100% de energía eléctrica y red telemática de alta velocidad. Este edificio además de entregarle a la comunidad seguridad y confort, pretende maximizar la creatividad y productividad de sus usuarios.

A continuación, se realiza una descripción de los servicios y recursos que ofrece el CENTIC:

- Portal de reservas y servicios: [https://www.uis.edu.co/recursos\\_centic/](https://www.uis.edu.co/recursos_centic/)
- Lobby de ingreso (2 salas de descanso con acceso a internet Inalámbrico)
- Pantalla de información de asignación de salas e información institucional
- Equipos para la realización de reservas y/o servicios, accediendo al portal del CENTIC se puede gestionar una reserva.
- Recepción principal: ubicación del personal que entrega y recibe las tarjetas de ingreso del edificio y registro de eventos.
- 26 salas de informática distribuidas así: Piso 1 cuenta con 6 (seis) salas, con un total 168 equipos, Piso 2 cuenta con 9 (nueve) salas con un total de 250 computadores y el Piso 3 cuenta con 11(once) salas con un total de 301 computadores, para un gran total de 719 equipos de cómputo.
- 4 recepciones de piso donde se encuentra personal técnico para la atención y soporte a los diferentes usuarios. (Dificultades de acceso, falla en el funcionamiento del software)

- 4 salas escualizables (se pueden armar pequeños grupos de trabajo con los equipos), con disponibilidad de 55 puestos de trabajo o al correr la división se obtienen 2 salas de 27 y 28 equipos respectivamente.
- 1 (una) sala Linux por piso con 27 equipos de cómputo cada una.
- Cada piso cuenta con un hall o sala de descanso con disponibilidad de internet inalámbrico.
- 10 Cabinas multimedios (2do y 3er piso) con televisor y reproductor de DVD, 2 de ellas, ubicadas en el segundo piso, cuentan con computador para estudiantes invidentes (por el momento la usan 4 estudiantes invidentes y 2 con limitación visual) el cual pueden acceder a través del software JAWS (Tiburón) el cual convierte en sonido todo los textos encontrados en Word y le permite ubicarse por medio de indicaciones auditivas dentro del escritorio de Windows o cualquier programa que estén ejecutando.
- Cada piso cuenta con una sala con sistema operativo Linux.
- Pantallas para la presentación de información institucional en cada sala de descanso
- Videoconferencia: Auditorio Alberto Elías Hernández con capacidad para 80 personas 3 pantallas de proyección, tablero digital, sistema de videoconferencia a 3 cámaras
- 3 salas de reuniones, con video beam, sistema de video conferencias.

#### **Equipos audiovisuales:**

- 9 cámaras filmadoras, 9 cámaras fotográficas digitales, 2 pantallas de plasma de 50 pulgadas, 7 video proyectores de 3000 lúmenes, 1 video proyector inalámbrico 2500 lúmenes, 1 video proyector 4000, pantalla lcd de 40 pulgadas, 10 tv de 19 pulgadas, 13 lcd tv de 29 pulgadas, 11 grabadores de dvd, 8 tableros de galerías de exposiciones, 4 telones móviles proyección, 4 tableros de vidrio antirreflejo, 26 mesas móviles, 20 porta pendones, 10 video proyectores, 2 sistemas de vhs a dvd, impresión y captura de información.
- 1 impresora tecnología láser color, 1 impresora tecnología láser monocromática, 1 scanner de alta resolución, 1 plotter de impresión a color, sala Mac 29 equipos i Mac de escritorio, un servidor Mac para de streamen, diseño audiovisual estación de trabajo Mac pro, una tableta digitalizadora. Adicionalmente, el edificio cuenta con los siguientes servicios automatizados y de monitorización:
- Aire acondicionado central, Control de accesos por medio de tarjetas de acceso de aproximación, Sistema contra incendios, Sistema Central de Música Ambiental, Circuito Cerrado de televisión.

**Laboratorios y talleres:** La Universidad cuenta con una amplia variedad de laboratorios para estudiantes de diferentes programas. Los siguientes espacios serán utilizados por los estudiantes de Administración de Empresas culturales y creativas para desarrollar sus habilidades en un entorno práctico:

- Talleres teórico-prácticos, edificio Federico Mamitza Bayer (diseño industrial): Tres aulas (107, 209 y 211), con mobiliario de mesas y butacas para prácticas de dibujo y pintura, con capacidad cada salón de 25 estudiantes.
- Centic: El Centro de Tecnologías de la Información y la Comunicación CENTIC de la UIS es un espacio que está abierto a todos los programas de la universidad, pero hay allí una sala de especial interés para Artes Plásticas, la cual puede ser usada por los estudiantes del programa. La sala MAC que cuenta con 28 computadores con software de Final Cut, cuya herramienta es especial para las asignaturas que tienen que ver con la edición de video arte y fotografía digital.

- Sala de exposiciones Prada Ardila en División Cultural: Esta sala permite funcionar como un laboratorio de exposición para los estudiantes del programa, donde se preparan para asumir la responsabilidad expositiva.
- Laboratorio de Inteligencia Creativa SEMIOSIS LAB - Aula 503: El Laboratorio de Inteligencia Creativa - Semiosis Lab es un espacio que permite fomentar la motivación de los estudiantes por el aprendizaje como una actividad, facilitar un ambiente personalizado y prepararlos para los desafíos del futuro mediante la flexibilidad de sus recursos, es decir de su ambiente y filosofía de trabajo, el estilo y las herramientas utilizadas, logrando de esta forma que los estudiantes participen de espacios creativos, vivan la transdisciplinariedad y los efectos que estas experiencias tienen en los procesos de aprendizaje.
- Laboratorio DE 2D y 3D: Impresora 3D (PGC SmarTech), Plotter corte vinilo (Roland Camm1), Tabla Digitalizadora (CalComp), 15 cámaras fotográficas Referencias EasyShare C142 Kodak, Scanner móvil 3D con estación de remoción 3DCUBE y Impresora 3D con estación de remoción 3DCUBE.
- Laboratorio taller de materiales y procesos cerámicos: Área:77.37m2, 1 Torno de mesa, 3 Hornos, 2 Bancos de trabajo, 2 Taladros, 1 Caladora, 3 Juegos de morteros, 3 Mesones de trabajo, 3 Muflas.
- Plexuslab: laboratorio de innovación en sostenibilidad, cuyo objetivo es crear soluciones innovadoras que respondan a las necesidades de problemáticas actuales.
- Laboratorio de Factores Humanos
- Laboratorio GALEA
- Laboratorio de Higiene Industrial
- Laboratorio de Ingeniería de Calidad
- Talleres del programa de Artes Plásticas que pueden ser utilizados por los estudiantes del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas: Taller de Dibujo, Taller de Escultura, Taller de Serigrafía, Taller de Grabado.
- Cámara de Gesell

**Sitios de Práctica:** La formación académica en el espacio del aula es fundamental para desarrollar habilidades y conocimientos científicos que promueven el fortalecimiento cognitivo de un profesional en formación. Teniendo esto en cuenta, contar con lugares de práctica es esencial para complementar y articular lo aprendido, aplicándolo a contextos reales. La importancia recae, en permitir que la persona en formación conozca de primera mano las dinámicas de trabajo, las demandas del mercado y las necesidades del entorno. En este sentido, los sitios de práctica cobran relevancia como espacio de afianzamiento para fortalecer y complementar la formación de los estudiantes y mejorar su inserción en el mercado laboral por medio de los retos alojados en las actividades académicas de investigación creación. En el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se hace indispensable contar con diferentes espacios que permitan el aprendizaje experiencial durante todos los momentos formativos y en los diferentes ciclos. Es por esto que la integración en primera medida al interior de la Universidad de la dirección cultural, los medios cómo: producción audiovisual, periódicos y publicaciones, las emisoras, el auditorio Luis A. Calvo, ediciones UIS, comunicaciones UIS, Musilab. Así mismo, en la tabla 21 y en la tabla 22 del documento de pertinencia y viabilidad Anexo I, se encuentra la información de alianzas y convenios estratégicos respectivamente, en las cuales se detalla los convenios activos y los requeridos como sitios de práctica.

**Recursos de aprendizaje virtual:** La Universidad cuenta con el aula virtual de aprendizaje Moodle, como escenario institucional de encuentro en línea, para apoyar estrategias didácticas en los



procesos de formación, garantizando, además, el soporte técnico y el talento humano capacitado para atender las propuestas generadas en las unidades académicas. Esta herramienta de aprendizaje en línea que permite a los estudiantes acceder a recursos educativos desarrollados por los profesores de manera interactiva y flexible. En esta plataforma, los estudiantes encontrarán una amplia variedad de recursos de aprendizaje, tales como materiales de lectura, videos, presentaciones, foros de discusión, actividades prácticas y evaluaciones. Además, Moodle facilita la comunicación entre profesores y estudiantes, permitiendo un seguimiento cercano del proceso de enseñanza-aprendizaje y la retroalimentación oportuna sobre el desempeño académico. La plataforma también ofrece espacios para la colaboración y el trabajo en equipo, fomentando el desarrollo de habilidades de comunicación y cooperación. Los recursos de aprendizaje virtual en Moodle se adaptan a las necesidades específicas del programa, brindando a los estudiantes una experiencia educativa enriquecedora y efectiva que promueve la autonomía, la responsabilidad y el compromiso con el aprendizaje a lo largo de su proceso formativo. Por medio del Centro para el desarrollo de la docencia en la UIS-CEDEDUIS, se cuenta con la asesoría para el uso de esta aula virtual aprendizaje como apoyo en el desarrollo de las diferentes actividades académicas<sup>39</sup>.

**Recursos bibliográficos:** El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas cuenta con una amplia variedad de recursos bibliográficos físicos y en línea que enriquecen el proceso de aprendizaje de los estudiantes. En la biblioteca de la universidad, los estudiantes tienen acceso a libros, revistas, artículos académicos y otros materiales impresos relacionados con el campo de estudio. Además, la biblioteca cuenta con una colección digital que ofrece una extensa gama de recursos en línea, incluyendo bases de datos, repositorios de investigación y libros electrónicos. Estos recursos permiten a los estudiantes acceder a información actualizada y relevante para sus estudios, así como realizar investigaciones y trabajos académicos de alta calidad. Además, el programa fomenta el uso de recursos en línea como plataformas de investigación académica, repositorios digitales y revistas científicas, que brindan acceso a estudios y trabajos especializados.

#### **Bases de datos y recursos electrónicos disponibles para los estudiantes del programa**

- Legis Gestión Humana: Base de datos que apoya el conocimiento en las últimas tendencias en liderazgo y gerencia por su contenido especializado en el área de talento humano y desarrollo empresarial, salud ocupacional y seguridad social.  
Se apoya en herramientas como: videos de gerentes en Colombia, calculadoras (salarial y retención en la Fuente), guías y modelos (contratación, selección, salud ocupacional), diccionario de siglas métricas en RRHH y encuesta salarial.
- Emerald Insight: Acceso a colección de algunas revistas con contenido a perpetuidad 2014 a 2019. Abarca disciplinas como ciencia de la Administración, Espíritu Empresarial, Ética Profesional, Contabilidad, Finanzas, Economía, Negocios, Gestión, Estrategia, Operaciones, Logística, Calidad e Ingeniería.
- Taylor & Francis: Colección de revistas con los artículos de alto impacto y visibilidad, publicados por la editorial Taylor & Francis, con enfoque a la investigación científica y cobertura desde 1997. Abarcan las áreas del conocimiento de ciencia, tecnología, humanidades y ciencias sociales
- Virtual Pro: Proporciona información en el ámbito de los procesos industriales a partir de una gran variedad de documentos, que incluye: artículos, manuales, tesis, guías, libros, software, material multimedia, entre otros.
- Legis Comex: Base de Datos con contenido especializado para la gestión de comercio internacional. La información está organizada en 5 secciones: Bases de datos, Inteligencia de

---

<sup>39</sup> El Aula Virtual de Aprendizaje – UIS, está disponible en: <https://tic.uis.edu.co>

Mercados, Distribución física Internacional, Normativa y Herramientas especializadas. Esta herramienta de inteligencia comercial permite analizar la información del comercio exterior que realizan Colombia, Venezuela y México con el resto del mundo.

- Computer Science Database: Informática - artículos de revista, tablas y figuras. Área (s) temática (s): Ciencia y tecnología.
- Telecommunications Database: Telecomunicaciones: artículos de revistas, revistas y boletines. Área(s) temática(s): Ciencia y tecnología. Contiene información (1995 – actualidad)
- Business Source Ultimate: Funciona como un plan de negocios sólido, ya que ofrece una colección inigualable de recursos de texto completo, arbitrados, con información histórica y tendencias actuales en negocios que fomentan el debate sobre futuros desarrollos y cambios en el mundo de los negocios.
- Regional Business News: Amplia cobertura en texto completo de publicaciones de negocios que abarcan todas las áreas metropolitanas y rurales de Estados Unidos.
- ABI/INFORM: Negocios, gestión y comercio: artículos de revistas académicas y comerciales, disertaciones, informes de mercado, informes de la industria, casos de negocios y noticias globales y comerciales. Área(s) temática(s): Economía y negocios. Contiene información (1971 - actualidad)
- ACCOUNTING, TAX Y BANKING: Base de datos contiene publicaciones esenciales para obtener información sobre la industria de servicios financieros, incluidas las tendencias contables, fiscales, bancarias y de la industria. Área (s) temática(s): Economía y negocios. Contiene información (1971 - actualidad)
- ARTS & HUMANITIES DATABASE: Arte, arquitectura, diseño, historia, filosofía, música, literatura, teatro y estudios culturales - artículos de revistas. Área (s) temática (s): Lengua y literatura, Historia, Artes.
- ASIAN & EUROPEAN BUSINESS: Esta base de datos proporciona información pertinente para el estudio de temas de negocios y finanzas en Asia y Europa, incluidas revistas académicas, periódicos, noticias y revistas. Área (s) temática (s): Economía y negocios. Información desde (1971 - actualidad).
- BUSINESS MARKET RESEARCH COLLECTION: Información de la Colección de Investigación de Mercado Empresarial (1986 - actualidad) Esta base de datos contiene estudios de mercado de la empresa, la industria, la economía y la geopolítica de tres fuentes, incluidos los perfiles de la compañía de Hoover, OxResearch de Oxford Analytica e instantáneas. Área (s) temática (s): Economía y negocios.
- EconLit with Full Text: Contiene todos los índices disponibles en EconLit, además del texto completo de algunas publicaciones, incluidas las de la American Economic Association.
- JSTOR: Es una plataforma multidisciplinar, aunque centrada principalmente en las Humanidades y las Ciencias Sociales. Incluye investigaciones y publicaciones de Economía, Historia, Ciencias Políticas, Sociología, Música, entre otras.
- MULTILEGIS: Colección de LEGIS con información normativa actualizada, comentada y vinculada para realizar investigaciones jurídicas, contables y tributarias. Incluye códigos y regímenes actualizables, boletín de noticias jurídicas y contables, líneas jurisprudenciales y arancel electrónico.
- Alexander Street Press: es una editorial de galardonadas colecciones en línea y videos para la investigación académica, la enseñanza y el aprendizaje. El contenido está revisado cuidadosamente por expertos editores. Esta colección integral y multidisciplinaria de video, respalda toda la gama del plan de estudios, desde la antropología hasta la zoología. Incluye una variedad de material de video disponible con relevancia curricular: documentales,

entrevistas, largometrajes, performances, programas de noticias y noticieros y demostraciones.

- V – Lex: Plataforma jurídica internacional, que ofrece toda clase de contenidos: legislación, jurisprudencia, libros y revistas a texto completo, formularios y noticias de más de 140 países, que permite a sus usuarios hacer búsquedas avanzadas y comparar diferentes sistemas legales del mundo. Con acceso a Vincent, el asistente virtual basado en Inteligencia Artificial.
- SpringerLink es una de las principales bases de datos interactivas del mundo en los campos de las ciencias, la técnica, la medicina y la recopilación de archivos en línea. Contenido de títulos de revistas electrónicas del alto impacto en texto completo con cobertura desde 1997 hasta la fecha y algunos títulos de libros electrónicos en todas las áreas científicas desde el año 2005 a la actualidad, con derecho completo y perpetuo de la propiedad de estos libros.
- OXFORD: Colección de revistas con los artículos publicados por la editorial OXFORD, de múltiples disciplinas, revisadas por pares y cobertura desde 1996.
- ProQuest: es un servicio global de publicaciones electrónicas. Se trata de uno de los mayores depósitos de contenidos en línea de todo el mundo y facilita una única plataforma integrada con acceso al texto completo de miles de publicaciones, periódicos, diarios y revistas, además de incluir resúmenes e índices detallados de otros tantos miles de publicaciones adicionales. En esta base de datos usted encontrará publicaciones científicas internacionales en diferentes las áreas del conocimiento. Acceso a texto completo, resúmenes de tesis doctorales, gráficos, traducciones, impresiones, envío de artículos y actualizaciones vía e-mail, entre otras.
- Newswire: Brinda acceso en tiempo real a las noticias más importantes del mundo de Associated Press, United Press International, PR Newswire, Xinhua, CNN Wire y Business Wire de manera continua.
- Science@direct: Más de 2000 títulos de revistas electrónicas con información científica que cubre todas las áreas del conocimiento, publicadas por Elsevier, uno de los principales editores internacionales. Texto completo desde 1995 hasta la fecha.
- Fuente académica plus: Colección de rápido crecimiento que contiene publicaciones académicas provenientes de Latino América, Portugal y España, en áreas temáticas principales, con mayor énfasis en agricultura, biología, economía, historia, leyes, literatura, filosofía, psicología, administración pública, religión y sociología.
- Open dissertations EBSCO: Base de datos de acceso abierto que se creó para ayudar a los investigadores a encontrar disertaciones y tesis históricas y contemporáneas.
- Proquest one: Indiza revistas de renombre mundial en las diferentes áreas del conocimiento, contenidas en 47 bases de datos, además incluye la base de datos de libros Ebook Central y Digital National Security Archive
- Booklist institucional: Solución eficaz y rápida que permite el acceso al material de la Institución, con la posibilidad de compartir apuntes propios, recomendar artículos y videos que faciliten el entendimiento de cualquier tema o curso, en una sola interfaz amigable y familiar al estilo de una red social; lo cual genera comunidad alrededor del contenido y el conocimiento.
- Web Of Science: Servicio en línea de información científica internacional editada por el Institute for Scientific Information (ISI). Facilita el acceso a bases de datos que contienen información referencial sobre investigación multidisciplinaria de alta calidad publicada en revistas científicas líderes mundiales.
- Scopus: Herramienta para estudios bibliométricos y evaluaciones de producción científica, editada por Elsevier. Contiene referencias bibliográficas y citas de revistas científicas que

proporcionan una visión general en la producción mundial de investigación, en los campos de ciencia, tecnología, ingeniería, medicina, ciencias sociales y humanidades.

- E-books 7-24: Biblioteca digital que ofrece libros ampliamente utilizados como apoyo a los procesos de enseñanza y aprendizaje en programas de ingeniería, ciencias básicas, ciencias económico-administrativas, ciencias sociales y ciencias de la salud. Contiene títulos de las editoriales más usadas en Colombia, como MCGRAWHILL, PEARSON, CENGAGE, CIB - Corporación para Investigaciones Biológicas, EDICIONES DE LA U, MACRO, ECOE EDICIONES, EDITORIAL BRUJAR, DIAZ DE SANTOS, LEGIS y otras que pueden ser consultados de forma virtual, en español y texto completo.
- Digitalia: FBase de datos de libros y revistas electrónicas de excelentes editoriales de España y Latinoamérica. Contenidos enfocados a fortalecer las áreas de ciencias sociales y humanas, ciencias políticas, filosofía, cultura, antropología, historia, sociología, educación, como también ingeniería, tecnología y medicina, entre otras.
- Odilo: Plataforma Digital que cuenta con más de 50.000 títulos en diferentes formatos de consulta (eBooks, audiolibros, videos, píldoras educativas) distintas editoriales a nivel mundial para los diversos gustos y necesidades lectoras.
- HARVARD BUSINESS eBooks EBSCO: Colección de Harvard Business Review Press incluye el catálogo completo de más de 600 libros electrónicos de este editor. Aquí pueden encontrar libros relacionados con: innovación, liderazgo, administración, estrategia, tecnología, entre otros.
- Biblio Technia: Plataforma de libros electrónicos en español y de contenido multidisciplinar, que abarca áreas como ciencias sociales, derecho, educación, ciencias administrativas y economía de diversos editores producidos especialmente para ambientes académicos. Se recomienda el registro con correo institucional para acceder a sus propias colecciones y a herramientas de lectura en línea como subrayado, inserción y revisión de comentarios.
- ICONTEC: Actualmente, se encuentran suscritas la totalidad de las Normas Técnicas Colombianas para los diferentes sectores. Nota: CONSULTA EN LÍNEA, es decir no se necesita descarga alguna.

## **9.2 ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR QUE LOS MEDIOS EDUCATIVOS ATENDERÁN LAS BARRERAS DE ACCESO Y LAS PARTICULARIDADES DE LAS PERSONAS QUE REQUIERAN DE AJUSTES RAZONABLES, DE ACUERDO CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE.**

La Universidad Industrial de Santander tiene una Política de educación inclusiva que fue aprobada mediante el Acuerdo No. 32 del Consejo Superior en julio de 2019. Esta política abarca varias dimensiones, incluida la dimensión espacial en la que se establecen disposiciones específicas como lo son:

Artículo 12: La Universidad Industrial de Santander promoverá espacios físicos inclusivos, que son áreas arquitectónicas diseñadas para la integración segura de las personas con su entorno social y físico. Estos espacios incluirán escenarios deportivos, culturales, cafeterías, plazoletas, senderos, parqueaderos, baterías sanitarias, vías internas y transporte vehicular, entre otros. La adecuación de obras existentes o futuras se realizará en coordinación con los planes maestros de infraestructura para eliminar barreras físicas y garantizar la accesibilidad de personas con movilidad reducida, temporal o permanente, así como aquellas con capacidad de orientación disminuida. Esto se hará siguiendo el decreto 1538 de 2005 y otras normas técnicas colombianas aplicables. La Universidad considerará de manera integral la accesibilidad al ejecutar proyectos de infraestructura.

El Artículo 13 se refiere a los espacios académicos inclusivos, los cuales engloban las diferentes áreas dentro del campus principal y las sedes regionales. Estos espacios cumplen un papel fundamental en el respaldo de las prácticas didácticas, metodológicas y pedagógicas. Algunos ejemplos de estos espacios son la biblioteca, la hemeroteca, los centros de estudios, las aulas de clase, los auditorios y los laboratorios.

El Artículo 14 trata sobre los espacios informáticos inclusivos, los cuales engloban los lugares donde se lleva a cabo la generación, recepción e interacción con las tecnologías de la información y las comunicaciones. Estas tecnologías buscan acercar y complementar los procesos educativos tanto en la enseñanza como en el aprendizaje. Algunos ejemplos de estos espacios son el Centro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Centic), aulas virtuales de aprendizaje, software especializado, audiolibros, traductores de señas, impresoras braille, medios audiovisuales, sistemas de subtítulo automático, magnificadores de imagen, lectores de pantalla, audífonos, micrófonos, entre otros.

Para garantizar que los medios educativos del programa de manera particular atiendan las barreras de acceso y las particularidades de las personas, se implementarán las siguientes estrategias:

- Comunicación y sensibilización: Se promoverá una cultura de inclusión en el programa, sensibilizando a toda la comunidad académica sobre la importancia de atender las necesidades individuales de los estudiantes y promoviendo el respeto por la diversidad.
- Textos alternativos al interior de la bibliografía de las actividades académicas: Proporcionar versiones de los materiales en formatos accesibles, como archivos PDF con texto seleccionable o versiones en formato de audio, para que los estudiantes con discapacidades visuales o dificultades de lectura puedan acceder a la información.
- Subtítulos en el material audiovisual: propender que los videos utilizados en los medios educativos tengan subtítulos para que los estudiantes con dificultades auditivas puedan seguir el contenido.
- Letra legible: utilizar tipografías claras y legibles en los documentos y presentaciones para facilitar la lectura y evitar dificultades para estudiantes con dislexia o problemas de visión.
- Comunicación abierta: estar en constante comunicación con los estudiantes para conocer sus necesidades y requerimientos particulares, y ajustar los medios educativos en consecuencia.
- Recursos de apoyo: El programa proporciona recursos de apoyo adicionales, como tutorías académicas o materiales de estudio complementarios, para aquellos estudiantes que puedan requerir una atención especial.

### **9.3 ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN Y APROPIACIÓN DE LOS MEDIOS EDUCATIVOS PARA LOS ESTUDIANTES Y PROFESORES QUE ESTÉN ADSCRITOS AL PROGRAMA**

Para el fortalecimiento de competencias en estudiantes y profesores para la utilización de tecnologías existentes y proyectadas, la Universidad Industrial de Santander cuenta con una Política de apoyo a la formación mediante Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), aprobada mediante Acuerdo No 277 de 2011 del Consejo Académico, en la que se asigna a CEDEDUIS como dependencia encargada de garantizar el soporte técnico y la capacitación del talento humano

para el uso de estrategias didácticas que requieren el uso de las TIC en el proceso de formación de los profesores de la Universidad.

En este contexto, tanto los profesores de planta como los profesores cátedra participan de manera constante en cursos de capacitación ofrecidos por CEDEDUIS, estas capacitaciones respaldan la mejora continua de los procesos pedagógicos al fomentar, promover, fortalecer y ejecutar programas de formación docente. Adicionalmente, la Vicerrectoría Académica ha desarrollado el Portafolio TIC, en el cual tanto profesores como estudiantes pueden participar en distintas iniciativas que buscan mejorar y transformar las estrategias pedagógicas dentro de las aulas de clase. Algunas de estas iniciativas son Innova-TIC, Gradua-TIC, Aula-TIC y Estu-Aula, y tienen como objetivo lograr una mayor visibilidad y reconocimiento de las herramientas TIC que apoyan las prácticas educativas en la Universidad.

Además, la universidad ha desarrollado un conjunto de Convocatorias TIC dirigidas a los estudiantes. Estas convocatorias se fundamentan en principios que promueven el uso adecuado y la apropiación efectiva de las tecnologías como herramientas de apoyo para enriquecer los procesos de enseñanza - aprendizaje y evaluación. En línea con esto, la universidad ha establecido aulas híbridas equipadas con avanzada tecnología para permitir la participación remota de los estudiantes en las clases. La implementación de estas aulas incluyó la adquisición de equipos de alta calidad, como pantallas de larga duración con brillos especiales, barras de sonido con micrófonos integrados para capturar el audio del profesor desde distintos ángulos y cámaras de alta sensibilidad con resolución 4K. Además, la unidad de formación de la biblioteca de la universidad brinda cursos y asesorías para fortalecer las competencias de estudiantes y profesores en el uso de tecnologías existentes y futuras, abarcando diversos temas como:

- Conocimiento y uso de bases de datos y recursos electrónicos.
- Estrategias de búsqueda y recuperación de información.
- Herramientas bibliométricas para investigación (Scopus/Web Of Science).
- Uso ético de la información e integridad académica (Turnitin).

#### **9.4 PLAN DE MANTENIMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y REPOSICIÓN DE LOS MEDIOS EDUCATIVOS**

En la Universidad Industrial de Santander (UIS), la responsabilidad de planificar y ejecutar los planes de mantenimiento, actualización y reposición de los recursos educativos utilizados por los programas académicos no recae directamente en las escuelas o departamentos que los dirigen y administran. En cambio, estas actividades se llevan a cabo de manera colaborativa entre cada Unidad Académico Administrativa (UAA) y la administración central de la Universidad, considerando los recursos financieros disponibles, la estructura organizacional y los procesos establecidos para estos propósitos.

Para garantizar el cumplimiento de las normativas institucionales y nacionales aplicables, los recursos financieros se programan a través de un presupuesto general anual. Este presupuesto incluye estimaciones de los ingresos provenientes de diversas fuentes y la asignación de recursos para cubrir los gastos de funcionamiento e inversión de todas las unidades académicas y administrativas de la Universidad.

En relación a la estructura organizacional, es relevante mencionar que la Vicerrectoría Administrativa de la Universidad cuenta con dos dependencias vinculadas: la División de

Mantenimiento Tecnológico y la División de Planta Física. Ambas áreas disponen de personal, instalaciones y recursos logísticos necesarios para atender las tareas de mantenimiento y actualización de los medios educativos. Estas acciones se llevan a cabo de acuerdo con las solicitudes y necesidades de las diferentes escuelas, las cuales son gestionadas a través de un sistema de información interno, especialmente diseñado para recibir, organizar y resolver los requerimientos.

En cada vigencia presupuestal anual, se asignan las partidas necesarias para el funcionamiento óptimo de estas dependencias.

Tanto la División de Mantenimiento Tecnológico como la División de Planta Física, al igual que otras unidades académico-administrativas (UAA) en la Universidad, elaboran y presentan anualmente un plan de gestión. Este plan incluye los compromisos de mantenimiento preventivo diseñados previamente, así como la atención a las solicitudes de mantenimiento correctivo que surgen a lo largo del año en las diferentes dependencias de la institución.

Es importante destacar que el enfoque de mantenimiento empleado por la UIS es continuo y no se basa en planes periódicos de largo plazo, como por ejemplo, cada siete años. Esto asegura que los recursos necesarios estén disponibles para mantener el adecuado funcionamiento de los equipos e instalaciones que respaldan los diversos programas académicos.

En lo que respecta a la actualización y reposición de los medios educativos, la Universidad sigue un proceso diferenciado del utilizado para el mantenimiento. Este proceso se basa en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión (BPPI), una herramienta de planificación institucional. A través del BPPI, las diferentes unidades académicas y administrativas gestionan recursos de inversión institucional para la actualización o reposición de equipos de laboratorio, computadoras y otros proyectos de infraestructura física de mayor envergadura. Los proyectos seleccionados, tras un riguroso proceso de revisión y viabilidad técnica, son presentados al Consejo Superior de la Universidad, que aprueba y asigna los recursos para su ejecución, siguiendo las normas internas de gestión de proyectos de inversión.

Por último, los proyectos financiados por diversos organismos nacionales constituyen otra fuente de recursos para la inversión destinada a la actualización y reposición de medios educativos, especialmente equipos de laboratorio y computadoras. Una vez que estos proyectos culminan, los equipos adquiridos se destinan como apoyo a los centros de investigación donde los estudiantes participan activamente.

## 10. INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA

La Universidad Industrial de Santander cuenta con una amplia y moderna infraestructura que brinda un entorno favorable para el desarrollo de sus funciones y el bienestar de toda su comunidad. En el área metropolitana de Bucaramanga, se encuentra el campus central, la Facultad de Salud, UIS-Bucarica, UIS-Guatiguará y UIS-Floridablanca. Además, la Universidad cuenta con sedes regionales ubicadas estratégicamente en los municipios de Barbosa, Málaga, Socorro y Barrancabermeja. Esta infraestructura diversa y distribuida permite que la Universidad esté presente en diferentes regiones y se enfoque en atender las necesidades educativas de diversas comunidades.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas de la Universidad cuenta con una moderna infraestructura física y tecnológica que respalda el desarrollo de una formación académica de calidad. El enfoque pedagógico se enmarca en una modalidad presencial, enriquecida con elementos de aprendizaje en línea que promueven la interacción, la innovación y la creatividad. La infraestructura física incluye aulas equipadas con tecnología audiovisual, laboratorios, espacios para el fomento de la cultura y la creatividad, así como bibliotecas con un amplio acervo de recursos bibliográficos tanto físicos como en línea. Adicionalmente, se cuenta con plataformas educativas como Moodle y otros recursos digitales que facilitan el acceso a contenidos académicos, la interacción con docentes y estudiantes, y el desarrollo de actividades prácticas. De esta manera, se garantiza un ambiente propicio para la formación integral de los estudiantes y la conexión con el entorno social, productivo y cultural, en coherencia con los lineamientos establecidos por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia.

### 10.1 INFRAESTRUCTURA FÍSICA DISPONIBLE PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA

El área total construida en el campus central es de 114.647,7 m<sup>2</sup>, distribuidos de la siguiente así: 15.913,9 m<sup>2</sup> de aulas, 31.008,3 m<sup>2</sup> como área destinada a actividades académicas de docencia, investigación y extensión (talleres, auditorios, bibliotecas, sitios de práctica, salas de cómputo y oficinas), 44.295,9 m<sup>2</sup> destinados a actividades deportivas, 1.300,4 m<sup>2</sup> destinados actividades de recreación y 12.860 m<sup>2</sup> destinados a laboratorios. La sede UIS-Guatiguará, cuenta con 9.393,8 m<sup>2</sup> de área construida, 1.690,6 m<sup>2</sup> destinados para actividades académicas, 600 m<sup>2</sup> destinados para áreas deportivas, 385,1 m<sup>2</sup> de aulas y 5.995,6 m<sup>2</sup> de área de laboratorios.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos se desarrollará principalmente en el Campus Floridablanca, aunque tanto estudiantes como profesores también utilizarán espacios del Campus central para ciertas actividades especialmente las relacionadas con el desarrollo de las horas teórico – prácticas que incluyen espacios de diseño industrial, música y artes plásticas. Además, la sede de la Escuela de Economía y Administración se encuentra en este mismo Campus.

La sede Floridablanca es una infraestructura donde se encontrará la comunidad académica del programa la mayor parte del tiempo es una sede completa y funcional que proporciona un ambiente propicio para el desarrollo de las actividades académicas y la interacción entre estudiantes y profesores.

**Tabla 35. Infraestructura Física**

Nombre del edificio	Ubicación	Descripción del espacio físico	Tipo de uso de la edificación por el programa		
			Actividades de enseñanza aprendizaje	Actividades administrativas y de funcionamiento	Actividades de bienestar



Nombre del edificio	Ubicación	Descripción del espacio físico	Tipo de uso de la edificación por el programa		
			Actividades de enseñanza aprendizaje	Actividades administrativas y de funcionamiento	Actividades de bienestar
Sede UIS Floridablanca	Floridablanca	En Floridablanca se construyó una edificación de 14 mil metros cuadrados, que cuenta con 27 aulas de clase, 3 salas de informática, 9 laboratorios, 1 cafetería, 1 auditorio con capacidad para 126 personas y una 1 biblioteca con acceso independiente para facilitar el ingreso de la comunidad local.	X	X	X
Edificio de Ciencias Humanas	Bucaramanga	Cuenta con la disponibilidad de los siguientes espacios: Auditorio Ágora, auditorio menor, 37 aulas para clases, 2 aulas de clase de posgrado, 2 laboratorios multimediales para la enseñanza de lenguas extranjeras, 1 Sala de Audiencias Públicas para prácticas del sistema penal acusatorio, 1 Centro de Documentación especializado en enseñanza de español, literatura y lengua extranjera, 1 Museo de Arqueología, 86 Oficinas para profesores de planta, 5 Oficinas de Postgrado, 4 Salas para los grupos de investigación, 1 Cafetería, 1 Oficina para la Dirección del Centro de Documentación e Investigación Histórica Regional – CEDIHR, 1 Observatorio del Centro Halley de Astronomía y Ciencias Aeroespaciales. Una oficina y una sala de reuniones para el Centro de Investigaciones en Cultura y Sociedad – CICS.	X	X	X

Nombre del edificio	Ubicación	Descripción del espacio físico	Tipo de uso de la edificación por el programa		
			Actividades de enseñanza aprendizaje	Actividades administrativas y de funcionamiento	Actividades de bienestar
Auditorios y Salas	Bucaramanga	Auditorio Luis A Calvo a cargo de la dirección cultural, cuenta con 2.619 m <sup>2</sup> y una capacidad para 950 personas, Teatro al aire libre José Antonio Galán a cargo de la dirección cultural, Sala de reflexión a cargo de bienestar estudiantil, cuenta con 127 m <sup>2</sup> y una capacidad para 80 personas, Salón de Mejoramiento Continuo a cargo de ingeniería industrial, cuenta con 92 m <sup>2</sup> y una capacidad de 35 personas, Salón Emprendedores a cargo de ingeniería industrial cuenta con 130 m <sup>2</sup> y una capacidad de 40 personas, Aula Especial 215 a cargo de ingeniería industrial, cuenta con 73 m <sup>2</sup> y una capacidad para 40 personas, Salón Empresarial a cargo de ingeniería industrial, cuenta con 73,5 m <sup>2</sup> y una capacidad para 40 personas, Auditorio Enrique Dacarett cuenta con 200,6 m <sup>2</sup> y una capacidad para 100 personas, Sala De Conferencias a cargo de la biblioteca, cuenta con 160 m <sup>2</sup> y una capacidad para 80 personas, Sala de conferencias Alberto Elías Hernández, a cargo de CENTIC, División de Servicios de Información, cuenta con 182 m <sup>2</sup> y capacidad para 84 personas, Auditorio Menor, a cargo de la Escuela de Artes y Música cuenta con 100 m <sup>2</sup> y una capacidad para 70 personas, Teatrino cubierto Edificio Logística, a cargo de la división de planta física, cuenta con 70 m <sup>2</sup> y una capacidad para 198 personas.	X	X	X
Biblioteca	Bucaramanga	Se cuenta con Librería, Salas de lectura, Entrega y recepción de libros, Fotocopiadora, Salas de computo, cubículos de estudio, salas de conferencia y videoteca. Cuenta con un área total de 3185,81 m <sup>2</sup> .	X		X
Cafeterías	Bucaramanga	Cuentan con un total de 590,88 m <sup>2</sup> , las cuales prestan sus servicios a toda la comunidad universitaria en distintos sectores del Campus.			X

Nombre del edificio	Ubicación	Descripción del espacio físico	Tipo de uso de la edificación por el programa		
			Actividades de enseñanza aprendizaje	Actividades administrativas y de funcionamiento	Actividades de bienestar
Estadio 1º. de Marzo	Bucaramanga	Cancha en gramilla, y jardines. Medidas reglamentarias para partidos de fútbol			X
Pista Atlética	Bucaramanga	Pista en sintético, tipo asfalto, con su zona de salto largo, 7 carriles, y un carril adicional externo denominado pista finlandesa.			X
Cancha de Fútbol	Bucaramanga	Cancha en tierra, ubicada en el costado sur.			X
Diamante de Béisbol	Bucaramanga	Cancha en pasto, con medidas reglamentarias, además se desarrolla la disciplina del Softbol			X
Cancha de Voleibol Arena	Bucaramanga	Cumple con las especificaciones para realizar partidos de Liga, su piso es en arena.			X
Cancha de Voleibol Piso	Bucaramanga	Cumple con las especificaciones para realizar partidos, su piso es en cemento, y maquillado con pintura.			X
Cancha de Fútbol Sala	Bucaramanga	Cumple con las especificaciones para realizar partidos de Liga. Su piso es en cemento.			X
Canchas múltiples (3)	Bucaramanga	Se desarrollan las disciplinas de Baloncesto, microfútbol, su piso es en cemento, y maquilladas con pintura antideslizante.			X
Gimnasio al Aire Libre	Bucaramanga	Se encuentra ubicado en el costado norte del Estadio 1º. de Marzo. Hay barras fijas, escaños en cemento para hacer abdominales. Y aparatos rústicos para realizar levantamientos.			X
Coliseo cubierto	Bucaramanga	Capacidad para 1.400 personas sentadas, se desarrollan las disciplinas de Baloncesto, Voleibol, Fútbol Sala. Un piso en sintético importado, y todos sus elementos son de primera calidad. Tienen las medidas mínimas para realizar partidos de Federación.			X

Nombre del edificio	Ubicación	Descripción del espacio físico	Tipo de uso de la edificación por el programa		
			Actividades de enseñanza aprendizaje	Actividades administrativas y de funcionamiento	Actividades de bienestar
Sala anexa al coliseo	Bucaramanga	Tiene aparatos para realizar tareas propias de la actividad cardiovascular, 20 Spinning, 20 ciclas estáticas, 10 elípticas, 5 caminadores, 2 multifuerzas, 1, hacka, 3 press bancos, 30 colchonetas, 4 bodegas, barras Olímpicas, discos de 20, 50 kilos, juegos de mancuernas. Etc. Además, allí se desarrollan las actividades académicas de contexto como Gimnasia Estética, Gimnasia Formativa, Taekwondo, Karate Do, Tenis de Mesa, un Muro de Escalada.			X

Fuente: Universidad Industrial de Santander.

Cabe destacar que la Universidad fomenta el desarrollo físico e integral de los estudiantes, por ende, el campus central de la UIS cuenta con modernos escenarios deportivos en excelentes condiciones, lo que se convierte en un gran activo para el desarrollo de los programas académicos al igual que las zonas verdes y complementarias que suman un total de 99,004 m<sup>2</sup>. Estos recursos se emplean para llevar a cabo actividades académicas relacionadas con Cultura Física, Contexto y Deportes, así como para ofrecer opciones de selección a todos los estudiantes de la Universidad. La disponibilidad y calidad de estas instalaciones deportivas contribuyen significativamente al bienestar y formación integral de la comunidad estudiantil y se encuentran relacionadas en la tabla 35.

La administración de los espacios mencionados se realiza de forma centralizada a través del Decanato de la Facultad de Ciencias Humanas, que gestiona su préstamo durante el semestre y planifica el uso de las aulas al inicio de cada periodo académico según las necesidades de las escuelas. En caso de que los espacios estén saturados, se recurre a la Dirección de Admisiones para obtener aulas en otros edificios del campus. El Consejo de Facultad se encarga de analizar las solicitudes de adjudicación de oficinas en el edificio, proporcionando una evaluación adecuada ante la ejecución de nuevos proyectos o la creación de grupos adicionales.

Es relevante mencionar que, en el proceso de modernización de la infraestructura física de la Universidad en el campus central, se iniciaron las obras para la construcción de un nuevo edificio para la Facultad de Ciencias Humanas. Este edificio, con sótano y nueve pisos, brindará un área total de 12.026,79 metros cuadrados, favoreciendo el desarrollo de las actividades misionales, el crecimiento de los programas ofrecidos y la creación de nuevos programas.

En consecuencia, se dispone de los recursos necesarios para mantener la Escuela de Economía y Administración y sus programas, por lo que no es necesario planificar la adquisición, construcción o préstamo de nuevos espacios de aprendizaje, ya sean físicos o virtuales. La infraestructura actual de la sede central, junto con la de Floridablanca y el nuevo edificio en construcción aseguran una óptima capacidad para atender las necesidades educativas y garantizar un ambiente propicio para el desarrollo académico.

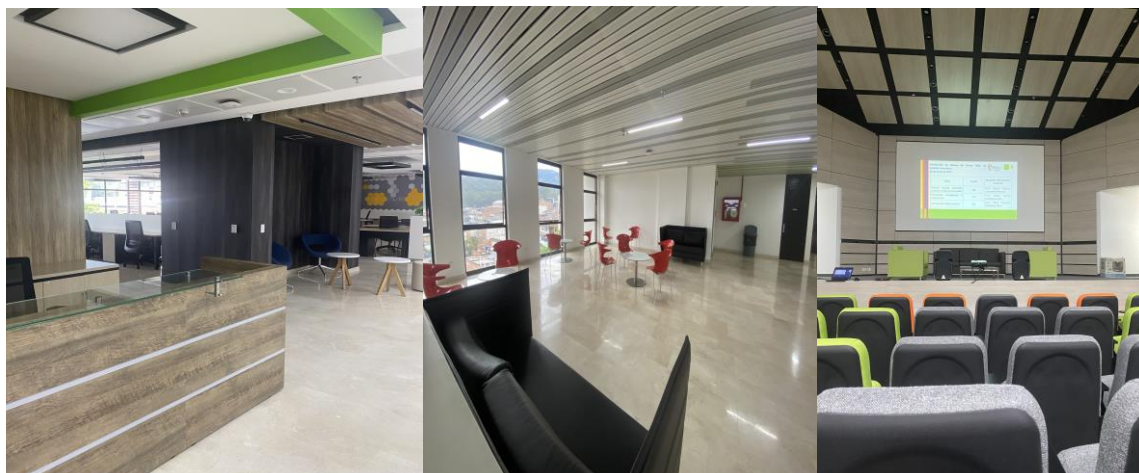
Con el fin de describir los espacios físicos al detalle de la sede Floridablanca, se ha dispuesto la tabla 36:

**Tabla 36. Espacios Físicos Sede Floridablanca**

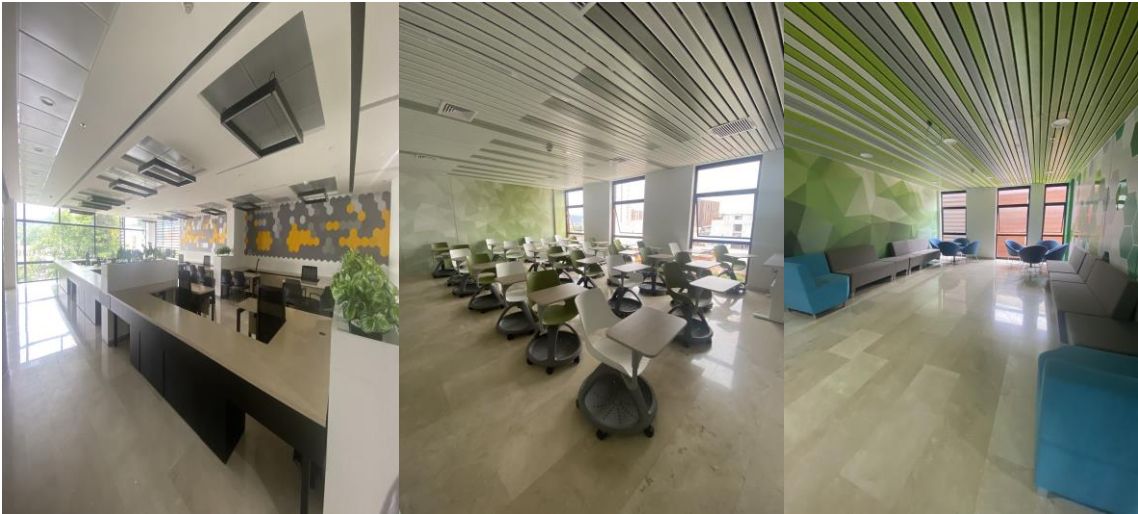
Clasificación	Cantidad	Capacidad (#)
Aulas convencionales	27	864
Salas colectivas	4	54
Aulas de cómputo	3	48
Laboratorios	9	184
Área administrativa – Docentes	4	56
Área administrativa - Coordinación y soporte	1	13
Área administrativa - Bienestar Estudiantil	1	6
Biblioteca	1	176
Auditorio	1	126
Centro de estudios	1	32
Gimnasio	1	40
Cafetería	1	100

Fuente: Universidad Industrial de Santander

Las siguientes son imágenes de la infraestructura física de la sede de la Universidad Industrial de Santander en el municipio de Floridablanca:







## 10.2 INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA DISPONIBLE

La Universidad Industrial de Santander cuenta con una red de datos LAN institucional como su principal soporte para las actividades misionales. Esta red está diseñada con una topología en tres capas (CORE, DISTRIBUCIÓN, ACCESO), lo que garantiza escalabilidad y un rendimiento óptimo. Los switches CORE y DISTRIBUCIÓN se conectan mediante enlaces de fibra óptica, al igual que los switches de ACCESO en cada edificio de los campus y sedes. Estos switches de ACCESO permiten la conexión de computadoras, puntos de acceso y equipos de telefonía IP.

Actualmente, la red LAN institucional cubre aproximadamente 7500 computadoras para profesores, estudiantes y empleados, más de 300 switches, 693 puntos de acceso, más de 1500 extensiones telefónicas, 70 servidores y más de 7500 puntos de red cableados. Para garantizar la seguridad de la red, se han implementado equipos dedicados para controlar y mitigar vulnerabilidades, como firewalls, soluciones IPS y anti-spam, además de herramientas de monitoreo para detectar y responder a fallas de manera oportuna.

Esta infraestructura de red abarca tanto las sedes metropolitanas de la universidad (campus central, Facultad de Salud, Bucarica, Guatigará, Floridablanca) como sus sedes regionales (Barrancabermeja, Socorro, Málaga y Barbosa). La red LAN institucional brinda a la comunidad universitaria un acceso rápido y eficiente a todos los servicios, incluyendo correo electrónico, navegación web y aplicaciones informáticas de misión crítica.

**Canal de internet:** La Universidad Industrial de Santander dispone de dos enlaces dedicados a Internet, contratados con proveedores diferentes, que operan con protocolos de balanceo de carga. Esto permite a los usuarios de la comunidad universitaria disfrutar de un único enlace de conexión a Internet con una velocidad agregada de 5000 Gbps.

**Infraestructura de Servicios de Misión Crítica:** La Universidad Industrial de Santander opera sus aplicaciones críticas, diseñadas e implementadas por el personal de la División de Servicios de Información (DSI), a través de equipos servidores redundantes de alto rendimiento y capacidad. Estos servidores están alojados en data centers ubicados en diferentes sitios geográficos y son administrados por el personal de la DSI.

La institución dispone de sistemas de información para gestionar los procesos académicos y administrativos, los cuales han sido desarrollados siguiendo rigurosos estándares tecnológicos. El equipo de profesionales de la División de Servicios de Información se esfuerza por proporcionar soluciones informáticas seguras, estables y escalables para facilitar su uso y operación por parte de los usuarios.

Algunos de los sistemas de información disponibles en la universidad se encuentran en la tabla 37 y serán de soporte para el programa en temas tanto administrativos como financieros:

**Tabla 37. Sistemas de Información Disponibles en la Universidad**

N°	Nombre	Descripción
I	Gestión del Talento Humano	Sistema de Información que permite mantener para el personal vinculado a la Institución, el registro histórico en línea de información referente a la hoja de vida, manejo de personal, información de pagos, información de actividad docente y programas de desarrollo con base en el cual permite realizar procesos como vacaciones colectivas, evaluación de desempeño y docente, procesos de liquidación y proyección de pagos, de dotación de personal y trámites de

N°	Nombre	Descripción
		solicitudes de personal.
2	Académico	Sistema que permite la administración y ejecución de los procesos académicos de la Universidad en todas sus modalidades y seccionales. Estudiantes web, Admisiones, Matrículas, Registro de notas para docentes, Detección de estudiantes en riesgo, Solicitudes Académicas, Trabajos de Grado, Ser pilo paga, Certificados Académicos y validación de los mismos por entidades externas, Integración plataforma Moodle, Sedes regionales
3	Financiero	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las transacciones que integran el movimiento de ingresos y gastos, generando los reportes requeridos por las entidades de control, usuarios internos de la institución, proveedores y clientes externos.
4	Bienestar Estudiantil	Sistema de información soporte de los diferentes servicios ofrecidos por Bienestar Estudiantil: minutas de comedores y cafetería, manejo de ventas de servicios de cafetería, beneficios que ofrece la Universidad a los estudiantes, servicio de comedores estudiantiles y combos saludables.
5	Sistema Integrado de Salud de Bienestar Universitario - SIMSIS	Sistema de información para el registro de historias clínicas de las diferentes especialidades (médicas, odontológicas, trabajo social, programas preventivos), seguimiento y control de tratamientos, consultas e informes. Administración de agendas de los profesionales en salud. Reportes y estadísticas. Test Psicosociales a los estudiantes.
6	Sistema de apoyo a la excelencia académica	Registro y gestión de los diferentes programas que sirven de apoyo académico a los estudiantes, coordinados por la Vicerrectoría Académica (PAMRA, ASAE, MIDAS, FPC, etc.)
7	SIVIE	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las solicitudes que hacen los investigadores sobre los proyectos asociados a la Vicerrectoría de Investigación, generando los contratos que afectan la ejecución del sistema financiero.
8	Gestión de Solicitudes	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las solicitudes que hacen los usuarios a las diferentes dependencias de la Universidad que hacen uso del mismo.
9	CIARP	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las solicitudes que hacen los docentes para su reconocimiento de la producción intelectual.
10	SIOCID	Sistema de información soporte de los procesos disciplinarios que se llevan para personal de planta y para estudiantes de la Universidad Industrial de Santander
11	SIMANRED	Sistema de información para la administración de la red de datos institucional, el cual asocia: planta física, centros de cableado, salidas de telecomunicaciones, equipos conectados a la red, direcciones IP asociadas, entre otros.
12	PQRS	Sistema de información que le permite a la comunidad en general registrar sus quejas, preguntas, reclamos o sugerencias hacia la Universidad Industrial de Santander; así como hacer su seguimiento, realizar todo el trámite para resolver las inquietudes y consultar su respuesta.
13	Elecciones	Permite la realización del proceso votación en forma electrónica, registrando la información del voto y del votante en forma independiente para garantizar la confidencialidad del mismo. Permite registrar los procesos a realizar por los jefes de las unidades responsables de los mismos, especificando el detalle de la población autorizada: docentes planta, docentes cátedra, administrativos, estudiantes. Permite la realización del escrutinio de los procesos luego del cierre de la votación. Permite la activación de votantes cuando los procesos son con coordinadores de votación, realiza el control de IPs autorizadas y permite la reapertura de procesos cuando la duración es de más de un día. Soporta el



N°	Nombre	Descripción
		proceso de Consulta de opinión para la elección de Rector, generando el resultado del Factor de Opinión del proceso completo
14	Planta Física	Permite tramitar solicitudes de servicio, de autorización de salida de elementos de inventario a cargo de personal vinculado y de autorización de ingreso de personal en horario adicional de las diferentes UAA. Permite el registro de ingreso y salida de visitantes en la portería visitantes. Permite el monitoreo y seguimiento de las solicitudes registradas en el sistema. Permite el registro de novedades de minutas de supervisores de vigilancia. Y adicionalmente en las sedes permite el trámite de solicitudes de préstamos de lugares para realización de eventos.
15	SNIES	Permite realizar el cargue de la información correspondiente a cada período académico en las estructuras implementadas en la plataforma de SNIES central implementado por el MEN.
16	Entrega de cargos directivos	Permite la generación de los reportes básicos de la gestión de un cargo de planta como apoyo a la realización del informe que debe presentar el personal directivo de las unidades Académico-Administrativas en el momento de hacer entrega del cargo y el registro del recibido de los informes generados por el sistema. También se registra la entrega de informes manuales que realizan los directivos para permitir el control de los informes pendientes
17	Mantenimiento Tecnológico	Sistema de información que soporta los servicios ofrecidos por la División de Mantenimiento Tecnológico. Permite al administrador del sistema, la reasignación de una solicitud de servicio, es decir, permite cambiar el técnico asociado a una tarea. Cada técnico tiene una especialidad específica. Almacena la información asociada con los costos ocasionados por una solicitud de servicio. Permite la programación automática del mantenimiento preventivo de los equipos.
18	Recurso Centic	Sistema que permite a la comunidad estudiantil y docente de la Universidad, realizar reservas de salas o equipos de cómputo del CENTIC.
19	Recurso ECAES	Este sistema de información permite el recaudo y posterior consignación de los dineros que pagan los estudiantes para su inscripción en las pruebas SABERPRO realizadas por el ICFES a los posibles graduandos de Pregrado de la UIS, así como el control y registro de la inscripción.
20	Costos Universitarios	Este sistema permite estudiar y determinar los componentes básicos de los costos asociados con la actividad académica, con el fin de proporcionar información objetiva, oportuna y confiable.
21	Programa de Gestión	Sistema encargado de manejar los proyectos que desarrollan los Jefes de Unidades Académico Administrativas en su gestión anual, permitiendo hacer seguimiento, registro de la ejecución y evaluación de dichos proyectos.
22	Veeduría Ciudadana	Sistema de información que permite la consulta de los pagos y contratos a proveedores por razón social, por tipo de proveedor, por número de contrato o por número de factura.
23	SECAD	El SECAD es un sistema de indicadores que evalúan los procesos y los logros en los ejes misionales de formación, investigación y extensión. Ofrece a cada integrante de la Comunidad UIS una visión precisa, objetiva y actual sobre los diferentes aspectos que configuran el quehacer académico de la Universidad
24	Oficina Jurídica	Sistema de información soporte de los diferentes procesos jurídicos que adelanta la universidad.
25	Banco de Proyectos	Este Sistema es la herramienta para formular programas y proyectos de inversión siguiendo la metodología tipo A para formulación de proyectos de inversión según Planeación Nacional. Comprende el diligenciamiento de los diferentes formatos que comprenden la metodología, la respectiva evaluación del proyecto por un experto designado por la oficina de planeación y la aprobación del

N°	Nombre	Descripción
		proyecto y su respectiva financiación por parte de las entidades interesadas.
26	Bienes Inmuebles	Sistema que permite el registro, consulta y actualización de la información de los bienes inmuebles de la Universidad. Entre la información que se puede registrar esta: Fotografías principales y de documentación, plano, impuestos, Información de ubicación geográfica, linderos y dimensiones, información catastral, Estudio de titulación, certificado de libertad, Servicios públicos, avalúos y detalles constructivos.
27	Relaciones exteriores	Sistema que permite llevar el control de los convenios interinstitucionales de la UIS con otras entidades, Mediante estos convenios se registran los intercambios y se lleva control de los estudiantes que salen y llegan a la Universidad, Su estadía, tiempo de permanencia y estado del intercambio. Además, se generan reportes de movilidad estudiantil y hoja de vida de los convenios. También permite el registro o inscripción de los aspirantes a los diferentes intercambios abiertos para posteriormente realizar su proceso de selección y seguimiento.
28	Deportes	Este sistema permite la administración de escenarios deportivos la Universidad y programación de eventos en dichos escenarios por parte de la comunidad interna y externa.

Fuente: División de Servicios de Información

En conclusión, la Universidad Industrial de Santander cuenta con una robusta infraestructura tecnológica que respalda las funciones misionales y académicas del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos manera eficiente y confiable. Los diversos campus y sedes de la institución están equipados con redes LAN institucionales bien estructuradas y con acceso a Internet a través de enlaces dedicados, lo que garantiza una conexión rápida y segura para toda la comunidad universitaria. Asimismo, la disponibilidad de equipos servidores redundantes y de alto rendimiento, alojados en data centers geográficamente separados, asegura el funcionamiento óptimo de las aplicaciones de misión crítica y la gestión de los procesos académicos y administrativos.

## II. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA

La evaluación del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos es una práctica fundamental en el marco de la cultura de autoevaluación y el enfoque de mejora continua que promueve la Universidad Industrial de Santander. En concordancia con lo estipulado en el literal d del artículo 2.5.3.2.3.1.4. y el artículo 2.5.3.2.1.2. del Decreto 1075 de 2015 del MEN, modificado por el Decreto 1330 de 2019 del MEN, el programa ha establecido estrategias, procesos y espacios de interacción con la comunidad académica para llevar a cabo una evaluación integral y sistemática de su desempeño una vez en marcha. Estas prácticas de autoevaluación no solo buscan identificar fortalezas y áreas de mejora, sino también garantizar la calidad y pertinencia de la formación ofrecida a los estudiantes en el contexto de las dinámicas cambiantes del sector cultural y creativo. A través de la participación activa de la comunidad académica, se propicia un ambiente para el diálogo constructivo y la identificación de oportunidades de crecimiento y desarrollo en el programa, asegurando así su alineación con los estándares de excelencia académica.

Ahora bien, La política de "Mejoramiento de la calidad y pertinencia de los programas académicos de la UIS" se fundamenta en diversos estamentos normativos que establecen los lineamientos hacia

la excelencia. Estos estamentos incluyen el Estatuto General de la universidad<sup>40</sup>, donde se mencionan los siguientes aspectos:

“ARTÍCULO 11. La Universidad ofrecerá un servicio público cultural de excelencia, el cual hace referencia a los resultados académicos, a los medios y procesos empleados, a las características cualitativas y cuantitativas de la infraestructura institucional, a la vocación de servicio de la comunidad educativa y administrativa y a las metas y condiciones de desarrollo institucional.

ARTÍCULO 12. La Universidad Industrial de Santander, organizará y pondrá en funcionamiento un sistema que le permita garantizar a la sociedad el cumplimiento de sus objetivos con alta calidad. Para ello desarrollará en forma continua procesos de evaluación de sus funciones docentes, de investigación y extensión, así como de la administración de la Universidad.

ARTÍCULO 13. La Universidad participará en los sistemas nacionales de acreditación e información sometiendo al análisis crítico externo sus actividades y su funcionamiento”.

Así mismo, el Proyecto institucional (Universidad Industrial de Santander, 2018a), indica que al asumir con espíritu crítico su devenir frente a retos concretos, cuyas respuestas contribuirán al desarrollo de la vida institucional la UIS se compromete a “Promover la cultura de la excelencia y la gestión del conocimiento en todos los niveles del devenir institucional. La primera se fundamenta en la autoevaluación permanente y en la integración y mejora continua de los procesos para que sean más ágiles, oportunos, flexibles y que soporten mejor la toma de decisiones. La gestión del conocimiento consiste en su uso mediante prácticas que faciliten la comunicación, la articulación y la cooperación, tanto dentro de la UIS como de esta con el exterior, a fin de dar respuesta a problemas y necesidades comunes”<sup>41</sup>

Dentro del Proyecto Institucional, la Universidad ha establecido 6 enfoques estratégicos que reflejan su compromiso con el cumplimiento de la misión y la realización de los objetivos definidos en la visión. Estos enfoques están basados en los valores y principios que guían las acciones de la institución. Uno de los enfoques destacados es la cultura de la excelencia académica; “La comunidad universitaria compromete todos los procesos con la búsqueda responsable de la excelencia. Para esto, realiza permanentes autoevaluaciones académicas y administrativas con miras al mejoramiento continuo de los ámbitos de acción que constituyen la vida institucional”<sup>42</sup>

El Plan de Desarrollo Institucional 2019 – 2030<sup>43</sup> se fundamenta en la Misión, Visión, valores y principios institucionales, así como en los enfoques estratégicos. En relación con la autoevaluación, el mejoramiento continuo y la adecuada planificación, se ha determinado que: “Considerando la evolución en el sistema de acreditación nacional y la necesidad de abordar acreditaciones con enfoque internacional, la Universidad asume el reto de mantener la meta de, en un plazo razonable, obtener la acreditación de todos los programas de pregrado y postgrado acreditables. Igualmente, es de importancia trabajar por el incremento en la vigencia de acreditación institucional y de programas, ya que estas miden el nivel de madurez en la calidad académica”.

La Universidad ha diseñado diversos mecanismos para el seguimiento, la evaluación y el mejoramiento continuo de los procesos y logros de los programas académicos los cuales son:

---

<sup>40</sup> Acuerdo No. 166 de 1993 del Consejo Superior, Op. cit., p. 04.

<sup>41</sup> Acuerdo No. 026 de 2018, Op. cit., p. 5-6.

<sup>42</sup> Acuerdo No. 026 de 2018, Op. cit., p. 14.

<sup>43</sup> Acuerdo No. 047 de 2019 del Consejo Superior. Plan de Desarrollo Institucional 2019 – 2030, p. 27.

El sistema de planeación y evaluación institucional de la Universidad, aprobado en el Acuerdo del Consejo Académico No 30 de 1997, por el cual las unidades académicas formulan, ejecutan y evalúan un plan de gestión anual, que encierra un conjunto de proyectos a realizarse durante la vigencia, en correspondencia con el plan de desarrollo institucional y su perspectiva de progreso. De esta manera, se logra ejercer una autorregulación sobre el quehacer de cada unidad, dado que con la aprobación y registro del plan anual se asume la responsabilidad de cumplir los compromisos señalados en éste, a la vez que su construcción propicia una mirada interna de los alcances y propósitos de la Escuela para focalizar sus esfuerzos en aquellos aspectos considerados prioritarios para el logro de sus objetivos.

Por medio del Acuerdo del Consejo Superior No. 70 de 2005 (Consejo Superior UIS, 2005), se suprime la Dirección de Evaluación y Control de Gestión y se crea la Dirección de Control Interno y Evaluación de Gestión que, además de las funciones que le confiere la ley, es responsable de los siguientes procesos:

- Liderar la formación de la comunidad universitaria en la cultura del autocontrol, la autorregulación y la autogestión.
- Liderar la administración del riesgo institucional.
- Realizar auditoría a los procesos estratégicos, misionales y de apoyo.
- Liderar la evaluación de gestión institucional.
- Apoyar y acompañar la solución de conflictos administrativos en la Universidad.
- Coadyuvar en la relación con entidades externas.

Las auditorías en las escuelas permiten un examen sistemático, objetivo e independiente de los procesos, actividades, operaciones y resultados de esta unidad académica, permitiendo la emisión de juicios basados en evidencias sobre los aspectos más importantes de la gestión, los resultados obtenidos y la satisfacción de los involucrados. Se ha de señalar que la Resolución de Rectoría 269 de 2018, por la cual se organizan y actualizan las funciones del Comité Institucional de Coordinación de Control Interno de la Universidad Industrial de Santander (Universidad Industrial de Santander, 2018b).

Es así como se articula en su estructura los diferentes métodos y procedimientos de prevención, corrección y evaluación a la forma de operación de la Universidad. Por esta razón configura los subsistemas, componentes y elementos que, interrelacionados bajo un enfoque sistémico, generan un método de control para garantizar el cumplimiento de los objetivos universitarios. Por disposición del artículo I del Decreto 1599 de mayo de 2005 de Presidencia de la República, en el sistema se acoge el modelo estándar de control interno descrito en dicho decreto, el cual ha sido modificado según las necesidades propias de la Universidad en ejercicio de la autonomía universitaria. En el año 2019, mediante el Acuerdo No. 34 del Consejo Superior, la Universidad creó el Comité Institucional de Gestión y Desempeño de la Universidad y puso en operación el Modelo Integrado de Planeación y Gestión –MIPG- que en una de sus dimensiones acoge el sistema de control interno vigente hasta ese momento.

La Coordinación de Evaluación de la Calidad Académica se crea mediante el Acuerdo No. 072 de 2005 del Consejo Superior (Universidad Industrial de Santander, 2005). Esta dependencia, adscrita a la Vicerrectoría Académica, forma parte del sistema de autoevaluación de la Universidad y se encarga de dirigir los procesos de evaluación tendientes a incrementar la calidad de la formación, la investigación y la extensión desarrollada en la institución, teniendo como funciones:

- Proponer las políticas y lineamientos generales de los procesos de evaluación.

- Promover la revisión continua de los procesos de evaluación, mediante la generación de mecanismos participativos para la construcción en colectivo.
- Asesorar las unidades académico-administrativas en la implementación de sus procesos de evaluación para generar la autoevaluación y el mejoramiento continuo como cultura institucional.
- Producir y difundir los resultados de las evaluaciones realizadas para nutrir la reflexión - acción al nivel institucional.

La estrategia organizacional para mejorar la calidad de los procesos académicos, incluyendo ahora el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas, en el marco de la autoevaluación con fines de acreditación de alta calidad, fue establecida en el Acuerdo No. 100 del 2006 del Consejo Académico (UIS, 2006). Esta estrategia implica la creación de una red de apoyo para la evaluación y mejora de la calidad académica, con el propósito de brindar acompañamiento, intercambio de experiencias y cooperación entre las unidades académicas y administrativas de la Universidad. El objetivo es desarrollar de manera más organizada y efectiva los procesos académicos y de evaluación, buscando mayor calidad, coherencia y unidad de criterios en su implementación.

En esta misma línea se ha creado el Nodo Coordinador con el propósito de cumplir esta función, y está integrado por el Vicerrector Académico, el coordinador de evaluación de la calidad académica, el profesional asistente de esta coordinación, los decanos de facultad y el director del IPRED. El Nodo Coordinador es responsable de supervisar y evaluar todos los procesos académicos de la universidad, que incluyen las solicitudes de Registro Calificado, los procesos de autoevaluación para acreditación, modificaciones y reformas de planes de estudio, así como la creación de nuevos programas. A su vez, los Nodos de Facultad, representados por los decanos, deben presentar informes trimestrales sobre el estado de los procesos, siguiendo los cronogramas establecidos por cada Unidad Académica al comienzo de cada año.

Por otro lado, el nodo de escuela o programa se compone del Consejo de Escuela, liderado por el director de escuela o el profesor designado para coordinar el proceso. El Consejo de Escuela debe definir la organización y metodología adecuada para llevar a cabo los procesos, asegurando la participación de profesores, estudiantes y egresados.

Según el Acuerdo No 100 de 2006 del Consejo (UIS, 2006), son funciones del nodo de escuela o programa:

- Definir el plan de trabajo a seguir durante el desarrollo de los procesos académicos y de evaluación.
- Desarrollar los procesos académicos y de evaluación.
- Socializar con la comunidad educativa del programa los avances y resultados de los procesos académicos y de evaluación.
- Realizar informes de avance sobre el desarrollo de los procesos académicos y de evaluación.
- Establecer y aplicar mecanismos internos de control y seguimiento al desarrollo de los procesos académicos y de evaluación.
- Solicitar al nodo de facultad la asesoría que requieran para solucionar las inquietudes o necesidades que se generen durante el desarrollo de los procesos académicos y de evaluación.
- Presentar al nodo de facultad o al IPRED las recomendaciones o sugerencias que consideren necesarias o pertinentes para mejorar los procesos académicos y de evaluación.

Otro de los mecanismos para evaluar y dar seguimiento a sus programas académicos, consiste en establecer espacios periódicos de evaluación en las unidades académicas y administrativas, representados por el Consejo de Escuela y el claustro de profesores. En estas reuniones, que cuentan con la participación de profesores, estudiantes y directivos, se analizan aspectos relacionados con el progreso y resultados del programa, así como su relevancia en la sociedad, con el objetivo de implementar mejoras continuas.

En respuesta a la coordinación de evaluación de la calidad académica, se lleva a cabo un análisis anual de los resultados de las pruebas Saber-Pro en el Consejo y claustro de profesores, con el fin de desarrollar estrategias para mejorar el rendimiento de los estudiantes en dichas pruebas. Además, el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos tal y como lo dispone el Reglamento Estudiantil de Pregrado de la (Universidad Industrial de Santander, 2015), en su Título V, Capítulo I, Artículo 70, se revisarán periódicamente los objetivos generales y específicos de los programas, la distribución de las asignaturas en el plan de estudios, el contenido de los diferentes cursos, los requisitos, y su intensidad horaria. El espíritu de la norma citada es la evaluación permanente al interior de los programas, en este sentido el programa, en el marco de la normatividad vigente a nivel nacional, se compromete a evaluar las condiciones de calidad en lo referente a resultados de aprendizaje, competencias y pertinencia social del programa.

Estas evaluaciones también incluyen aspectos como el papel del docente y las prácticas pedagógicas implementadas, la participación del estudiante en el proceso de formación, el enfoque de la evaluación de los aprendizajes y su relación con el proceso formativo. Todos estos elementos forman parte del debate actual sobre la calidad de la educación, especialmente en el ámbito de la educación superior.

En relación con la autoregulación del programa, aunque las políticas sobre docencia, investigación, extensión y cooperación internacional se establecen en instancias superiores de la Universidad y se comparten con la comunidad universitaria a través de los Consejos de Facultad y de Escuela, las decisiones específicas relacionadas con su funcionamiento se analizan, discuten y acuerdan dentro del Consejo de Escuela y el claustro de profesores. Allí se abordan asuntos como la formulación del plan de gestión anual y el plan de formación docente, en los cuales los representantes de cada estamento participan activamente.

Este proceso de evaluación incluye una revisión constante del contexto social y profesional de la disciplina, tanto a nivel regional, nacional como global. Es importante destacar que el cuerpo docente y las directivas del programa muestran una actitud positiva hacia la autoevaluación y el mejoramiento continuo, en línea con la filosofía institucional. Este compromiso y aplicación de la política se han de ver reflejados tanto en la institución como en el programa así:

- El diseño y puesta en funcionamiento de una estrategia organizacional para fomentar el trabajo colaborativo, el intercambio de experiencias, el desarrollo eficiente de los procesos y garantizar el cumplimiento de las metas y de los plazos que aseguren el registro calificado y la acreditación de los programas. Esto se materializa en la Red de Apoyo para la Evaluación y Mejoramiento de la Calidad de los Procesos Académicos (RAEMA)<sup>44</sup> que incluye los nodos de escuela, facultad e IPRED y el nodo coordinador institucional.
- El establecimiento de lineamientos para la creación, modificación, reforma y extensión de los programas académicos. Incluye, la estructura del proyecto educativo de los programas

---

<sup>44</sup> CONSEJO ACADÉMICO. Acuerdo 100 de 2006.

académicos de la UIS (PEP) y lo define como “propuesta de acción, que permite orientar, de acuerdo con los lineamientos institucionales, los procesos académicos, administrativos y de gestión que favorecen el logro de los propósitos de formación y del perfil profesional de un programa académico”.

- El diseño y la implementación, con base en los lineamientos del CNA, del Sistema de Autoevaluación de Programas Académicos (SIAPAD). Propuesta metodológica para el desarrollo de la autoevaluación con fines de acreditación que tiene como fin apoyar, agilizar y utilizar la experiencia adquirida en estos procesos.

## 11.1 AUTOEVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS ARTICULADA POR CICLOS PROPEDÉUTICOS

La autoevaluación del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulada por Ciclos Propedéuticos es una herramienta fundamental en nuestro enfoque de mejora continua y búsqueda constante de la excelencia académica. En cumplimiento de los lineamientos establecidos por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia y en coherencia con la política institucional de calidad educativa, este proceso de autoevaluación tiene como objetivo analizar de manera integral el desarrollo del programa en cada uno de sus niveles, identificando fortalezas, áreas de oportunidad y desafíos en la formación de nuestros estudiantes. Con la participación activa de la comunidad académica, se pretende valorar el impacto y la pertinencia de nuestro currículo, las competencias adquiridas por los futuros graduados y la satisfacción de las necesidades y demandas del sector cultural y creativo. A través de esta autoevaluación, se reafirma el compromiso con la mejora constante y la adaptación a los cambios del entorno para seguir formando líderes capaces de enfrentar los retos del sector con creatividad, innovación y responsabilidad social.

En este orden de ideas, el programa se acoge los lineamientos institucionales en materia de autoevaluación de programas de pregrado. La metodología de autoevaluación contempla tres conceptos básicos definidos así:

- Factores: son grandes áreas de desarrollo que expresan los elementos con los que cuenta tanto la institución como el programa que contenga los componentes estructurales, misión, propósitos y objetivos del programa con las funciones sustantivas de investigación, docencia y proyección social.
- Características: se encuentran referidas a los factores anteriormente, a través de ellas se hace perceptible el grado en que el programa logra la calidad de su desempeño.
- Indicadores: reflejan las características y posibilitan observar o apreciar su desempeño en una situación dada. Los indicadores expresan atributos susceptibles por lo tanto podrían ser cualitativos o cuantitativos.

Este modelo incluye los doce (12) factores definidos por el Consejo Nacional de Educación Superior (CESU)<sup>45</sup> Acreditación y los cuales son:

- Factor 1. Proyecto educativo del programa e identidad institucional. Proyecto Educativo del Programa y Relevancia académica y pertinencia social del programa académico.

---

<sup>45</sup> Acuerdo 02 de 2020 - EL CONSEJO NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CESU

- Factor 2. Estudiantes. Participación en actividades de formación integral; Orientación y seguimiento a estudiantes; Capacidad de trabajo autónomo; Reglamento estudiantil y política académica; Estímulos y apoyos para estudiantes.
- Factor 3. Profesores. Selección, vinculación y permanencia; Reglamentación para Profesores; Número, dedicación, nivel de formación y experiencia; Desarrollo profesoral; Estímulos a la trayectoria profesoral; Producción, pertinencia, utilización e impacto de material docente; Remuneración por méritos; Evaluación de profesores;
- Factor 4. Egresados. Seguimiento de los egresados e Impacto de los egresados en el medio social y académico.
- Factor 5. Aspectos académicos y resultados de aprendizaje. Integralidad de los aspectos curriculares; Flexibilidad de los aspectos curriculares; Interdisciplinariedad; Estrategias pedagógicas; Sistema de evaluación de estudiantes; Resultados de aprendizaje; Competencias; Evaluación y autorregulación del programa Académico; Vinculación e interacción social.
- Factor 6. Permanencia y Graduación. Políticas, estrategias y estructura para la permanencia y la graduación; Caracterización de estudiantes y sistema de alertas tempranas; Ajustes a los aspectos curriculares; Mecanismos de selección.
- Factor 7. Interacción con el entorno nacional e internacional. Inserción del programa en contextos académicos nacionales e internacionales; Relaciones externas de profesores y estudiantes; Habilidades comunicativas en una segunda lengua.
- Factor 8. Aportes de la investigación, la innovación, el desarrollo tecnológico y la creación, asociados al programa académico. Formación para la investigación, desarrollo tecnológico, la innovación y la creación; Compromiso con la investigación, desarrollo tecnológico, la innovación y la creación.
- Factor 9. Bienestar de la comunidad académica del programa. Programas y servicios; Participación y seguimiento.
- Factor 10. Medios educativos y ambientes de aprendizaje. Estrategias y recursos de apoyo a profesores; Estrategias y recursos de apoyo a estudiantes; Recursos bibliográficos y de información.
- Factor 11. Organización, administración y financiación del programa académico. Organización y administración; Dirección y gestión; Sistemas de comunicación e información; Estudiantes y capacidad institucional; Financiación del programa académico; Aseguramiento de la alta calidad y mejora continua.
- Factor 12. Recursos físicos y tecnológicos. Recursos de infraestructura física y tecnológica; Recursos informáticos y de comunicación.

Resultado de la autoevaluación del programa: el informe de autoevaluación es una herramienta que proporciona una visión global y la posibilidad de mejorar constantemente el programa mientras está vigente el registro calificado. Este proceso busca que tanto la Universidad como el programa adopten una cultura de calidad y mejora continua. Al evaluar cada factor y característica que conforman la metodología, se determina la calidad del programa mediante una valoración interpretativa de cada elemento y aspecto evaluado.

Plan de Mejoramiento: finalmente, se establece un plan de mejoramiento en el cual se plantea cómo el programa buscará fortalecer sus puntos fuertes y mejorar sus debilidades. Este plan incluirá metas que permitirán un seguimiento a través de actividades programadas, siguiendo indicadores



de gestión para monitorear su progreso. La planificación a nivel institucional se coordinará con los planes de mejoramiento de cada programa.<sup>46</sup>

La unidad académica liderará este proceso e impulsará una amplia participación de la comunidad académica, que incluye profesores, estudiantes, egresados y directivos. El autoestudio se llevará a cabo de manera integral, con el objetivo de mejorar la calidad del programa y, por ende, de la institución, y garantizar a la sociedad que cumple con los más altos estándares de calidad y logra sus propósitos y objetivos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anijovich, R., & Cappelletti, G. (2018). Mas Allá de las pruebas: La retroalimentación. *La Evaluación Como Oportunidad*, 85–100.
- Bandas Educativas. (2011). ¿Cómo se hace una historieta? <http://www.bandaseducativas.com/como-se-hace-una-historieta/>
- Brindle, M., & DeVereaux, C. (2011). *The Arts Management Handbook: New Directions for Students and Practitioners* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315700243>
- Buitrago, F. & Duque, I. (2013). *La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración: una visión integral de la moderna administración de las organizaciones*. 10th Edición. McGraw Hill.
- Cisneros, Y. S. (2019). El desarrollo cultural, complicidad necesaria. En *Revista Estudios Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 88–99.
- Colombia. Congreso de la República (1997). Ley 397 de 1997. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.
- Colombia. Ministerio de Educación Nacional [MEN], Subdirección de Análisis, Monitoreo y Prospectiva Laboral. (2022). Documento de Brechas de Capital Humano del Grupo Artes y Patrimonio - Sector de las Artes Escénicas y Espectáculos – Subsectores Música y Teatro. <https://publicacionessampl.mintrabajo.gov.co/handle/123456789/104>

---

<sup>46</sup> Lineamientos para la Acreditación de programas CNA. Informe de Autoevaluación.

- "Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL)/ Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). (2021). La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47444-la-contribucion-la-cultura-al-desarrollo-economico-iberoamerica>".
- Congreso de Colombia. (2002). Ley 749 de Julio 19 de 2002. Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades de formación técnica profesional y tecnológica, y se dictan otras disposiciones.
- Council, B. (2016). Resumen de la Investigación sobre Capacidades en el Sector Cultural Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia.
- DANE - Economía Cultural y Creativa. (2022 <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-cultural-y-creativa>)
- Decreto 1330 de 2019 [Ministerio de Educación Nacional]. Por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 - Único Reglamentario del Sector Educación. Julio 25 de 2019.
- Departamento Nacional de Planeación (2010, 26 de abril). Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia (Documento CONPES 3659). Bogotá D.C., Colombia: DNP
- Duran Salvatierra, S. (2021). Gestión cultural: aprender y desaprender para potenciar la cultura. *Periférica*, 22, 358–367. <https://doi.org/10.25267/periferica.2021.i22.31>
- Fernández García, C. M., Torío López, S., Viñuela Hernández, M. P., Molina Martín, S., & Bermúdez Rey, T. (2008). La comunicación oral como competencia transversal de los estudiantes de pedagogía y magisterio: presentación del diseño metodológico de una innovación para su trabajo en el aula. *Revista de Enseñanza Universitaria*, 31, 26-38.
- Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81–112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. First Edition. Penguin.
- López Solís, O. P., Lara Haro, D. M., Villacís Uvidia, J. F., & Pérez Briceño, J. C. (2019). Administración y Gestión Empresarial. En *Administración y Gestión Empresarial*. 10.23857/978-9942-816-18-4 <https://doi.org/10.23857/978-9942-816-18-4>
- Luna, M. M. (2022). La retroalimentación reflexiva y logros de aprendizaje en educación básica: una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 3242–3261. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2086](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2086)
- Luzardo, A., de Jesús, D & Pérez, M. (2017). Economía naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://webimages.iadb.org/publications/spanish/document/Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Marina, R., Baena, C., Marín, Y. P., Londoño, D. I., & Sanchez, M. P. (2020). *Capital Humano Del Grupo Artes Y Patrimonio Sector De Las Artes Escénicas Y Espectáculos – Subsectores Música Y Teatro*.
- Martos García, A. (2013). Ecosistemas de la lectura. En Martos & Campos (Eds.). *Diccionario nuevas formas de lectura y escritura* (pp. 189- 193). España: Santillana.

- Meleán, R., & Arrieta, X. (2009). Modelo de ecología intelectual de Toulmin para el estudio de la evolución del infinitésimo y su repercusión en la enseñanza del límite. *Taurus*, 15(30), 187-206.
- Ministerio de Cultura (2019). Informe de Gestión Enero-Diciembre 2019. <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Patrimonio/INFORME%20GESTION%202019%20MINCULTURA%20V31012020.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2016). Economía naranja. Espacio Came, 245, <https://webimages.iadb.org/publications/spanish/document/Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Misión de Sabios. (2019). Arte, cultura y conocimiento. Propuestas del foco de industrias creativas y culturales.
- Montoya Hernández, L. A. (2017). La administración, su relación e importancia en la gestión cultural, Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia 16, 19 y 20 de octubre de 2017. 1–9.
- Moreira, M. A. (2017). Aprendizaje significativo como un referente para la organización de la enseñanza. *Archivos de Ciencias de la Educación*, 11(12).
- OCDE. (2022b). Repensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479>
- OECD. (2022). Culture and the Creative Economy in Colombia: Leveraging the Orange Economy, Local Economic and Employment Development (LEED), OECD Publishing, París. <https://doi.org/10.1787/184f1e07-en>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [UNESCO]. (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [UNESCO]. (2022). Re|pensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479>
- Pérez-Chaverri, J., & Salas-Soto, M. (2016). Características de la retroalimentación como parte de la estrategia evaluativa durante el proceso de enseñanza aprendizaje en entornos virtuales: una perspectiva teórica. *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior*, 7(1), 175–204. <https://doi.org/10.22458/caes.v7i1.1381>
- Petrella, J., & Jung, A. (2008). Undergraduates research: Importance, benefits, and challenges. *International Journal of Exercise Science*, 1(3), 91–95. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4739295/>
- Redondo Méndez, A. C., & Hernández Acosta, J. (2019). Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica: Desarrollo económico y social en la región. In *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica: Desarrollo económico y social en la región*. <https://doi.org/10.28970/9789585498143>.
- Rodríguez Marín, J. C., Gamboa Vesga, Y. A., & Ortiz Isarra, D. R. (2019). Mapeo del sector creativo y cultural - área Metropolitana de Bucaramanga 2019.
- Silva Ramírez, E. D. (2017). Debatir para aprender. Instituto Para El Futuro de La Educación, 1–8. <https://observatorio.tec.mx/edu-bits-blog/2017/4/3/debatir-para-aprender%0Ahttps://observatorio.tec.mx/edutrendsgamificacion>

- UDLA. (2020). Estrategias didácticas para el uso de Foros. [Archivo de video]. YouTube. [https://youtu.be/-05XIBwKU6o?si=gX\\_CeOdMJYIEfADL](https://youtu.be/-05XIBwKU6o?si=gX_CeOdMJYIEfADL)
- UNDP. (2013). Creative Economy Report > Widening Local Development Pathways 2013 Special Edition (p. 190).
- UNESCO. (2016). Hacer del aprendizaje a lo largo de toda la vida una realidad. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384098>
- Unigarro, R. N. (2015). La historieta: estrategia didáctica para mejorar la comprensión lectora. En Maestros que dejan huellas Vol. 2, num. 1. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rhuellas/article/view/2336>
- Universidad Industrial de Santander (2020) Acuerdo del Consejo Superior No. 046 de 2020, por el cual se aprueba la Política de Investigación de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2005). Acuerdo del Consejo Superior 070 de 2005. Por el cual se crea la Dirección de Control Interno de la UIS.
- Universidad Industrial de Santander. (2005). Acuerdo del Consejo Superior No 072 de 2005. Reorganiza la Vicerrectoría académica y crea mediante ARTICULO 4º: Crear la Coordinación de Evaluación de la Calidad Académica
- Universidad Industrial de Santander. (2006). Acuerdo del Consejo Académico No. 100 del 2006. Por el cual se establece la Estrategia Organizacional.
- Universidad Industrial de Santander. (2010). Acuerdo del Consejo Superior No. 63 de 1994 (octubre 5) Reglamento del profesor. Compilación de normas vigentes.
- Universidad Industrial de Santander. (2012). Estatuto General. Acuerdo del Consejo Superior No. 166 de 1993 (diciembre 22). Compilación de normas vigentes.
- Universidad Industrial de Santander. (2014). Acuerdo del Consejo Académico No. 222 Criterios de admisión para los programas académicos de pregrado presencial de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2015). Acuerdo del Consejo Superior No. 73 de 1982, Reglamento Académico estudiantil de pregrado. Compilación de Normas Vigentes.
- Universidad Industrial de Santander. (2018). Acuerdo del Consejo Superior No. 022 de 2018, por el cual se aprueba la Política de equidad de género de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2018a). Acuerdo del Consejo Superior No. 026 de 2018 por el cual se aprueba el Proyecto Institucional.
- Universidad Industrial de Santander. (2018b). Resolución de Rectoría No. 269 de 2018. Definición del Comité Coordinador del Sistema de Control Interno.
- Universidad Industrial de Santander. (2021). Acuerdo del Consejo Académico No. 233 de 2021, por el cual se aprueba el Modelo Pedagógico de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2021). Acuerdo del Consejo Superior No. 046 de 2021, por el cual se expide el Reglamento para la selección de profesores de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2022). Acuerdo del Consejo Académico No. 023 de 2022, por el cual se aprueban los referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos de la Universidad Industrial de Santander.

Universidad Industrial de Santander. (2022). Lineamientos para la internacionalización Universidad Industrial de Santander.

Yáñez Canal, C. (2018). Praxis de la gestión cultural. 150. [http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/705/Praxis de la gestión cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/705/Praxis%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Yrene, M., Guzmán, L., María, A., & Alvarez, H. (2022). Evaluación formativa como desafío de la educación universitaria ante la virtualidad en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII, 1–3. <https://doi.org/10.31876/rsc.v28i1.37673>

## ANEXOS

A continuación, se presentan los anexos correspondientes al proyecto educativo del programa, que complementan y respaldan la propuesta del proyecto. Los anexos se organizan de la siguiente manera:

Anexo 1: Estudio de pertinencia y viabilidad. En este documento se detalla el análisis sobre la pertinencia y viabilidad del programa. Se incluyen investigaciones de mercado, análisis de demanda y proyecciones futuras, entre otros aspectos relevantes que sustentan la necesidad y viabilidad del proyecto.

Anexo 2: Programas de actividades académicas. Este anexo proporciona una descripción detallada de los programas y actividades académicas propuestas en el proyecto.

ANEXO I. ESTUDIO DE PERTINENCIA Y VIABILIDAD

# Administración de Empresas Culturales y Creativas

Articulado mediante ciclos propedéuticos

## ESTUDIO DE PERTINENCIA Y VIABILIDAD SEGUNDA SOCIALIZACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN



Universidad Industrial de Santander  
Facultad de Ciencias Humanas  
Escuela de Economía y Administración  
Bucaramanga  
Julio - 2023

# CONTENIDO

<b>1. IDENTIFICACIÓN PRELIMINAR DEL PROGRAMA.....</b>	<b>2</b>
1.1. DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA.....	2
1.2. TÍTULO QUE OTORGA.....	2
1.3. CAMPO AMPLIO DEL CONOCIMIENTO .....	2
1.4. MODALIDAD .....	2
1.5. LUGAR DONDE SE OFRECERÁ EL PROGRAMA.....	2
1.6. UNIDAD(ES) ACADÉMICA(S) RESPONSABLE(S) DEL PROGRAMA.....	2
1.1 ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN.....	2
1.7. PERIODICIDAD DE LA ADMISIÓN .....	2
1.8. NÚMERO DE ESTUDIANTES ADMITIDOS POR COHORTE .....	2
1.9. DURACIÓN DEL PROGRAMA.....	2
1.10. RASGOS DISTINTIVOS DEL PROGRAMA .....	3
<b>2. ANÁLISIS DE PERTINENCIA.....</b>	<b>5</b>
2.1 ARTICULACIÓN CON EL PROYECTO INSTITUCIONAL .....	5
2.2 ANÁLISIS PROSPECTIVO DE LA DISCIPLINA.....	8
2.3 ANÁLISIS PROSPECTIVO DE LA PROFESIÓN .....	12
2.3.1 Necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales, en el área de conocimiento del programa.....	16
2.4 ESTADO DE LA FORMACIÓN EN EL ÁREA DE CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA EN LOS ÁMBITOS INTERNACIONAL, NACIONAL Y LOCAL .....	22
2.5 COMPORTAMIENTO DE MATRÍCULAS DE PROGRAMAS IGUALES O SIMILARES AL PROPUESTO A NIVEL NACIONAL .....	32
2.5.1 Análisis comparativo de la oferta educativa en el área de conocimiento del programa en los ámbitos internacional, nacional y local.....	32
2.6 CARACTERIZACIÓN DE LOS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS DEL PROGRAMA Y EXPECTATIVAS.....	39
2.6.1 METODOLOGÍA .....	40
2.6.2 FUENTES DE INFORMACIÓN .....	40
2.6.3 TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA CREATIVA Y CULTURAL .....	41
2.7 DEMANDA DE FORMACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS.....	43
2.7.1 Necesidades de la industria creativa.....	43
<b>3. ESTADO DE LA DEMANDA DE FORMACIÓN A NIVEL NACIONAL.....</b>	<b>47</b>



3.1	NECESIDADES DE FORMACIÓN DE LOS JÓVENES.....	48
3.2	ENCUESTA A PÚBLICOS CLAVE.....	52
3.3	ANÁLISIS RELACIONAL.....	83
3.4	DEMANDA Y EMPLEABILIDAD .....	85
3.5	ANÁLISIS DE EMPLEABILIDAD DE LOS EGRESADOS .....	98
4.	<b><i>ANÁLISIS DE LOS RECURSOS PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA.....</i></b>	<b><i>105</i></b>
4.1	PROFESORES.....	105
4.1.1	Perfiles de profesores .....	113
4.2	TALENTO HUMANO ADMINISTRATIVO .....	115
5.	<b><i>INVESTIGACIÓN.....</i></b>	<b><i>115</i></b>
6.	<b><i>RELACIÓN CON PROGRAMAS AFINES UIS.....</i></b>	<b><i>123</i></b>
1.1.1.	ALIANZAS ESTRATÉGICAS .....	125
7.	<b><i>MEDIOS EDUCATIVOS.....</i></b>	<b><i>130</i></b>
7.1	RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS.....	130
7.2	RECURSOS INFORMÁTICOS .....	135
7.3	LABORATORIOS Y TALLERES .....	139
7.4	SITIOS DE PRÁCTICA.....	140
8.	<b><i>INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA.....</i></b>	<b><i>140</i></b>
8.1	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA .....	141
9.	<b><i>ESTIMACIÓN DE RECURSOS ADICIONALES.....</i></b>	<b><i>143</i></b>
10.	<b><i>CONCLUSIONES.....</i></b>	<b><i>144</i></b>
	<b><i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</i></b>	<b><i>146</i></b>

## Lista de Tablas

Tabla 1. Oferta internacional en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto .....	22
Tabla 2. Comparativo de los sistemas de educación de los países consultados.....	23
Tabla 3. Oferta nacional en el área de conocimiento, abarcando todos los niveles de formación ...	24
Tabla 4. Oferta representativa en otras regiones del país, en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto .....	26
Tabla 5. Oferta local y regional en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto .....	31
Tabla 6. Análisis comparativo de la oferta.....	32
Tabla 7. Instrumento de recolección de información: Focus Group .....	48
Tabla 8. Resultados del Focus Group .....	51
Tabla 9. Lista de colegios encuestados.....	53
Tabla 10. Comportamiento de la matrícula de programas académicos iguales o similares al propuesto en el ámbito nacional y regional.....	85
Tabla 11. Población ocupada según actividades de inclusión total y parcial de cultura y economía naranja, por categoría ocupacional.....	98
Tabla 12. IBC estimado y tasa de cotizantes por programas. ....	101
Tabla 13. Estudio de empleabilidad - Ofertas de empleo .....	102
Tabla 14. Profesores con que cuentan las Unidades Académicas responsables del programa propuesto .....	107
Tabla 15. Perfiles de los profesores por las áreas de conocimiento asociado al programa propuesto .....	113
Tabla 16. Talento humano que se requiere para el desarrollo del programa.....	115
Tabla 17. Grupos, líneas y proyectos de investigación que respaldan el programa académico propuesto .....	115
Tabla 18. Grupos y líneas requeridos para el desarrollo del programa .....	122
Tabla 19. Programas académicos UIS afines al propuesto .....	123
Tabla 20. Convenios estratégicos para el programa académico propuesto.....	125
Tabla 21. Alianzas estratégicas para el programa académico propuesto .....	129
Tabla 22. Recursos Bibliográficos físicos disponibles por áreas de conocimiento.....	131
Tabla 23. Material Bibliográfico y Bases De Datos.....	134
Tabla 24. Recursos electrónicos de apoyo al programa.....	134
Tabla 25. Total de recursos en biblioteca física .....	135
Tabla 26. Total de recursos en biblioteca virtual .....	135
Tabla 27. Equipos de apoyo docente .....	135
Tabla 28. Acceso a redes de información .....	136
Tabla 29. Medios audiovisuales .....	137
Tabla 30. Redes de información propias .....	137
Tabla 31. Servicios de comunicaciones externas e internas.....	137
Tabla 32. Sistemas de información con que cuenta la institución .....	142
Tabla 33. Estimación de recursos adicionales .....	143

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Sectores de las industrias culturales.....	10
Ilustración 2. Medidas y programas de fomento .....	13
Ilustración 3. Población ocupada según áreas, economía cultural y creativa.....	15
Ilustración 4. Programas específicos de educación y formación en las artes y los sectores culturales y creativos, desglosados por ámbitos culturales.....	18
Ilustración 5. Hoja de ruta propuesta por la UNESCO para lograr sectores culturales y creativos más dinámicos .....	19
Ilustración 6. Tendencia de los programas por nivel de formación – modalidad presencial.....	25
Ilustración 7. Promedio de créditos académicos por nivel de formación .....	25
Ilustración 8. Promedio de la duración de los programas académicos .....	26
Ilustración 9. Programas en nivel de formación de pregrado universitario en Colombia 2017-2021 por municipio .....	30
Ilustración 10. Programas en nivel de formación tecnológica en Colombia 2017-2021 por municipio .....	30
Ilustración 11. Programas de Pregrado y Universidades.....	30
Ilustración 12. Modalidad de los programas.....	31
Ilustración 13. Fuentes de financiación del sector creativo y cultural del Área Metropolitana de Bucaramanga. Fuente. Mapeo del sector creativo y cultural Área Metropolitana de Bucaramanga 2019 .....	47
Ilustración 14. Sector del colegio al que pertenece .....	53
Ilustración 15. Municipio al que pertenece el Colegio .....	56
Ilustración 16. Género de los participantes.....	57
Ilustración 17. Edad de los participantes .....	57
Ilustración 18. Perspectivas del futuro .....	58
Ilustración 19. Programas de interés.....	58
Ilustración 20. Fuentes de información sobre Instituciones de Educación Superior .....	59
Ilustración 21. Modalidades de Formación.....	60
Ilustración 22. Variables al elegir un programa profesional .....	60
<i>Ilustración 23. Interés por las economías culturales y creativas.....</i>	<i>61</i>
Ilustración 24. Interés por gestionar economías culturales y creativas .....	61
Ilustración 25. Expectativas sobre la rentabilidad de la carrera .....	62
Ilustración 26. Interés de Matricula .....	62
Ilustración 27. Líneas de profundización posibles para las economías culturales y creativas .....	63
Ilustración 28. Interés por niveles de formación .....	64
Ilustración 29. Apoyo familiar .....	64
Ilustración 30. Conocimiento sobre la sede UIS Floridablanca .....	64
Ilustración 31. Interés por estudiar en la sede de Floridablanca .....	65
Ilustración 32. Tiempo en que ha desarrollado esta actividad .....	66
Ilustración 33. Estado de vinculación al sector de economías culturales y creativas.....	66
Ilustración 34. Personas que han recibido o no formación gerencial o administrativa.....	67
Ilustración 35. Necesidad de formación para la gestión de las industrias creativas y culturales .....	67
Ilustración 36. Personas que conforman la empresa (en caso de ser empleador).....	68
Ilustración 37. Principales preocupaciones de las personas del sector de Economías Culturales y Creativas.....	68
Ilustración 38. Apoyo en la gestión de su empresa o emprendimiento .....	69
Ilustración 39. Contratación de un profesional calificado.....	69
Ilustración 40. Nube de palabras - Ventajas Competitivas.....	73

Ilustración 41. Importancia del Pregrado en el sector cultural y creativo.....	73
Ilustración 42. Profesionalización del sector y oferta de un programa de pregrado.....	74
Ilustración 43. Reconocimiento e imagen - mediante un programa de pregrado.....	74
Ilustración 44. Nube de palabras - Demanda sobre un programa de pregrado.....	75
Ilustración 45. Consolidación de la empresa o emprendimiento por medio de profesionales capacitados.....	76
Ilustración 46. Nube de palabras - Habilidades profesionales.....	76
Ilustración 47. Público al cual debe dirigirse el programa.....	77
Ilustración 48. Modalidades de formación.....	78
Ilustración 49. Niveles de formación.....	78
Ilustración 50. Énfasis del programa.....	79
Ilustración 51. Oportunidades laborales en el sector.....	79
Ilustración 52. Opinión sobre las personas que actualmente tienen el rol de gestores en el sector	80
Ilustración 53. Opciones de titulación.....	81
Ilustración 54. Modelo Canvas - Programa Académico Propuesto.....	84
Ilustración 55. Inscritos Pregrado Universitario 2017 - 2021.....	94
Ilustración 56. Inscritos en Programas Tecnológicos 2017-2021.....	94
Ilustración 57. Admitidos en Pregrado Universitario 2017-2021.....	94
Ilustración 58. Admitidos en Programas Tecnológicos 2017-2021.....	95
Ilustración 59. Matriculados en el primer curso – Pregrado Universitario 2017-2021.....	95
Ilustración 60. Matriculados en el primer curso – Programas tecnológicos 2017-2021.....	96
Ilustración 61. Matriculados – Pregrado Universitarios 2017-2021.....	96
Ilustración 62. Matriculados – Programas Tecnológicos 2017-2021.....	96
Ilustración 63. Graduados – Pregrado Universitario 2017-2021.....	97
Ilustración 64. Graduados – Programas tecnológicos 2017-2021.....	97
Ilustración 65. Información sobre empleabilidad - cuenta satélite de cultura.....	100
Ilustración 66. Vinculación de personas según su nivel de formación.....	100

# PRESENTACIÓN

Actualmente, las industrias culturales y creativas son un punto clave en la economía mundial por su impacto significativo en la generación de empleo y el crecimiento económico. Las diferentes líneas señaladas por la UNESCO, entre las cuales se encuentran; películas, música, medios de comunicación, diseño, artes escénicas, edición y artes visuales, entre otras, reflejan el dinamismo y las oportunidades de desarrollo económico de este sector. A raíz de lo anterior, en los últimos años, ha crecido el interés por parte de los gobiernos y organizaciones internacionales en apoyar y promover el desarrollo de estas industrias. A nivel global, la UNESCO ha liderado la creación de políticas y programas que buscan fortalecer estas industrias en diferentes regiones del mundo. Por ejemplo, esta organización en el 2013 generó la Estrategia para las industrias culturales, que busca apoyar el desarrollo sostenible mediante la promoción de políticas y programas de apoyo a nivel nacional y regional.

Sin embargo, a nivel nacional se encuentra una brecha importante en el capital humano (Conpes 3659, 2010), donde los empresarios del sector de industrias culturales y creativas, manifiestan la necesidad de requerir a personas mejor cualificadas y más especializados principalmente en desarrollo de software y gerencia de proyectos. Argumentan también, que de los más de 500 programas en oferta (incluidos cursos cortos, talleres, diplomados, estudios técnicos y tecnológicos, pregrados, especializaciones y maestrías) el 42% se encuentran en Bogotá, el 19% en Antioquía y el 11% se encuentran en el Valle del Cauca, por ende, no hay una oferta formativa fuerte en Santander y Norte de Santander.

En concordancia con lo anterior, el presente documento tiene como objetivo analizar las necesidades y oferta de formación académica en cuanto a gerencia, administración y gestión se refiere, de los programas asociados a las industrias culturales y creativas con el fin de tener una visión global y actualizada del estado de la oferta, para dar respuesta como Universidad Industrial de Santander a las necesidades de formación de la región y brindar un programa pertinente.

De este modo, se ha elaborado el análisis de pertinencia y viabilidad de conformidad con lo dispuesto en el siguiente marco legal nacional: Decreto del Ministerio de Educación No. 1330 de 2019, la ley 749 de 2002 y la ley 1188 de 2008 por las cuales se regula la inclusión de ciclos propedéuticos en programas de educación superior, la resolución de 2020 del Ministerio de Educación Nacional No. 21795. Se estudian los lineamientos institucionales para la gestión curricular de programas académicos, así como la guía transitoria del Consejo Académico sobre la estructura de los programas educativos en proceso de creación, reforma, cambio o renovación de registro calificado de programas UIS (Consejo Académico, 2021).

# I. IDENTIFICACIÓN PRELIMINAR DEL PROGRAMA

## I.1. DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA

Administración de Empresas Culturales y Creativas  
Profesional Universitario  
Articulado mediante ciclos propedéuticos.

## I.2. TÍTULO QUE OTORGA

- Administrador(a) de Empresas Culturales y Creativas
- Tecnólogo(a) en Gestión Cultural y Creativa
- Técnico(a) Profesional en Proyectos Culturales y Creativos

## I.3. CAMPO AMPLIO DEL CONOCIMIENTO

El campo amplio al que pertenece el programa es Administración de Empresas y Derecho - 04

Campos amplios	Descripción
00	Programas y certificaciones genéricos
01	Educación
02	Artes y Humanidades
03	Ciencias Sociales, Periodismo e Información
04	Administración de Empresas y Derecho
05	Ciencias Naturales, Matemáticas y Estadística
06	Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)
07	Ingeniería, Industria y Construcción
08	Agropecuaria, Silvicultura, Pesca y Veterinaria
09	Salud y Bienestar
10	Servicios

*Clasificación Internacional Normalizada de la Educación adaptada para Colombia (CINE – F\_2013 A.C.)*

## I.4. MODALIDAD

Presencial

## I.5. LUGAR DONDE SE OFRECERÁ EL PROGRAMA

Bucaramanga, Santander.

## I.6. UNIDAD(ES) ACADÉMICA(S) RESPONSABLE(S) DEL PROGRAMA

### I.1.2 ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN.

## I.7. PERIODICIDAD DE LA ADMISIÓN

Semestral

## I.8. NÚMERO DE ESTUDIANTES ADMITIDOS POR COHORTE

64 admitidos por cohorte

## I.9. DURACIÓN DEL PROGRAMA

- Administración de Empresas Culturales y Creativas: 2 semestres
- Tecnología en Gestión Empresarial: 2 semestres

- Técnico profesional en proyectos culturales y creativos: 4 semestres  
Total del ciclo propedéutico: 8 Semestres – 4 años

## I.10. RASGOS DISTINTIVOS DEL PROGRAMA

Los rasgos distintivos del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos son:

- a. La propuesta curricular del programa refleja las tendencias en el área de la administración y gestión de las economías culturales y creativas, así como sus líneas de actuación en diseño, las artes visuales y escénicas, el turismo y patrimonio cultural y nuevos medios adaptados al nivel de formación propuesto, por medio de ciclos propedéuticos así:
  - Técnico profesional en proyectos culturales y creativos
  - Tecnólogo en gestión cultural y creativa
  - Administrador de empresas culturales y creativas
- b. El diseño del programa por medio de ciclos propedéuticos permite que el estudiante avance gradualmente en su proceso formativo. El Ministerio de Educación Nacional, propone tres etapas que deben tenerse en cuenta para la organización de los ciclos propedéuticos, estas son: que tenga flexibilidad, que sean secuenciales y finalmente, complementarias. Lo anterior obedece a los lineamientos propuestos por la Universidad bajo el Acuerdo de Consejo Académico No. 023 de 2022 (Santander, 2022), y en cuanto a la orientación para la creación de nuevos programas académicos y el Ministerio de Educación Nacional con la Ley 1188 de 2008, que regula el registro calificado de programas de Educación Superior y amplía la posibilidad de formación por ciclos a todas las áreas del conocimiento.
- c. Debido a que el diseño curricular está orientado a resultados de aprendizaje y basado en competencias, el programa cuenta con metas formativas claras expresadas en el perfil de egreso en los diferentes niveles de formación. El diseño curricular entonces, incorpora deliberadamente perspectivas interdisciplinarias y articula la teoría con la práctica mediante el desarrollo de tres núcleos problémicos ligados a las necesidades que se identifiquen al interior de la universidad, como fuera de ella, con la intención de acercar a los estudiantes al ejercicio de su profesión. El primer núcleo se desarrolla en el nivel técnico, en el nivel tecnológico se cuenta con un núcleo y finalmente en el nivel profesional se lleva a cabo el último núcleo. Cabe destacar, que estos núcleos se desarrollan bajo el aprendizaje basado en proyectos y aprendizaje experiencial en las áreas administrativas de la Universidad como la Dirección de Comunicación, la Dirección Cultural y la División de Publicaciones, en escenarios tales como Emisoras UIS en AM y FM, Periódico Institucional Hechos UIS, Periódico Investigativo Cátedra Libre, Programa Hechos UIS T.V. , el Auditorio Luis A. Calvo y los grupos culturales institucionales y Ediciones UIS, así como en los convenios empresariales con organizaciones del sector.
- d. Integra tecnologías relevantes y herramientas digitales para mejorar el proceso formativo de los estudiantes preparándolos para las demandas de la modernidad tanto en el lugar de trabajo o en la creación de su propia empresa.
- e. Los estudiantes pueden adaptar su proceso formativo de acuerdo con sus intereses, porque el programa ofrece rutas flexibles en el componente electivo.
- f. El programa en sus diferentes niveles de formación reconoce las necesidades de su entorno y busca que los estudiantes identifiquen, apliquen y formulen, proyectos en el ámbito cultural y

creativo en pro de la mejora del sector, buscando emprender iniciativas organizacionales y sectoriales sostenibles.

- g. El programa fomenta el desarrollo de competencias de investigación en áreas específicas de interés del estudiante, con el fin de formular preguntas relevantes, recopilar y analizar información que le permita contribuir al avance del conocimiento en su campo de estudio.
- h. El modelo pedagógico centrado en el estudiante y con un fuerte apoyo de las TIC, redefine el rol del estudiante y del docente, convierte al primero en el actor principal de su proceso de formación, y al docente en un asesor y orientador de dicho proceso, además se obtiene flexibilidad y mayor armonización con los ritmos y condiciones del aprendizaje de los estudiantes.
- i. El programa cuenta con un sistema de evaluación del aprendizaje que monitorea el avance de los estudiantes respecto de los niveles de dominio esperado tanto a nivel de metas formativas en cuanto al desarrollo competencial, así como metas de apropiación conceptual, que son conocidas por los estudiantes con anticipación y propician la mejora continua nivel curricular, así como la incorporación de un sistema de evaluación permanente del programa; sus perfiles de formación y metodologías que le permite mantenerse actualizado y pertinente a las necesidades reales de la región, el país y el mundo.
- j. El componente formativo hace competente al profesional para el tratamiento de datos en la toma de decisiones y lo capacita como interlocutor en el sector se desempeña. Para ello se incorpora la analítica de datos de manera transversal, que comprende técnicas que permiten identificar patrones significativos en conjuntos de datos, las cuales facilitan su comprensión y uso como insumo para la toma de decisiones. Se destaca particularmente por el aporte que permite además de describir y comprender, extrapolar comportamientos y tendencias.



## 12. ANÁLISIS DE PERTINENCIA

### 12.1 ARTICULACIÓN CON EL PROYECTO INSTITUCIONAL

La justificación del programa se enfoca en el análisis de la formación en el área a nivel nacional e internacional, en términos de las tendencias de formación, así como en las necesidades y retos que ésta propone; las necesidades del país y la región, enfocadas en la ausencia en Santander y Norte de Santander, de un programa de formación profesional en pregrado, de gestión y administración de las economías culturales y creativas que confluye en la necesidad de formar personas y ciudadanos íntegros y comprometidos con el desarrollo y bienestar de la región y del país, en este eje fundamental que está cobrando mayor relevancia en el contexto nacional y a nivel regional. Desde el proyecto educativo institucional, se hace alusión a los valores y principios institucionales que exaltan el compromiso con la cultura e innovación y finalmente se busca contextualizar la adecuación del proyecto a los planes de desarrollo institucional, regional y nacional.

Acorde con el Modelo Pedagógico de la Universidad, Acuerdo Consejo Académico N.º 233 de 2021 (UIS, 2021), la universidad cuenta con un modelo de aprendizaje innovador que tiene como eje central al estudiante, propendiendo por su formación integral. Así mismo, contiene una interpretación amplia y transversal de la cultura y la creatividad, considerándolas elementos esenciales para el desarrollo humano, social y económico de la sociedad. La creatividad entonces, entendida como procesos innovadores que involucran a los docentes y estudiantes en el claustro universitario, fortaleciendo con esto los demás ejes que conforman la formación para la innovación. Atendiendo a lo dispuesto entonces en el modelo pedagógico, la estructura curricular que se desarrollara mediante tres niveles de formación situando al estudiante en el centro del proceso mismo, para lo cual el programa se acoge a lo establecido a nivel macro curricular favoreciendo la integralidad tanto en el aula de clase como fuera de ella, brindando la posibilidad al estudiante de realizar diferentes actividades donde desarrollar sus habilidades. En lo concerniente al ámbito meso curricular, el programa despliega los perfiles de egreso que dependen directamente de cada nivel de formación y se desagregan en resultados de aprendizaje definidos, que a su vez cuentan con competencias a nivel macro (específicas, genéricas y ciudadanas) y micro (cognitivas, procedimentales y actitudinales) que, mediante indicadores propuestos, evalúan el proceso formativo del estudiante para generar mejoras permanentes con el equipo profesional y orientar de una mejor manera al estudiante desde su ingreso al programa, pasando por el desarrollo del mismo hasta la culminación de su proceso formativo y finalmente como graduado.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Institucional 2019-2030 (Acuerdo Consejo Superior N.º 047 de 2019), la universidad está comprometida con programas estratégicos que involucran el modelo pedagógico, la calidad y pertinencia de los programas, el desarrollo profesoral y acciones estratégicas que despliegan líneas que orientan el actuar institucional. Es allí, donde se gesta la importancia de las nuevas propuestas curriculares que lleven al cumplimiento de un perfil profesional definido para las necesidades encontradas, a partir de análisis de pertinencia y viabilidad, siendo coherentes con la investigación del entorno, el cual hace el llamado a la importancia de un profesional encargado de la administración y gestión de las economías culturales y creativas como parte esencial de la economía del país en la actualidad.

Teniendo en cuenta la política de culturas de la Universidad Industrial de Santander, Acuerdo No. 017 de 2021, en el capítulo II, del título II, el cuál comprende la dimensión de investigación y extensión, mediante esta primera dimensión, se menciona la promoción y divulgación de cuestiones culturales y artísticas en pro de la generación de diseños curriculares como el que se propone en el presente documento.

De acuerdo con el Proyecto Educativo Institucional (Universidad Industrial de Santander, 2018a), acuerdo No 26. De 2018, el Programa De Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, en el marco de los enfoques estratégicos, se encuentra articulado de la siguiente forma:

El programa se compromete a brindar una formación integral a los estudiantes, en los diferentes niveles de formación propuestos, mediante el desarrollo de competencias transversales como el pensamiento crítico, la creatividad, el trabajo en equipo y la responsabilidad social. Además, se promueve una innovación pedagógica que va más allá de la enseñanza tradicional en el aula de clase, incorporando metodologías activas, proyectos colaborativos por medio de núcleos problémicos, uso de tecnologías digitales y vinculación con el entorno real. De esta manera, se busca preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos cambiantes en su entorno, fomentando su capacidad de adaptación, liderazgo y emprendimiento.

El programa reconoce la importancia de generar conocimiento y promover la innovación en el campo de las empresas culturales y creativas, por ende, se encuentra comprometido a fomentarlo por medio de la formulación de proyectos y actividades académicas que integren estas competencias tanto al interior del programa como en colaboración con el sector empresarial.

En la búsqueda constante de la cultura de la excelencia académica el programa se propone la formación mediante niveles, iniciando desde el técnico, pasando por el nivel tecnológico y finalizando con el nivel profesional, buscando el aporte desde cada perfil a las problemáticas que enfrenta el sector cultural y creativo en la región y en el país.

El programa reconoce la importancia de generar espacios de encuentro, diálogo y colaboración que permitan generar un sentido de pertenencia y compromiso con la comunidad, promoviendo, valorando y respetando la diversidad cultural, fomentando la interacción y el intercambio de ideas de manera respetuosa, en la búsqueda constante de la cohesión social y construcción de comunidad tanto dentro del currículo como fuera de él.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos desde su concepción, ha contado con la participación de un equipo interdisciplinario de la universidad conformado por profesores y grupos de investigación de economía, ingeniería industrial, licenciatura en música, artes plásticas, diseño industrial y gestión empresarial generando aportes desde diferentes disciplinas, permitiendo la integralidad en las soluciones a problemáticas del sector de orden regional y nacional.

El programa reconoce la diversidad cultural y territorial, valorando el aporte de las comunidades locales en la construcción de alternativas sostenibles en el sector cultural y creativo. Se busca fortalecer la interacción entre la academia y la sociedad, promoviendo la transferencia de conocimiento y la co-creación de soluciones que respondan a las necesidades propias del sector, beneficiando a su colectivo.

La articulación entre el Proyecto Institucional de la UIS y el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas fortalece la calidad y pertinencia de la formación, contribuyendo al desarrollo de profesionales altamente competentes y comprometidos con la transformación y dinamización del sector en el que se desarrollan.

Enmarcado en la Política de Investigación de la Universidad Industrial de Santander, Acuerdo No. 046 de 2020, la cual toma en el contexto nacional, a la misión internacional de sabios 2019<sup>47</sup>, y las propuestas realizadas en el foco dedicado a las industrias culturales y creativas, (Misión de Sabios, 2019), se hace un análisis de las brechas y la necesidad de especialización en el sector cultural, donde se evidencia la distancia entre la oferta de la educación superior y las necesidades del sector cultural, lo cual origina anomalías en el sistema. En un estudio realizado por el British Council y

---

<sup>47</sup> Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2020). Colombia hacia una sociedad del conocimiento. Reflexiones y propuestas, Volumen I. Primera edición, Bogotá.

Lado B en el año 2016, se hace evidente la falta de habilidades de gestión en este sector en las áreas de finanzas y negocios, marketing, desarrollo de audiencias, diseño e implementación, políticas públicas y cooperación. Se resalta con particularidad que no existen personas capacitadas para trabajar en los procesos técnicos necesarios para la producción y distribución de contenido cultural de cada una de las líneas de trabajo provenientes de este sector. También se hace hincapié, en el requerimiento de estos espacios de formación, ya que la oferta internacional que es atraída por Colombia, está en constante aumento. Esa brecha que se mencionaba al comienzo, pueden ser tratadas mediante la formulación de programas que aborden competencias administrativas, de gestión y empresariales y se conjuguen con las diferentes líneas de la industria cultural y creativa formando profesionales integrales en este campo. Según lo anterior, la Política de investigación UIS establecida en el Acuerdo del Consejo Superior N.º 046 de 2020 se presenta como un marco relevante para el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos. Esta política brinda lineamientos y directrices que impulsan la generación de conocimiento, la innovación y la extensión, lo cual atiende a los objetivos específicos planteados por el acuerdo, que orientan al programa al impulsar las labores misionales enfocándolas al sector de las economías culturales y creativas. En este sentido, se propende por la formulación de proyectos y la producción de conocimiento en este campo específico, no solo al interior de las actividades académicas, sino también en el relacionamiento con el sector mediante convenios para el desarrollo de proyectos conjuntos y articulados con las necesidades del entorno.

La Universidad normaliza las actividades de extensión mediante de las políticas de extensión, establecidas mediante el Acuerdo de Consejo Superior No 006 de 2005, la cual procuran asegurar la participación de la universidad en los procesos de cambio del entorno social, que conlleven a la mejora de la calidad de vida de la comunidad. Esta actividad se basa en criterios de calidad y excelencia académica, por lo que se determina que las unidades académicas y administrativas ofrezcan servicios, programas y proyectos en aquellas áreas en las que tengan reconocidas fortalezas. Por lo tanto, el programa se encuentra abierto a participar con agentes del sector en la organización talleres, seminarios y conferencias, donde se aborden temas relevantes relacionados con la gestión cultural y creativa alineado con las necesidades propias de los artistas. Estas actividades permiten difundir conocimientos y experiencias, y promover el diálogo y la reflexión en torno a los desafíos y oportunidades del sector. Asimismo, se pretende que el programa establezca alianzas estratégicas con organizaciones culturales y creativas, entidades gubernamentales y otros actores relevantes que permitan el intercambio de conocimiento y sean participes de la formación de los estudiantes.

Según la política de equidad de género de la Universidad (Consejo superior de la Universidad Industrial de Santander, 2018), la cual busca promover la igualdad de oportunidades y el respeto a los derechos de todas las personas, sin importar su género, el programa se adhiere y promueve los principios de esta. En su desarrollo académico y en sus actividades, se busca garantizar la igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de su género. Se fomenta la reflexión y el análisis crítico de las inequidades de género, y se promueve la implementación de acciones para eliminar barreras y estereotipos.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, se beneficia de la política TIC de la UIS (Universidad Industrial de Santander, 2009), ya que permite el acceso a recursos digitales, plataformas de aprendizaje en línea, herramientas de colaboración y comunicación, entre otros. Estas tecnologías facilitan el desarrollo de competencias digitales, la investigación, la gestión de información y la comunicación efectiva.

En el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, atiende a la política de educación inclusiva de la Universidad (Universidad Industrial de Santander, 2019), se refleja en la atención a la diversidad de los estudiantes, proporciona apoyo psicopedagógico y orientación mediante horas de consulta, para asegurar que todos los estudiantes

puedan participar activamente en el proceso de aprendizaje y alcanzar su máximo potencial. Así mismo, desde el área de bienestar estudiantil en articulación con el programa, se pretende contribuir al desarrollo integral y a la mejora de la calidad de vida de los estudiantes mediante los programas y servicios con los que se cuenta.

Mediante el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, se pretende dar respuestas a las necesidades demandadas por el entorno de manera ágil, pues al tratarse de tres titulaciones que incluyen metodologías de enseñanza – aprendizaje articuladas con el sector y las organizaciones, se pretende que el estudiante se vincule con los diferentes actores de su campo desde el primer nivel de formación hasta el último, para dar solución a las problemáticas de manera pertinente, ya que las fortalezas de los perfiles recaen en la formulación de proyectos, las finanzas, el marketing y las audiencias, así como en la propuesta de políticas públicas.

La articulación en este punto es entendida entonces como los diferentes elementos que llevan a conjugar la propuesta de la creación del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, lo cual es pertinente con las diferentes aristas mencionadas anteriormente.

## 1.2.2 ANÁLISIS PROSPECTIVO DE LA DISCIPLINA

En los últimos años, la relación entre cultura, creatividad y desarrollo ha venido cobrando relevancia y fortaleciéndose globalmente. La administración y gestión de la cultura y la creatividad se ha profesionalizado, reconociendo la necesidad de habilidades específicas para administrar proyectos y organizaciones en este ámbito. Las dinámicas cambiantes de la sociedad han evolucionado para iniciar la inclusión de políticas culturales alrededor del mundo y con ello profesionales que se encarguen del direccionamiento de estas. Cabe anotar las diferencias entre la administración y la gestión; según (López Solís et al., 2019), el concepto de la administración hace referencia la función de la organización y dirección de recursos, mientras que la gestión está unida a los esfuerzos coordinados para llevar a cabo los proyectos donde los recursos serán empleados.

Ahondando en el concepto del proceso administrativo, este ha evolucionado desde los diferentes autores como; Fayol, Urwick, Gulick, Koontz y O'Donnell, Newman y Dale, estos le han dado forma hasta llegar a lo que hoy es la planeación, organización, dirección y control. En su libro *Introducción a la teoría general de la administración: Una visión integral de la moderna administración de las organizaciones*, (Chiavenato, 2019) define a la administración como “la actividad que consiste en orientar, dirigir y controlar las actividades de un grupo de individuos u organizaciones para definir un objetivo común”.

Teniendo en cuenta lo anterior (Montoya Hernández, 2017), plantea que el término “administrador cultural” nace de la necesidad de dar un “enfoque de mercado a la cultura”, así mismo resalta que en algunos países en el cual este profesional es más conocido, la profesionalización de personas en esta área se dio por la creciente incidencia de las artes, la cultura y las empresas creativas en el producto interno bruto y el impacto positivo en la economía de este sector.

Al ser la administración una ciencia que integra enfoques de manera interdisciplinar (López Solís et al., 2019), como la contabilidad, la psicología, el derecho, la estadística, la sociología, las matemáticas, la economía y la informática, el campo de estudio de las empresas culturales y creativas se verá beneficiado en gran medida por un profesional orientado no solo a suplir las funciones administrativas básicas, sino a nutrir su quehacer desde estos enfoques, en búsqueda de la generación de valor tangible e intangible.

Ahora bien, la economía cultural y creativa se enfrenta a retos y grandes oportunidades. Un ejemplo es el marketing cultural, pues ha vuelto más sofisticado y enfocado a través de técnicas de investigación de mercado y segmentación de audiencias. De la misma forma, el patrimonio cultural

tiene la necesidad de preservar y promover la diversidad cultural en un mundo globalizado. La innovación cultural promueve la convergencia de diferentes disciplinas y tecnologías, los estudios culturales y la comunicación cultural, exploran nuevas formas de expresión y compromiso social. El emprendimiento cultural se está consolidando como una opción de carrera viable que contribuye a la generación de nuevos proyectos y negocios.

En su definición el DANE menciona que “La Economía Cultural y Creativa es el conjunto de actividades económicas que combinan la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o comercialización de contenidos de naturaleza cultural, o que sin ser culturales están protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio”.

En Colombia, La Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997), dio pie para que el estado por medio del ministerio de cultura y el ministerio de educación junto con las entidades territoriales fomenten la formación del gestor y el administrador cultural para garantizar la coordinación administrativa y cultural con carácter especializado” (Congreso de Colombia, 1997) lo cual deja ver el interés por desarrollar a profesionales especializados en esta área.

Las perspectivas futuras de las economías creativas y culturales son prometedoras (Duran Salvatierra, 2021). Es de esperar un mayor reconocimiento de su valor económico y social, lo que impulsará inversiones y políticas públicas favorables que, junto con nuevos modelos culturales fuertemente digitalizados, transformen la producción, distribución y consumo cultural (CEPAL & OEI, 2021). La creación de sinergias, interacción y colaboración entre diferentes disciplinas y sectores será clave para encontrar oportunidades crecimiento y expansión. Además, la investigación en esta área deberá profundizar en su conocimiento y aportar nuevas perspectivas innovadoras.

Desde el saber de la profesión se debe contemplar la definición del desarrollo cultural que según (Cisneros, 2019), es la capacidad de “estimular el crecimiento de las posibilidades propias de la cultura, conservar, divulgar y conocer el patrimonio cultural, incentivar la real participación en el hecho cultural y propiciar la dialéctica entre lo universal, nacional y local de la cultura.” De esta misma forma, (Bedoya Londoño, 2021) expresa que la economía creativa se refiere a los sectores como la arquitectura, artesanías, artes visuales y escénicas, diseño, cine, música, software, televisión, radio videojuegos, entre otros, en los cuales sus bienes y servicios generan propiedad intelectual. Desde esta definición, también resalta que uno de los principales retos de la gerencia de empresas que se encuentran en este sector, es la de la planificación, una de las funciones administrativas que generarían mejoras en la presentación de proyectos para obtención de recursos y cumplir satisfactoriamente al cliente interno y externo.

En este sentido, en el reporte de la (UNDP, 2013) se plantea que la educación y competencias en las instituciones de educación superior, son parte integral de este sector de la economía pues se espera que nutran a los mercados laborales de personas capacitadas para desempeñar los diferentes roles que solicitados por la actividad económica cultural y creativa.

Con respecto a los aspectos claves a desarrollar en un programa profesional de Administración de Empresas Culturales y Creativas, autores como Richard Caves y Philip Kotler han destacado la importancia del análisis económico y de mercado en el ámbito empresarial. Estas metodologías permiten comprender los mecanismos de oferta y demanda, identificar oportunidades de mercado, segmentar audiencias y diseñar estrategias de marketing cultural efectivas potencializando aún más este sector. Son herramientas que el profesional en este campo debe utilizar, junto con artistas y creativos que tengan la necesidad de ingresar al mercado con sus productos o servicios y que no lo han hecho por falta de experiencia y conocimiento más allá de su quehacer cotidiano.

Con base en lo anterior, se debe analizar la propuesta curricular y el rol del nuevo profesional desde vista antropológico, para lo cual se consideran tres características inherentes en un ser para ser considerado humano, referidas a lo biológico, a lo psicológico y al ámbito social.

Biológicamente, el humano, a diferencia de su homólogo mamífero más cercano, llega a este mundo incompleto y necesita tiempo para madurar. Por lo tanto, el aprendizaje es esencial para la existencia humana y se deriva de la experiencia individual y colectiva. Parte de este aprendizaje lo adquieren los jóvenes a través de la educación formal, que incluye programas académicos como el desarrollado en el presente documento.

Desde el ámbito psicológico, un administrador de empresas culturales y creativas tiene habilidades expresivas y simbólicas que le permiten no solo reaccionar ante la información de su entorno, sino también asignar significado a varios elementos de su universo. Posee imaginación, da sentido a los hechos, es generador de ideas lo que le da la posibilidad de generar un lenguaje claro. Se permite crear conscientemente un futuro posible, reflexionar sobre este y buscar un propósito que dé sentido a su vida y existencia. La académica entonces es una elección reflexiva, una decisión individual y colectiva para crear un futuro posible en el sector elegido.

A nivel social, el administrador de empresas culturales y creativas es el creador de la cultura como memoria colectiva, en la medida que trata de transformar y mejorar su entorno a través de la esfera física, asimismo, genera un sistema de relaciones para regular la satisfacción de las necesidades individuales y del entorno que dan sentido al ejercicio de su profesión.

Desde un enfoque epistemológico, se busca comprender y analizar las dinámicas y fenómenos propios de las economías culturales y creativas desde múltiples perspectivas y en su complejidad. Se reconoce la diversidad de actores, contextos y formas de producción y consumo cultural, así como la influencia de factores socioeconómicos, políticos y culturales en su desarrollo.

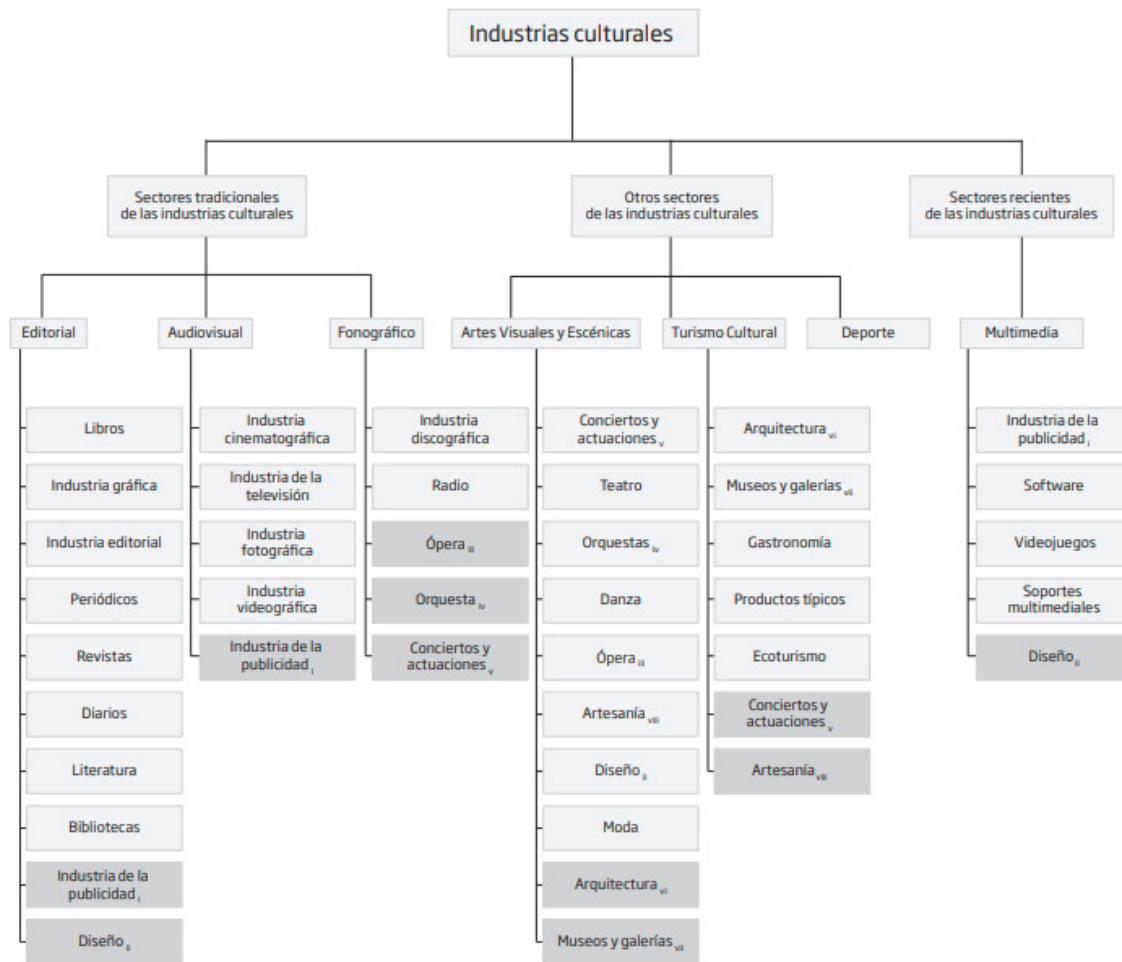
Este enfoque también promueve la participación de los actores involucrados en la gestión de empresas culturales y creativas, considerando sus conocimientos y experiencias como fuentes valiosas de aprendizaje. Se busca fomentar la co-creación del conocimiento, la reflexión crítica y la generación de ideas innovadoras.

Además, se reconoce la importancia de la investigación y la generación de nuevo conocimiento del sector. La epistemología subyacente promueve la exploración de nuevos enfoques, teorías y metodologías que permitan comprender y abordar los desafíos y oportunidades que surgen en estas industrias en constante cambio y crecimiento.

Acerca del análisis de la administración de empresas culturales y creativas, resalta la visión hacia el futuro de este campo en constante evolución. Deben ser considerados factores y tendencias emergentes que, como programa, serán identificados posibles escenarios y desafíos que afectarán la gestión de estas organizaciones y del sector.

El ministerio de cultura de Colombia, en su política para el emprendimiento y la industria cultural, muestra los sectores de la industria como se puede apreciar en la ilustración 1.

#### **Ilustración 12. Sectores de las industrias culturales**



- i La industria de la publicidad pertenece primariamente al sector multimedia y secundariamente a los sectores editorial y audiovisual.
- ii El diseño pertenece primariamente al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente a los sectores editorial y multimedia.
- iii La ópera pertenece primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- iv las orquestas pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- v Los conciertos y actuaciones pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- vi La arquitectura pertenece primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas.
- vii Los museos y galerías pertenecen primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas.
- viii Las artesanías pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector de turismo cultural.

Es de esperar, por ende, un aumento en la demanda de productos y servicios culturales y creativos de los subsectores vistos en la ilustración 1, impulsado por el crecimiento de la economía del conocimiento y el reconocimiento de la importancia de la cultura y la creatividad (UNDP, 2013). Esto presenta oportunidades para la creación de nuevas empresas y la expansión de las existentes. Sin embargo, también implica la necesidad de una gestión eficiente y estratégica para destacar en un mercado cada vez más competitivo.

La digitalización seguirá desempeñando un papel central en la gestión de las empresas culturales y creativas. Los avances tecnológicos serán un eje transformador en la producción, distribución y consumo de contenidos culturales, lo que requerirá nuevas herramientas y enfoques de gestión. La innovación y la adaptabilidad serán claves para mantenerse al día con las tendencias y cambiar los hábitos de los consumidores.

La sostenibilidad también se perfila como un aspecto crucial en la administración de empresas culturales y creativas. El compromiso con la responsabilidad social y ambiental se considera cada vez más importante tanto para los consumidores como para los inversores. Los proyectos deben tener este componente, sumado al de innovación para que las empresas perduren en el tiempo.

Las alianzas estratégicas serán fundamentales para el éxito de las empresas culturales y creativas. La colaboración con otras organizaciones, tanto del ámbito cultural como de sectores afines, permitirá el intercambio de conocimientos, la creación de redes y la generación de proyectos conjuntos o iniciativas de clúster.

El programa de administración de empresas culturales y creativas se fundamenta en una perspectiva interdisciplinaria y holística del conocimiento. Reconoce que la gestión de estas empresas requiere la integración de diferentes disciplinas, como la economía, el diseño, la música, la gestión empresarial, la ingeniería industrial, la comunicación, entre otras.

Finalmente, los tópicos que demanda la profesión se dan entorno a las brechas existentes en materia de planificación, gestión y formulación de proyectos, lo cual deja un campo de acción en el que un administrador de empresas culturales y creativas pueda tener injerencia en los sectores tradicionales y recientes para generar mayores oportunidades y en consecuencia incentivar la productividad y competitividad en el sector. En consecuencia, áreas como la economía, la ingeniería industrial, la gestión empresarial y las que directamente aportan al sector como lo son el diseño industria, la música, las artes plásticas pueden contribuir a formar personas integrales, con sensibilidad por el área de conocimiento y que contribuyan en cada una de estas líneas y posteriormente en su entorno.

### 12.3 ANÁLISIS PROSPECTIVO DE LA PROFESIÓN

La profesión en Administración de Empresas Culturales y Creativas ofrece un prometedor panorama de perspectivas en los contextos actuales y futuros. Según el informe de la (Unesco, 2022) se espera que las economías culturales y creativas globales continúen creciendo, impulsadas por factores como la globalización, la digitalización y la creciente demanda de experiencias culturales y creativas. En ese contexto, la Administración de Empresas por sí sola no logra suplir la necesidad y carencias de este sector, ya que se requiere un acercamiento desde la academia al sector real mediante la constante práctica de los estudiantes, para entender las necesidades de los artesanos, artistas y creativos con el fin de administrar su cadena de valor para hacer más sostenible su actividad.

Por su parte, Brindle & DeVereaux (2011) mencionan, que en un estudio realizado por uno de los editores del libro se entrevistó a más de 100 gestores con el fin de conocer la necesidad de profesionalización. Más del 75% no contaban con estudios en esta área y habían adquirido sus habilidades mediante el trabajo en el sector. En relación con lo anterior, se hace hincapié en que los programas que se gesten desde las universidades no deben abarcar el campo académico únicamente, sino visualizar las oportunidades de interacción con el entorno que deben tener los estudiantes para generar competencias del hacer in situ y complementario con los conocimientos aprendidos en las aulas. Los autores indican que la práctica constante genera en los estudiantes nuevos aprendizajes y nuevas formas de visualizar el mundo para sí mismos y para su carrera, también expresan que el profesional en este campo de estudio en particular, debe combinar las competencias propias de la gestión con el entendimiento de los artísticas, las audiencias y las organizaciones artísticas para lo cual, se debe incluir la flexibilidad dentro del plan de estudios entendida como el acercamiento constante a la realidad en las diferentes ramas de desempeño de la profesión.

Teniendo en cuenta lo anterior, la sinergia entre la profesión del administrador cultural y creativo unido a los sectores que conforman la economía cultural y creativa se hace clara en la medida en que los beneficios potenciales pueden llegar generar un impacto positivo de orden regional, nacional y global.

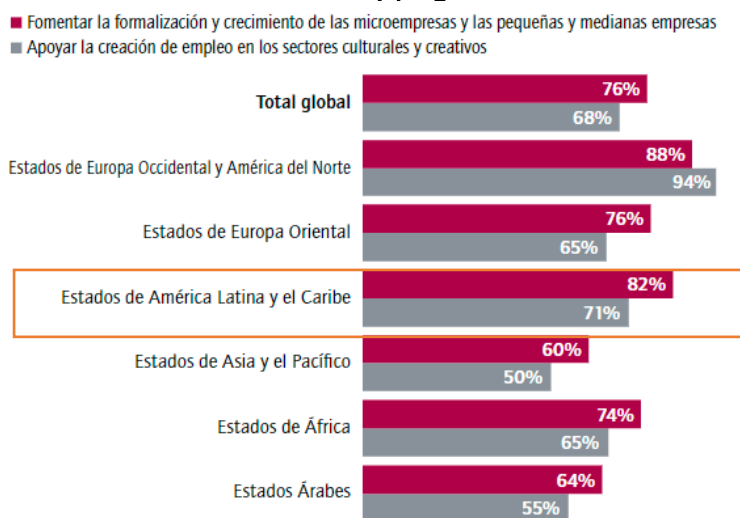
En el marco temporal, el concepto de lo referente al sector cultural y creativo ha venido evolucionando. (Howkins, 2002) define a la economía creativa como los sectores en el que los



bienes y servicios son valorados como propiedad intelectual. Para el 2013, en el libro “La economía naranja, una oportunidad infinita (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013), menciona que la aproximación a la economía de la cultura era reciente para esta época y definen tres aristas comunes; la primera, integra el arte, la creatividad y la cultura como materia prima, la segunda trata sobre la propiedad intelectual y los derechos de autor y finalmente se menciona la función de una cadena de valor creativa. Esto último implica necesariamente la construcción de un ecosistema en el que intervienen personas inmersas en estas aristas desde la creación hasta la gestión. En el último reporte de la (Unesco, 2022) indica que el total de empleos que agencia este sector es de 6,2% a nivel mundial.

En el mundo, varios países se han sumado al fomento y creación de empleo o apoyo al crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector, en la ilustración 2 se evidencian los estados en los que se ha tomado medidas para ello:

**Ilustración 13. Medidas y programas de fomento**



La (Unesco, 2022) expone: “Aunque la demanda de contenidos culturales es actualmente muy alta en todo el planeta, las oportunidades de trabajo cultural y creativo seguirán siendo escasas a menos que se estimule la demanda de diversidad de integrantes en la cadena de valor” por lo tanto, hay un gran potencial de empleabilidad con dificultades para llevar al consumidor final sus productos y servicios.

En plena mitad del siglo XX, el consumo de cultural en Latinoamérica tuvo un incremento significativo (Yáñez Canal, 2018) por ello, se hizo necesario que existiese un “administrador cultural” dotado de una formación especializada en este sector. Cerca de los años 90' y tras una evolución de perspectivas de la organización, se da inicio a una nueva figura, el “gestor cultural” dada principalmente por la búsqueda de dinamizar el trabajo en el sector público y privado. Es así como el significado de ambas disciplinas coexiste y están estrechamente articuladas, con el fin último de potencializar el sector. En este sentido, el profesional en este campo se encargará de gestionar y visualizar no solo la transformación constante del sector en la búsqueda por fortalecer la cultura y la creatividad en su entorno, sino también de la administración de productos y servicios que generan las personas y organizaciones.

Para Colombia, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2022a) reporta que el sector de economías culturales y creativas antes de la pandemia tenía un incremento del 16% entre los años 2014 y 2019, con un valor añadido bruto del 3%. Sin duda, el Covid-19 afectó la empleabilidad del sector con una disminución del 11% en los años 2019 y 2020. Sin embargo, en los primeros trimestres del 2021, hubo un aumento del empleo del 8% en comparación con este mismo periodo del año anterior. La OCDE también anuncia, que las

instituciones públicas fortalecerán sus alianzas, entre otras con el sector de la educación para generar programas en conjunto sobre capacidades empresariales en temas de financiación, dirección de empresas y organizaciones. Si bien el Ministerio de cultura de Colombia afirma que uno de cada tres trabajadores en esta industria es informal, el reto de las personas encargadas de gestionar el sector se hace cada vez más evidente. El Ministerio de trabajo en el 2022 hace alusión a las nuevas competencias para el empleo que arrojan las entrevistas realizadas al sector de artes escénicas en ciudades como Bucaramanga, Barranquilla, Bogotá, Cúcuta, Cartagena, entre otras, entre las cuales destacan: la producción audiovisual, la fotografía, la programación, los gestores culturales, el director de proyectos. Estos organismos gubernamentales son los encargados de promover junto a las instituciones de educación superior, los programas especializados en administración y gestión cultural según la Ley 397 de 1997.

El campo de ejercicio profesional de los graduados del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, se realizó un análisis de profesiones afines como gestores culturales, culture management, culture and creative management y artist management, tanto a nivel nacional como internacional. Estos profesionales tienen la capacidad de desenvolverse en diferentes ámbitos y desempeñar roles clave en la gestión, promoción y desarrollo de proyectos y organizaciones culturales y creativas.

A nivel nacional, los egresados pueden encontrar oportunidades para el ejercicio de su profesión en instituciones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con la cultura, como ministerios de cultura, departamentos de cultura, fundaciones culturales y centros culturales. También pueden trabajar en empresas privadas dedicadas a la producción y distribución de contenido cultural, como editoriales, productoras audiovisuales, agencias de publicidad y compañías de eventos culturales e incluso ser creadores de su propio negocio.

En el ámbito internacional, los profesionales tienen la posibilidad de participar en programas de intercambio y colaboración con organizaciones culturales de otros países. Pueden desarrollarse en proyectos de cooperación internacional, festivales y eventos culturales internacionales, museos, producciones artísticas, teatros, así como en agencias de turismo cultural y organizaciones internacionales dedicadas a la promoción y preservación del patrimonio cultural, siendo relevantes desde la gestión y administración de los procesos y actividades que se generen desde allí.

Además de los sectores tradicionales, los profesionales también pueden explorar nuevas oportunidades en el campo digital. Con el crecimiento de la industria creativa en línea, existen posibilidades de desempeño en plataformas digitales, emprendimientos tecnológicos y empresas de medios digitales, donde se requiere la gestión y promoción de contenido cultural en entornos digitales.

En términos de prospectiva del programa, se espera que el campo de ejercicio profesional de los administradores del sector cultural y creativo siga creciendo y evolucionando. Con la cada vez mayor valoración de la cultura y la creatividad en la sociedad, se generarán más oportunidades laborales en áreas como la gestión de proyectos culturales, la promoción de la diversidad cultural, la economía creativa y la gestión del patrimonio cultural. Su formación les permitirá desempeñarse en diferentes ámbitos y contribuir al desarrollo y promoción de la cultura y la creatividad en diversas organizaciones y proyectos, así como impactar su entorno más cercano.

En este contexto, se hace importante y necesario contar con profesionales que se integren de manera expedita al sector y que impulsen ágilmente los procesos administrativos necesarios para la generación de valor en toda la cadena. Una apuesta importante entonces, es la formación por ciclos propedéuticos donde cada nivel de formación cumple un rol en su desempeño profesional así (Congreso de Colombia, 2002):

Nivel Técnico profesional: busca la formación de carácter operativo e instrumental que, para el caso del técnico profesional en proyectos culturales y creativos, se pretende su participación en la planeación y ejecución de proyectos en las organizaciones y el sector en general, así mismo,

apoyará los procesos de investigación mercadeo y comercialización desde los estudios de las audiencias y patrimonio hasta la evaluación de resultados e impactos de los productos creativos.

**Nivel Tecnológico:** busca la formación en ocupaciones mediante programas de formación académica y especialización. El tecnólogo en gestión cultural y creativa, opera modelos de negocio rentables y sostenibles para las industrias creativas; coordina procesos en las organizaciones e instancias de la industria creativa aplicando criterios de productividad, competitividad y sostenibilidad; fomenta la articulación de actores en procesos de investigación y desarrollo para la obtención de productos innovadores; divulga, promueve y comercializa productos creativos de alto valor agregado.

**Nivel Profesional:** su formación en esta dirigida a la investigación científica o tecnológica; formación en disciplinas y la producción, desarrollo y transmisión del conocimiento, por tanto, el administrador de empresas culturales y creativas será competente en la planeación, organización, dirección y control de las diferentes etapas de un proyecto en el sector cultural y creativo, asimismo, gestiona los recursos organizacionales y sectoriales de las economías creativas, culturales y de los saberes, reconociendo y valorando el patrimonio y la diversidad cultural para aportar al diseño de productos y servicios creativos y a la construcción y puesta en marcha de proyectos, planes y políticas contextualizadas a situaciones sociales. Propone programas y políticas públicas orientadas a la gestión de las economías culturales y creativas y representa la diversidad de líneas, con el fin de establecer proyectos generadores de valor en toda la cadena. Será competente para trabajar individualmente y en equipo con el fin de generar nuevo conocimiento, proponer proyectos y estrategias en su quehacer disciplinar para la articulación de actores y capacidades que apoyen el crecimiento y la consolidación de la industria regional, nacional y global.

Según el (DANE, 2022) en el primer trimestre del año 2022 hubo un registro de 21.186 personas ocupadas más que en este periodo del 2021, el crecimiento fue del 4,3% para este sector como se puede apreciar en la ilustración 3:

**Ilustración 14. Población ocupada según áreas, economía cultural y creativa**

Áreas	I trimestre		Tasa de crecimiento (%)
	2021	2022	2022/2021
Artes y Patrimonio	170.620	175.844	3,1
Industrias Culturales	75.899	81.494	7,4
Creaciones Funcionales	242.008	252.375	4,3
<b>TOTAL</b>	<b>488.527</b>	<b>509.713</b>	<b>4,3</b>

*Fuente: DANE*

El marco nacional de cualificaciones en el área de cualificación: AVEM / Audiovisuales, Artes Escénicas y Música. Área de economía naranja: Industrias Culturales y en el área de cualificación: AVEM / Audiovisuales, Artes Escénicas y Música Área de economía naranja: Artes y Patrimonio-Artes escénicas, destacan el esfuerzo de algunas universidades, principalmente ubicadas en Bogotá, de tener programas enfocados en la gestión cultural, sin embargo, las brechas se siguen manteniendo en sectores como el de la música, el cual aporta funciones específicas como: Formulación, gestión, implementación y evaluación de planes y proyectos musicales, planeación estratégica, planes de sostenibilidad y consecución de financiación.

El programa se proyecta al futuro no solo contribuyendo al mejoramiento del sector, sino también al **logro del proyecto educativo institucional**, de tal forma que; consiga la articulación de los grupos de investigación existentes en las diferentes líneas para lograr la interdisciplinariedad a nivel curricular, pero también para potenciar el campo de acción de sus estudiantes en cada uno de los

niveles de formación y posteriormente en sus egresados. En su puesta en marcha, se ve fortalecido en su formación por las constantes estrategias de enseñanza - aprendizaje al interior y fuera del aula, espacialmente mediante los núcleos problémicos abordados desde el aprendizaje basado en proyectos y el aprendizaje experiencial. Asimismo, el programa generará estrategias de multilingüismo dentro de sus actividades académicas, con lo cual, el estudiante tendrá la opción de acercarse a otras culturas y formas de pensar.

Uno de los pilares para tener en cuenta es la educación de calidad como bien lo plantean los objetivos de desarrollo sostenible, especialmente en la meta 4.4, la cual propone aumentar las competencias de los jóvenes y adultos, con orientación a carreras técnicas y profesionales con miras a incrementar la empleabilidad y el emprendimiento.

La dimensión sociopolítica y legal del contexto es fundamental para identificar las necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales que pueden ser atendidas por un profesional en Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos en cada uno de sus niveles de formación. En el ámbito local y regional, la comprensión de las políticas en torno a las economías culturales y creativas vigentes, así como de las regulaciones legales relacionadas como la protección de los derechos de autor, la propiedad intelectual e incluso las patentes entre otras, son cruciales para desarrollar estrategias y proyectos que los profesionales en este campo puedan impulsar el sector y fomenten la participación ciudadana en la cultura y la creatividad. A nivel nacional, el análisis de las políticas culturales y creativas del país, así como de los marcos legales y las oportunidades de financiamiento disponibles, permite identificar que las necesidades más recurrentes encontradas en la encuesta a personas vinculadas al sector, las cuales se enfocan en la promoción, aspectos relacionados con temáticas financieras, capacidad para formular y desarrollar proyectos, así como la protección y desarrollo del sector. A nivel internacional, la investigación de acuerdos, convenciones y tratados en el ámbito cultural y creativo permite comprender las dinámicas globales, identificar tendencias y oportunidades de colaboración transnacional tan necesarias para desarrollar las actividades pertenecientes a este ámbito de la economía.

En este sentido, la formación académica en Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos se posiciona como una perspectiva para quienes quieren trabajar en un campo en crecimiento y contribuir al desarrollo y promoción de la cultura y la creatividad de la sociedad.

### **12.3.1 Necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales, en el área de conocimiento del programa**

De acuerdo con (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013), La economía naranja: una oportunidad infinita, este sector representó el 6,1% de la economía global del año 2005, Siendo el mayor contribuyente de Estados Unidos con un 38% de los 4.2 mil millones de dólares reportados. Según la revista semana en Colombia, durante el gobierno de Iván Duque, el PIB creció en un 12,19%, pero es de resaltar que el PIB en el sector cultural y creativo tuvo un crecimiento bastante notable del 60,46% cuya participación en el PIB del país fue del 2,3% para el 2021 y de 3,23% para mediados del 2022. Se debe tener en cuenta que a nivel mundial las personas están gastando más en entretenimiento y el incremento también guarda relación con las políticas públicas propuestas durante este periodo de gobierno.

En el campo de la economía cultural y creativa a nivel internacional, se evidencian diversas necesidades que requieren la intervención de profesionales en administración de empresas culturales y creativas. Según el informe de la UNESCO llamado "Creative Economy Report 2013: Widening Local Development Pathways", destaca la importancia de desarrollar

estrategias innovadoras para fortalecer la economía cultural y creativa, promoviendo la generación de empleo, el fomento de la creatividad y la preservación del patrimonio cultural. Además, el libro "The Creative Industries: Culture and Policy" de Terry Flew (2012) resalta la necesidad de gestionar adecuadamente los recursos culturales y creativos, establecer alianzas estratégicas y aplicar enfoques empresariales para impulsar el crecimiento sostenible en este sector. Asimismo, el artículo "Cultural and Creative Industries: A Literature Review" de David Hesmondhalgh y Sarah Baker (2010) resalta la importancia de la planificación estratégica, la gestión de la innovación y el desarrollo de habilidades empresariales para el éxito de las organizaciones culturales y creativas a nivel internacional. En este contexto, los profesionales en administración de empresas culturales y creativas pueden intervenir en la identificación de oportunidades de negocio, la gestión de proyectos culturales internacionales, el diseño de estrategias de comercialización y la aplicación de modelos de gestión efectivos. Países como Australia, Reino Unido, Estados Unidos, Países Bajos, entre otros, llevan la delantera en la formación de profesionales que administren este rubro tan importante de la economía, sin embargo, al ser un región significativo en Colombia, el contribuir con la educación formal en este campo, fortalece al empresariado y al sector en general, potencializando sus productos y servicios a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, en el tema de educación a nivel de formación técnica, tecnológica y profesional, se encuentran amplias brechas debido a la escasez de oferta en el país. Es así como en el documento (Conpes 3659, 2010) , identifica un eje problemático relacionado con la ineficiente oferta educativa especializada, ya que la oferta disponible para atender estas necesidades no tiene la suficiente cobertura a nivel regional.

El (Council, 2016), analizó los vacíos para la toma de decisiones a nivel gerencial en el área de las industrias culturales y creativas, ya que la oferta de programas en esta área es mínima y la personas que llegan a este tipo de cargos no cuentan con las competencias necesarias para afrontar los desafíos y retos que presenta la industria.

En Colombia, no existen programas de pregrado con un objetivo de formación igual al del programa en Administración de Empresas Culturales y Creativas. Las necesidades de formación han sido suplidas por los programas de pregrado y posgrado en Gestión Cultural, que evolucionaron de los diferentes ofertas de formación no formal y diplomados, que el gobierno nacional conformó de la mano de diferentes universidades para afrontar una situación particular que surge durante los años 90's cuando el gobierno adopta una postura neoliberal, de apertura económica, ajuste -reducción del Estado y abolición de proteccionismo, acompañado de una nueva Constitución Política (1991) que orienta al Estado a prestar mayor atención a los asuntos culturales e identitarios de la nación y que deriva en la promulgación de una Ley de Cultura, la conformación de un Sistema de Cultura y posteriormente de un Ministerio de Cultura.

Lo anterior generó la primera ola de la Gestión Cultural en el país, desarrollando programas de formación que por una parte fortalecieran la labor de conservación y potenciación de las identidades culturales y a su vez proporcionaran los conocimientos requeridos para la formulación de proyectos culturales que le permitiera a las comunidades, artistas y gestores acceder a los diferentes recursos que ofrecía el estado a través de convocatorias y fondos concursables, para de esta manera lograr la autogestión y sobrevivencia de sus iniciativas.

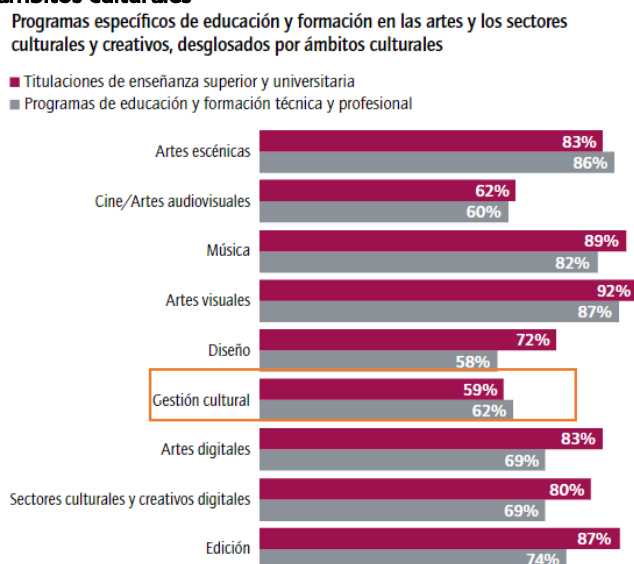
La segunda ola que es la actual, inicia hace aproximadamente 17 años cuando, observando los resultados obtenidos en Australia y posteriormente en Reino Unido del potencial económico de la industria, se decide realizar un mapeo del sector en 2002 encontrándose que, al monetizar los productos y servicios culturales y creativos se podría apalancar el crecimiento económico del país. El gobierno empieza entonces a establecer lineamientos para apoyar el sector y a crear un marco normativo que los soportara, ejemplo de ello es el establecimiento de la Ley Naranja,

Ley 1834 de 2017, por medio de la cual se fomenta la economía creativa. Este contexto es entendido por las instituciones de educación superior quienes profundizan en sus programas conocimientos administrativos como mercadeo y finanzas.

Para profundizar en el análisis de oferta y demanda, remitirse al numeral 2.6.1 estado de la demanda de formación a nivel nacional - necesidades de formación de los jóvenes, donde se lleva a cabo el estudio de mercados centrado en dos públicos. El primer público son 405 estudiantes de colegios públicos y privados de la región, cuya edad promedio es de 16 años. El segundo público está conformado 145 personas pertenecientes al sector de la economía creativa y cultural de la región. Este estudio se realiza a fin de conocer de primera mano las necesidades y preocupaciones propias del sector a nivel regional y cómo desde la academia se puede contribuir a la mejora de este. Así mismo, reconocer a quienes son los directamente interesados en hacer parte del programa y su recibimiento como nueva oferta en la región.

En el reporte sobre políticas para la creatividad realizado (OCDE, 2022b) afirma que la formación en cultura y creatividad tiene un número de programas significativo, pero aún falta formación en competencias digitales y gestión cultural.

**Ilustración 15. Programas específicos de educación y formación en las artes y los sectores culturales y creativos, desglosados por ámbitos culturales**



Fuente: BOP Consulting (2021).

Como se puede observar en la ilustración 4, el menor porcentaje (59% y 62%) de la formación a nivel técnico, tecnológico y profesional del sector creativo y cultural respectivamente, se da en la gestión cultural, quienes son los responsables de la administración, del planteamiento de políticas públicas y proyectos que intervienen en las diferentes líneas de incidencia del sector. Es allí donde surge la importancia de desarrollar programas con perfiles que apoyen desde lo administrativo a los artistas y creativos asegurado la sostenibilidad organizacional y sectorial.

Como parte importante del perfil, las áreas de profundización relevantes para el programa propuesto y que a su vez están fortalecidas con programas de gran trayectoria en la Universidad Industrial de Santander son: la música, las artes plásticas y el diseño industrial. Para dos de estas áreas, el marco nacional de cualificaciones encuentra brechas a tener en cuenta ya que serán de gran interés para el programa propuesto por las necesidades que se plantean en este análisis.

En música, se evidencia la necesidad de fortalecer las capacidades de gestión empresarial de las organizaciones musicales nombradas en el documento de brechas de capital humano como

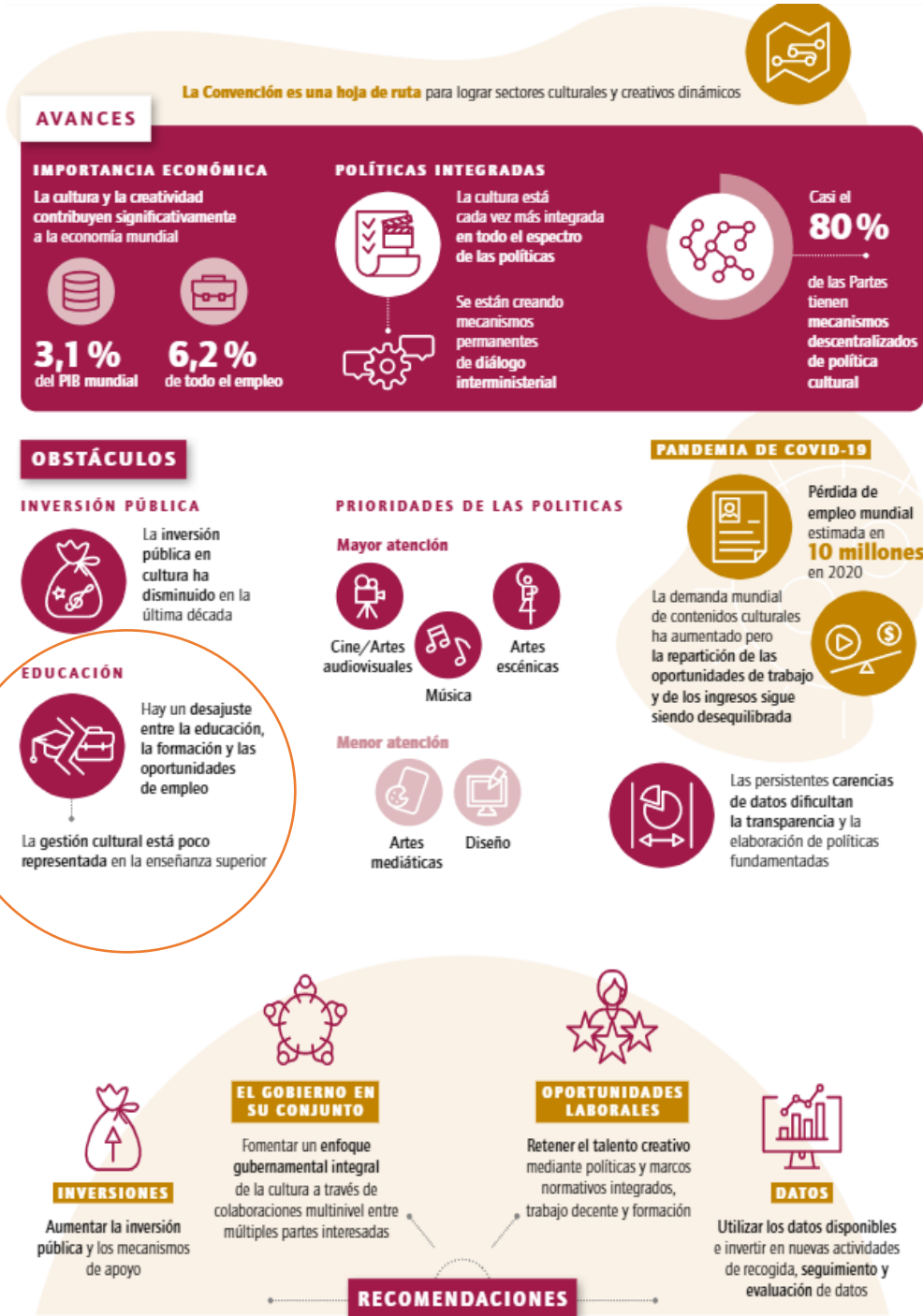
director de organización musical (MEN, 2022), así como la importancia de fomentar la profesionalización y formación en áreas como la administración, el derecho de autor, la gestión de derechos de propiedad intelectual, la gestión de contratos y la promoción de la música a nivel nacional e internacional, planeación estratégica, administración de recursos financieros y humanos.

Se menciona también, a la agrupación de las artes de manera general, las cuales requieren de un apoyo integral que aborde sus necesidades específicas, tales como la promoción, la gestión empresarial y el acceso a recursos financieros. Es fundamental para esta área fomentar la colaboración y la creación de redes, promover políticas y programas que impulsen la difusión y el reconocimiento de las obras de arte en el este ámbito.

En términos generales se hace referencia al gestor cultural con las competencias mencionadas anteriormente, donde se resalta de manera transversal deficiencias para el nivel técnico en comunicación escrita, el trabajo en equipo, la escritura de informes de gestión, la cultura para el desarrollo sostenible y en los niveles tecnológicos y profesionales la formación de públicos y las estrategias de financiación.

La relevancia de la puesta en marcha del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas, aumenta con gran rapidez, ya que la industria se encuentra en constante crecimiento, pero con carencias a nivel de gestión de toda su cadena productiva. En la ilustración 5, muestra la hoja de ruta propuesta por la (Unesco, 2022) y los avances de la industria:

**Ilustración 16. Hoja de ruta propuesta por la UNESCO para lograr sectores culturales y creativos más dinámicos**



Fuente: UNESCO, 2022

En el contexto económico actual de Colombia, el sector de las empresas culturales y creativas ha adquirido una relevancia significativa como motor de desarrollo y generador de empleo. Según el informe del Observatorio de Economía Creativa del Ministerio de Cultura del 2018, este sector ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, contribuyendo de manera significativa al Producto Interno Bruto (PIB) del país como se mencionó anteriormente. Además, se ha observado un aumento en la demanda de productos y servicios culturales, tanto a nivel nacional como internacional, lo que ha generado nuevas oportunidades de negocio y ha



impulsado la innovación en este campo (Pérez, 2017). La diversidad y riqueza cultural de Colombia, sumada al talento creativo de sus habitantes, ha posicionado al país como un referente en la industria creativa a nivel regional y global (Gómez & Gutiérrez, 2016). Sin embargo, a pesar de estos avances, el sector aún enfrenta desafíos en términos de acceso a financiamiento, protección de la propiedad intelectual y desarrollo de capacidades empresariales (Observatorio de Economía Creativa, 2018). En este contexto, la formación de profesionales en gestión de empresas culturales y creativas se presenta como una necesidad imperante, para fortalecer el sector y promover su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

En el contexto actual de Colombia, el sector económico cultural y creativo es importante como motor de desarrollo y como generador de empleo. Según el Observatorio de Cultura y Economía del Ministerio de Cultura, la industria ha seguido desarrollándose en los últimos años, contribuyendo significativamente al producto interno bruto del país. Además, la creciente demanda de bienes y servicios culturales a nivel nacional e internacional crea nuevas oportunidades de negocio y promueve la innovación en este campo. La diversidad y riqueza cultural de Colombia, combinada con el talento creativo de su gente, han convertido al país en un referente para las industrias creativas regionales y globales (Luzardo, de Jesús & Pérez, 2017). Sin embargo, a pesar de estos logros, el sector aún enfrenta desafíos relacionados con el acceso a la financiación, la protección de la propiedad intelectual y el desarrollo de capacidades empresariales (Ministerio de Cultura, 2019).

Así mismo, el desarrollo de la cultura y los emprendimientos creativos es fundamental para la formación de la identidad, la promoción de la diversidad cultural y la creación de impacto social. Según un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2018), estas empresas promueven la inclusión social al brindar oportunidades de empleo y fomentan el emprendimiento a diversos grupos de población, como jóvenes, mujeres, comunidades minoritarias y grupos desfavorecidos. También promueven el compromiso cívico, el diálogo intercultural, la valoración del arte y las expresiones culturales locales (Secretaría de desarrollo económico, 2018). Sin embargo, desafíos como la accesibilidad cultural, la igualdad de género y la protección del patrimonio cultural pueden abordarse a través de políticas públicas.

A nivel tecnológico, tanto nacional como internacionalmente, el sector se encuentra en una era de transformación digital impulsada por la pandemia y que ha tenido un profundo impacto en la cadena productiva del sector. En Colombia, el uso de las tecnologías digitales en este campo ha crecido tanto en la creación de contenidos multimedia como en la implementación de estrategias de marketing y publicidad (Redondo Méndez & Hernández Acosta, 2019). La introducción de plataformas en línea, redes sociales y herramientas de gestión digital ha permitido a las empresas culturales y creativas llegar a un público más amplio y diverso y crear conexiones directas con las audiencias. Sin embargo, es importante considerar lo relacionado a los derechos de propiedad intelectual, la seguridad en entornos digitales para garantizar que la adopción de tecnología sea inclusiva y sostenible en este sector (OCDE, 2018).

Atendiendo a lo indicado en el decreto 1330 de 2019 con respecto al pronunciamiento sobre los ciclos propedéuticos sección 7, artículo 2.5.3.2.7.1, se debe propender por preparar a las personas para dar continuidad a su formación en educación superior y se espera que los programas tengan características tales como flexibilidad, secuencialidad y que sean complementarios. Cada uno de los programas que conformen el proceso de formación deben conducir a un título que lo habilite para su desempeño laboral, según lo definido en la ley 749 de 2002 "Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades

de formación técnica profesional y tecnológica, y se dictan otras disposiciones". La institución entonces debe garantizar un perfil pertinente para cada una de las titulaciones, lo cual permitirá que el egresado se inserte con eficacia al mercado laboral y que tenga la posibilidad de continuar con su formación en los siguientes niveles si bien lo requiere.

## 12.4 ESTADO DE LA FORMACIÓN EN EL ÁREA DE CONOCIMIENTO DEL PROGRAMA EN LOS ÁMBITOS INTERNACIONAL, NACIONAL Y LOCAL

### Oferta Internacional

A nivel internacional, países como Australia, Reino Unido, Alemania y Países bajos, han venido consolidando su oferta académica a fin promover y gestionar a los diferentes actores que intervienen en estos procesos.

A medida que las economías culturales y creativas continúan creciendo y evolucionando en todo el mundo, se ha producido un aumento en la demanda de profesionales capacitados en la gestión de estas. Como resultado, a nivel mundial, las universidades han creado programas de pregrado y posgrado que ofrecen una formación actualizada en temas relacionados con la gestión de las diferentes figuras que intervienen en ellas. En este sentido, analizar la oferta académica a nivel internacional puede proporcionar información valiosa sobre las tendencias actuales, los enfoques pedagógicos y las metodologías utilizadas en diferentes programas, lo que a su vez puede ayudar a desarrollar programas educativos más efectivos y relevantes para las nuevas generaciones.

Es así, como en la tabla 1. Se observa la Oferta internacional en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto, la cual recopila la información encontrada en el QS World University Rankings 2022-2023, ranking que abarca el nivel de internacionalización de la institución, la reputación académica de la universidad y de sus trabajadores, la calidad de la docencia y el porcentaje de estudiantes por profesor. Con base en la consulta de este ranking se realizó una búsqueda particular en las páginas web de las universidades que se describen a continuación, se hace evidente que estos países, han generado apuestas importantes en el sector que contiene a la economía cultural y creativa, por ende, las universidades han desarrollado programas que integran la administración y gestión de empresas con las artes, la cultura y la creatividad:

**Tabla 38. Oferta internacional en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto**

Nivel de Formación	País	Programa	Universidad	Modalidad	Duración
Pregrado	Australia	Bachelor of Creative Industries / Bachelor of Innovation and Entrepreneurship	The University of Newcastle, Australia	Presencial	4 años
Pregrado	Australia	Bachelor of Business/Bachelor of Creative Industries	Queensland University of Technology	Presencial	4 años
Pregrado	Reino Unido	Creative and Cultural Industries: Art Direction BA (Hons)	Kingston University	Presencial	3 años
Pregrado	Reino Unido	BA (Hons) Business of the Creative Industries	University of York	Presencial	3 años
Pregrado	Países Bajos	Bachelor in Creative Business, Media Management	Stenden University of Applied Sciences	Presencial	3 años

Nivel de Formación	País	Programa	Universidad	Modalidad	Duración
Pregrado	Berlin, Alemania	B.A. Creative Industries Management	SRH Berlin University of Applied Sciences	Presencial	3 años y medio
Pregrado	Países Bajos	Bachelor in Creative Business	Breda University of Applied Sciences	Presencial	4 años

Fuente. Elaboración propia.

Los programas mencionados en la tabla 1, se puede observar una tendencia en duración de 3 años y medio para licenciaturas o programas de pregrado y la modalidad de formación es presencial. Así mismo, se destaca la formación a través de ciclos de mayores y menores. En el caso de los “mayores”, se encuentran relacionados con los conocimientos y actividades académicas que forman habilidades y destrezas para el ejercicio profesional. Se incluyen las actividades académicas indispensables para la formación y sin los cuales la titulación perdería su carácter. Por su parte en los “menores”, se profundiza en el área de su disciplina o se amplía el conocimiento en el campo de formación o en campos complementarios que atienden una necesidad o interés social, es flexible en tanto que el estudiante puede seleccionar las actividades académicas de una oferta institucional coherente con los propósitos de cada escuela o facultad.

Debido a que los sistemas de educación en los países de referencia a nivel internacional son diferentes, se consultó el portal web de Colombia aprende con el fin de conocer si la formación técnica y tecnológica se incluye en los países consultados. Los resultados se encuentran en la tabla 2, la cual es tenida en cuenta para el análisis de la tabla 2 donde se realiza un análisis comparativo de la oferta, profundizando en las características de cada programa:

**Tabla 39. Comparativo de los sistemas de educación de los países consultados**

País	Nivel Técnico – Profesional	Nivel Tecnológico	Nivel Profesional
Colombia	Técnico Profesional 2 Años	Tecnólogo 3 Años	Título Profesional Universitario 4-5 Años
Australia	Professional High-quality Vocational Education and Training- (VET) 1-2 Años	No aplica	Bachelor's Degree, Bachelor's Honours 3-5 Años
Reino Unido	No aplica	No aplica	Bachelor 3 a 4 años
Países Bajos	Associate's Degree 2 Años	Associate's Degree 2 Años	Bachelor's Degree (WO) Research University 3 Años
Alemania	Zertifikat der Handels- und Fachschule (Certificado de escuela comercial y técnica) 2 Años	Zertifikat der Handels- und Fachschule (Certificado de escuela comercial y técnica) 2 Años	Zertifikat der Handels- und Fachschule (Certificado de escuela comercial y técnica) 3 Años

*Elaboración: Propia a partir de la información de Colombia aprende, Ministerio de Educación Nacional*

Como se puede apreciar en la tabla 2, en Colombia se encuentran los niveles de formación en pregrado desde el nivel técnico, hasta el nivel profesional universitario. Por su parte, Australia, los Professional High-quality Vocational Education and Training- (VET) o cursos VET en son programas de educación y formación que se ofrecen a través del sistema de educación vocacional y técnica (VET, por sus siglas en inglés). Estos cursos están diseñados para proporcionar a los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar una amplia variedad de trabajos en diferentes industrias y sectores según el portal de información prostudy Australia, sin embargo, en el listado de estos programas no se encuentran incluidos aquellos que tengan relación con proyectos o administración de la economía cultural y creativa.

En el caso de Reino Unido, la formación a nivel técnico y tecnológico no se encuentra incluida en el sistema. Para Países Bajos, tanto el nivel técnico como el nivel tecnológico van de la mano y se denominan Associate's Degree o tecnicatura superior. Sin embargo, no se encuentran programas relacionados en este nivel, que involucren administración y gestión en conjunto con la cultura, la creatividad y las artes. Alemania por su parte cuenta con un Zertifikat der Handels- und Fachschule o Certificado de escuela comercial y técnica, brindado por universidades técnicas, sin embargo, se concentran en las siguientes áreas de conocimiento: Informática, Ingeniería, Ciencias Naturales, Datos y análisis, Tecnología de la Información, Matemáticas, Arquitectura, según el portal web de la Universidad Técnica de Múnich. No se encuentra relación entre este nivel de formación y programas enfocados a proyectos, gestión o administración de la cultura y el arte. Por lo anteriormente expuesto, en el análisis comparativo de la oferta solo se tienen en cuenta los Bachelor, los cuales son comparables con la formación profesional en proyectos, gestión, administración que involucren a la cultura y el arte.

### Oferta Nacional

**Tabla 40. Oferta nacional en el área de conocimiento, abarcando todos los niveles de formación**

Nivel de Formación	Programas	Modalidad (promedio)					Créditos académicos (promedio)	Duración (promedio en años)
	(Totales)	Presencial	A distancia	Virtual	Combinada	Dual		
<b>2017</b>								
Tecnológica	2	2					103	3 y medio
Universitaria	5	4	1				139	4 años y medio
Especialización Universitaria	5	3	1				29	1 año
Maestría	2	2					38	3 años y medio
<b>2018</b>								
Técnica Profesional	1	1					70	2 años
Tecnológica	3	3					107	2 años y medio
Universitaria	4	3	1				141	4 años y medio
Especialización Universitaria	3	2	1				29	1 año
Maestría	2	2					38	1 año y medio
<b>2019</b>								
Técnica Profesional	1	1					70	2 años
Tecnológica	2	2					103	3 años
Universitaria	6	5	1				141	4 años
Especialización Universitaria	4	3	1				29	1 año
Maestría	5	5					46	2 años
<b>2020</b>								
Técnica Profesional	1	1					70	2 años
Tecnológica	4	4					107	3 años
Universitaria	7	5	2				141	4 años
Especialización Universitaria	6	4	1	1			27	1 año
Maestría	6	6					48	2 años
<b>2021</b>								
Técnica Profesional	1	1					70	2 años

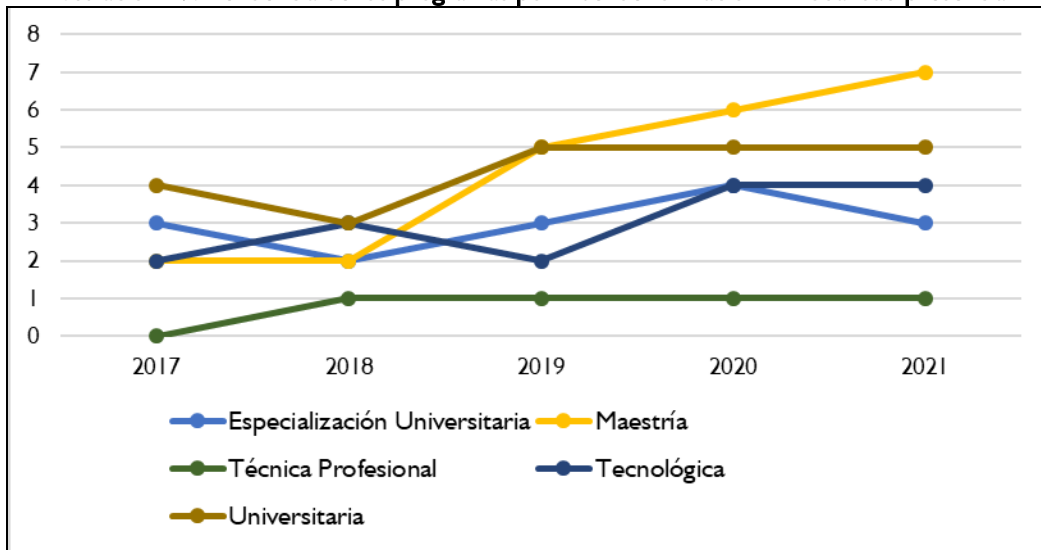
Tecnológica	4	4					107	3 años
Universitaria	7	5	2				141	4 años
Especialización Universitaria	5	3	1	1			27	1 año
Maestría	7	7					47	2 años

Fuente. Elaboración propia a partir de información de SNIES

En los últimos años, Colombia ha experimentado un creciente interés en el desarrollo de programas de pregrado y posgrado en el campo de las industrias culturales y creativas. Como resultado, algunas de las instituciones de educación superior del país han creado programas académicos que ofrecen una formación rigurosa y actualizada en temas relacionados con la gestión de las industrias culturales y creativas. El objetivo de analizar la oferta de programas de pregrado y posgrado en Colombia es proporcionar información valiosa sobre las tendencias actuales, en cuanto a modalidades de formación, créditos académicos y duración de los programas, se realizó una búsqueda de información de los programas académicos ofertados en los últimos 5 años, cuya información reposa en el SNIES, (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior), con el fin de desarrollar un programa educativo más efectivo, relevante y pertinente para los diferentes actores involucrados en las economías culturales y creativas a nivel regional que impacten en el orden nacional y mundial.

Como se puede observar en la ilustración 6. La tendencia de los programas en Colombia, pertenecientes a los diferentes niveles de formación durante los años 2017 al 2021, ofertados de manera presencial, han sido de crecimiento para el caso de las maestrías y la formación universitaria de pregrado y el nivel tecnológico. Sin embargo, para el nivel de formación técnico profesional se ha mantenido y la oferta de especializaciones universitarias ha tenido un leve descenso.

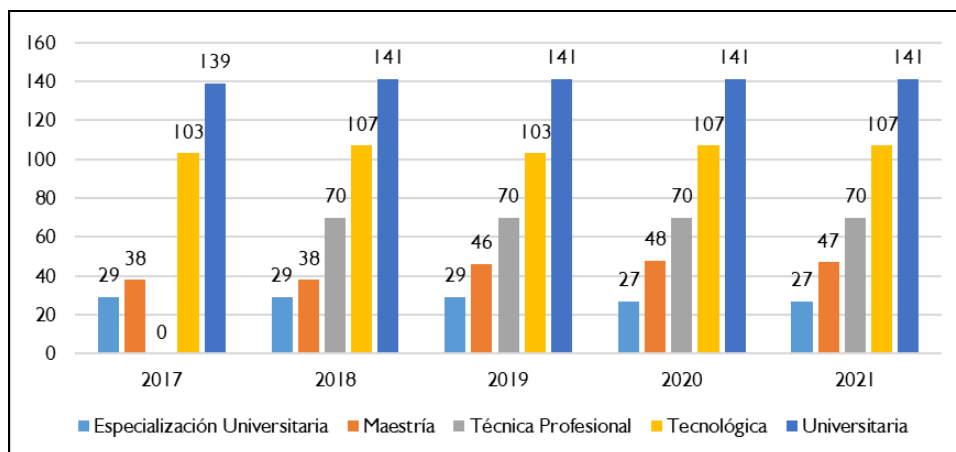
**Ilustración 17. Tendencia de los programas por nivel de formación – modalidad presencial**



Durante los años revisados, se presentan dos programas con la modalidad de formación a distancia, de nivel de formación universitaria, un programa de especialización universitaria en modalidad a distancia y una especialización en modalidad virtual.

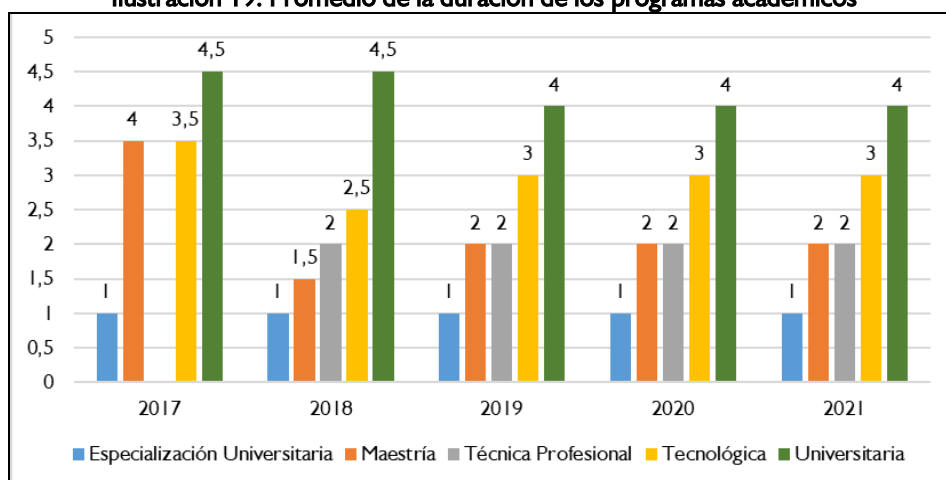
En la ilustración 7. Se puede apreciar el promedio de créditos académicos en los años 2017 al 2021, por nivel de formación.

**Ilustración 18. Promedio de créditos académicos por nivel de formación**



Así mismo, en la ilustración 8, da cuenta del promedio de la duración de los programas académicos en los diferentes niveles de formación durante los últimos 5 años analizados, siendo el nivel universitario de pregrado el que cuenta en promedio con 4 años de duración.

**Ilustración 19. Promedio de la duración de los programas académicos**



Finalmente, se puede concluir que no se encuentran programas en las modalidades combinadas o dual durante la ventana de observación.

#### A nivel nacional

**Tabla 41. Oferta representativa en otras regiones del país, en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto**

Programa	Universidad	Año	Municipio	SNIES	Fecha de Registro	Modalidad	Créditos académicos	Periodicidad de admisión	Duración (periodos)
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	2017	Bogotá D.C.	105663	22/06/2016	Presencial	111	Semestral	7
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, - F.C.E.C.E.P.		Cali	104351	8/04/2015	Presencial	94	Semestral	6
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia		Manizales	16914	15/01/2016	Presencial	143	Semestral	9
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Sonsón	102538	n/a	Presencial	132	Semestral	8

Programa	Universidad	Año	Municipio	SNIES	Fecha de Registro	Modalidad	Créditos académicos	Periodicidad de admisión	Duración (periodos)	
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Andes	103797	n/a	Presencial	132	Semestral	8	
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá D.C.	53924	12/07/2021	Presencial	144	Semestral	8	
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá D.C.	90938	16/11/2010	Distancia (virtual)	144	Semestral	9	
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2018	Envigado	106941	24/05/2018	Presencial	70	Semestral	4	
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, - F.C.E.C.E.P.		Cali	104351	8/04/2015	Presencial	94	Semestral	6	
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango		Envigado	54416	18/07/2016	Presencial	116	Semestral	3	
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica		Bogotá D.C.	105663	22/06/2016	Presencial	111	Cuatrimestral	7	
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia		Manizales	16914	15/01/2016	Presencial	143	Semestral	9	
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Sonsón	102538	n/a	Presencial	132	Por cohorte	8	
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá D.C.	53924	12/07/2021	Presencial	144	Semestral	8	
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá D.C.	90938	16/11/2010	Distancia (virtual)	144	Semestral	9	
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango		2019	Envigado	106941	24/05/2018	Presencial	70	Semestral	4
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -			Cali	104351	8/04/2015	Presencial	94	Semestral	6
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	Bogotá, D.C.		105663	22/06/2016	Presencial	111	Semestral	7	
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	Bogotá, D.C.		53924	12/07/2021	Presencial	144	Semestral	8	
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	Andes		103797	n/a	Presencial	132	Semestral	8	
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	Manizales		16914	15/01/2016	Presencial	143	Semestral	9	

Programa	Universidad	Año	Municipio	SNIES	Fecha de Registro	Modalidad	Créditos académicos	Periodicidad de admisión	Duración (periodos)
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia		La Paz	108084	8/07/2019	Presencial	150	Semestral	9
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá, D.C.	90938	16/11/2010	Distancia (virtual)	144	Semestral	9
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Sonsón	102538	n/a	Presencial	132	Semestral	8
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2020	Envigado	106941	24/05/2018	Presencial	70	Semestral	4
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -		Cali	104351	8/04/2015	Presencial	94	Semestral	6
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica		Bogotá, D.C.	105663	22/06/2016	Presencial	111	Semestral	7
Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango		Envigado	106942	24/05/2018	Presencial	108	Semestral	6
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango		Envigado	54416	18/07/2016	Presencial	116	Semestral	3
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá, D.C.	53924	12/07/2021	Presencial	144	Semestral	8
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Andes	103797	n/a	Presencial	132	Semestral	8
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia		Manizales	16914	15/01/2016	Presencial	143	Semestral	9
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia		La Paz	108084	8/07/2019	Presencial	150	Semestral	9
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá, D.C.	90938	16/11/2010	Distancia (virtual)	144	Semestral	9
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Sonsón	102538	n/a	Presencial	132	Semestral	8
Gestión Cultural Y De Industrias Creativas	Universidad Del Magdalena - Unimagdalena		Santa Marta	108899	18/12/2019	Distancia (tradicional)	142	Semestral	9
*Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango		2021	Envigado	106941	24/05/2018	Presencial	70	Semestral
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -	Cali		104351	8/04/2015	Presencial	94	Semestral	6



Programa	Universidad	Año	Municipio	SNIES	Fecha de Registro	Modalidad	Créditos académicos	Periodicidad de admisión	Duración (periodos)
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica		Bogotá, D.C.	105663	22/06/2016	Presencial	111	Semestral	7
*Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango		Envigado	106942	24/05/2018	Presencial	108	Semestral	6
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango		Envigado	54416	18/07/2016	Presencial	116	Semestral	3
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá, D.C.	53924	12/07/2021	Presencial	144	Semestral	8
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Andes	103797	n/a	Presencial	132	Semestral	8
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia		Manizales	16914	15/01/2016	Presencial	143	Semestral	9
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia		La Paz	108084	8/07/2019	Presencial	150	Semestral	9
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN		Bogotá, D.C.	90938	16/11/2010	Distancia (virtual)	144	Semestral	9
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia		Sonsón	102538	n/a	Presencial	132	Semestral	8
Gestión Cultural Y De Industrias Creativas	Universidad Del Magdalena - Unimagdalena		Santa Marta	108899	18/12/2019	Distancia (tradicional)	142	Semestral	9

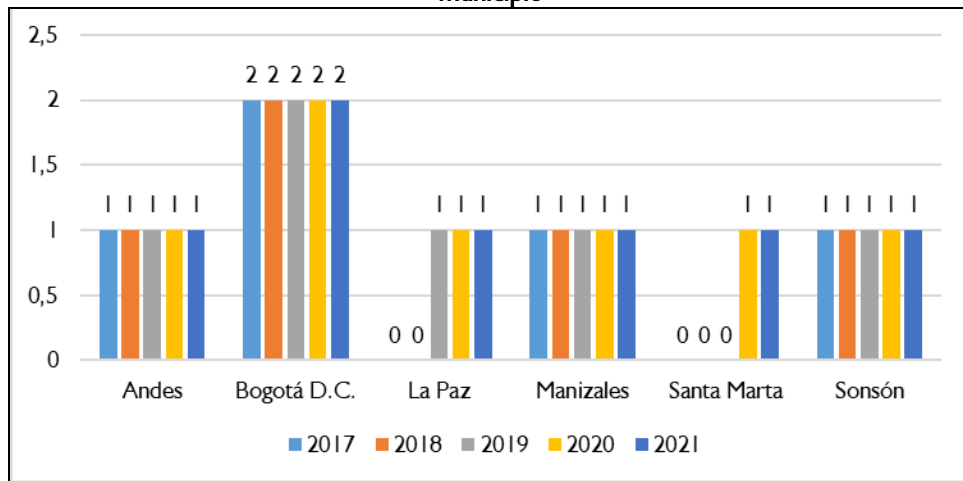
Fuente. SNIES

\*Cabe resaltar que los programas propuestos por ciclos propedéuticos en Colombia pertenecen al Tecnológico de Artes Débora Arango en los niveles de formación técnico profesional y Tecnológico y son los programas de técnica profesional en ejecución de proyectos culturales y tecnología en coordinación de proyectos culturales.

En la tabla 4, se observa la oferta representativa en otras regiones del país, en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto, da cuenta de la evolución de los programas en nivel de formación técnica – profesional, tecnológica y de pregrado universitario, ofertados en los años 2017 a 2021.

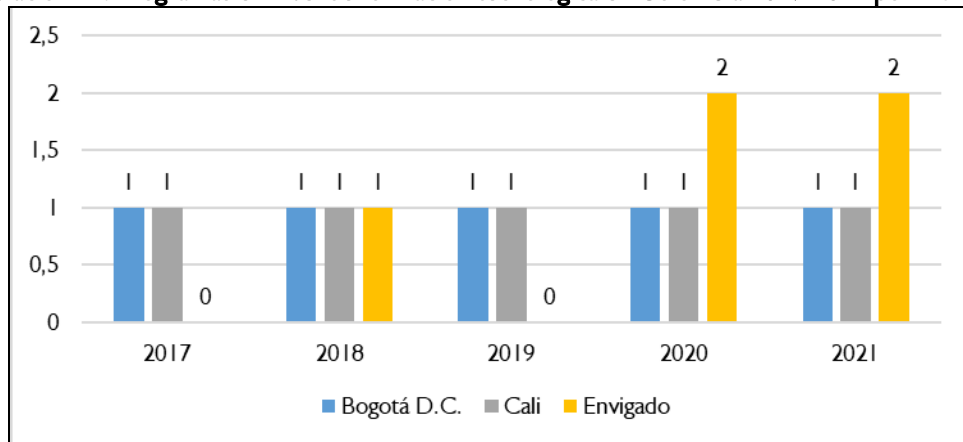
En la ilustración 9, se aprecia la oferta de pregrados en economías culturales y creativas en Colombia de 2017 a 2021, donde las principales denominaciones son: Estudios y gestión cultural, Gestión cultural, Gestión cultural y comunicativa, Gestión cultural y de industrias creativas.

**Ilustración 20. Programas en nivel de formación de pregrado universitario en Colombia 2017-2021 por municipio**



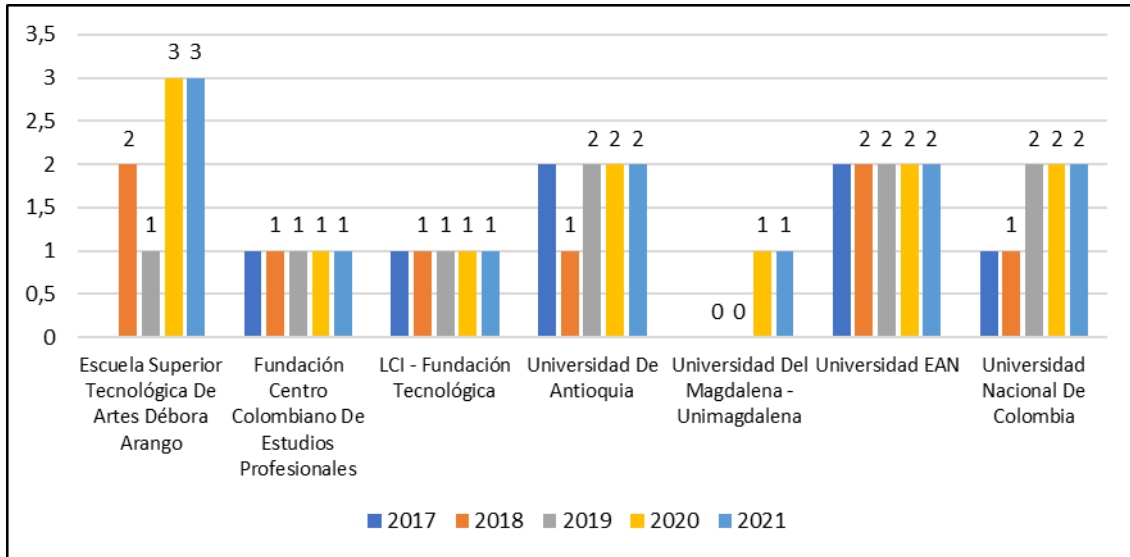
En el caso de los programas de nivel de formación técnico profesional, se registra un programa en el SNIES durante los años 2018 al 2021: Técnico - Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales situado en Envigado, Antioquia.

**Ilustración 21. Programas en nivel de formación tecnológica en Colombia 2017-2021 por municipio**



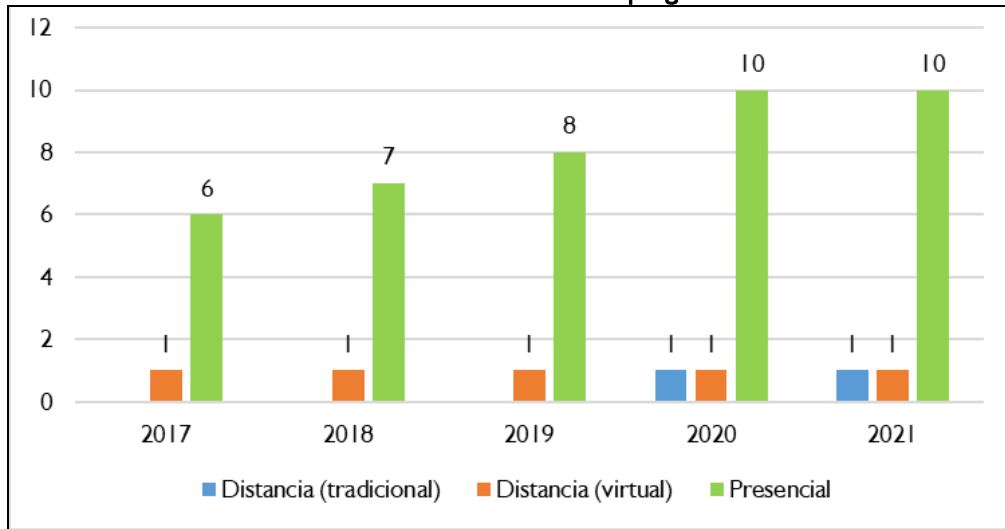
Como se puede apreciar en la ilustración 10, Bogotá D.C, Cali y Envigado cuentan con programas académicos a nivel tecnológico relacionados con la gestión de economías culturales y creativas en los años 2017 al 2021. La ilustración 11, muestra las universidades en Colombia que cuentan con programas en los niveles de formación técnica – profesional, Tecnológica y Profesional durante el periodo analizado.

**Ilustración 22. Programas de Pregrado y Universidades**



Ahora bien, la ilustración 12, muestra la modalidad en la que los programas mencionados anteriormente desarrollan sus actividades durante los años 2017 a 2021, donde se observa que la modalidad presencial cuenta con una mayor participación llegando en el 2021 a 10 registros calificados.

**Ilustración 23. Modalidad de los programas**



Finalmente, la Universidad de Antioquia, no renovó los registros calificados de los programas de Gestión Cultural en los municipios de Sonsón y Andes en el periodo de tiempo revisado.

### A nivel regional y local

*Tabla 42. Oferta local y regional en el área de conocimiento y en el nivel de formación correspondiente al programa propuesto*

Programa	Universidad	Municipio	SNIES	Reconocimiento MEN	Modalidad	Créditos académicos	Periodicidad de admisión	Duración
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	Barrancabermeja	105553	Registro Calificado	Presencial	28	Semestral	2

Fuente. SNIES

La oferta de programas a nivel local y regional en cuanto a nivel de formación técnico – profesional, tecnológico y pregrado profesional es inexistente, es decir, no se cuenta con programas que suplan

la necesidad de formar personas en la Administración y Gestión de empresas culturales y creativas. Sin embargo, el Instituto Universitario de la Paz, tiene la especialización en gerencia de proyectos culturales desde el año 2016 a la fecha, cuenta con 28 créditos académicos y duración de 2 semestres, es decir, un año de formación como se puede apreciar en la tabla 5.

## 12.5 COMPORTAMIENTO DE MATRÍCULAS DE PROGRAMAS IGUALES O SIMILARES AL PROPUESTO A NIVEL NACIONAL

### 12.5.1 Análisis comparativo de la oferta educativa en el área de conocimiento del programa en los ámbitos internacional, nacional y local

A continuación, se realiza un análisis de la oferta de programas a nivel internacional y nacional en la tabla 6, donde se tuvo en cuenta el nivel de formación, la duración, el país y la región donde se están ofertando los programas, las generalidades o el perfil de egreso y las líneas de profundización o rasgos que caracterizan al programa.

Tabla 43. Análisis comparativo de la oferta

Universidad	Nombre del Programa	Nivel de Formación	Duración	País	Región	Generalidades/Perfil de Egreso	Líneas de profundización y rasgos característicos de la formación
<b>Oferta Internacional</b>							
The University of Newcastle, Australia	Bachelor of Creative Industries / Bachelor of Innovation and Entrepreneurship	Pregrado	4 años	Australia	Newcastle	El programa está orientado a los contenidos digitales, la animación, la música, el arte, el diseño, los medios de comunicación, el periodismo y las relaciones públicas.	Las especialidades incluyen la creación de contenidos, animación, música, arte, medios de comunicación, cine, periodismo y relaciones públicas.
Queensland University of Technology	Bachelor of Business/Bachelor of Creative Industries	Pregrado	4 años	Australia	Brisbane	El núcleo del programa se centra en estudios de Empresa Creativa que ofrecen actividades auténticas, basadas en problemas, junto con un aprendizaje integrado en el trabajo, habilidades en el espíritu empresarial y vínculos comerciales que se dedican a la creación de empresas creativas. Al principio de la carrera, se eligen 24 créditos de unidades introductorias para experimentar las especialidades preferidas, con la opción de realizar unidades de ampliación definidas en otras áreas relevantes. Luego, se pueden elegir especialidades llamadas menores. Es importante resaltar que la carrera utiliza la opción de mayores y menores.	Las líneas de énfasis de este programa son: Escritura creativa y profesional, teatro e interpretación, entretenimiento, comunicación de moda, diseño interactivo y visual, medios y comunicación, música y sonido, producción de contenidos para la pantalla. Para complementar la especialidad elegida, se puede elegir una segunda especialidad. Alternativamente, se puede añadir asignaturas optativas de menor importancia de toda la QUT (como publicidad, espíritu empresarial, comunicación de marketing integrada, marketing, entornos en línea o relaciones públicas) para desarrollar un amplio abanico de conocimientos en varias áreas disciplinarias.

Kingston University	Creative and Cultural Industries: Art Direction BA (Hons)	Pregrado	3 años	Reino Unido	municipio de Londres del 'Royal Borough of Kingston upon Thames'	Los estudiantes desarrollan habilidades prácticas, conceptuales y analíticas en comunicación visual para crear publicidad efectiva e identidades visuales para organizaciones y proyectos. Aprenden a visualizar, colaborar, experimentar y gestionar proyectos mientras trabajan en proyectos reales con otros estudiantes y profesionales del sector. También desarrollan conocimiento en temas como el pensamiento de diseño, el branding y la estrategia para organizaciones creativas.	El programa se enfoca a el espíritu empresarial y a la dirección artística. Contiene un proyecto principal de último año será el cual es un plan de negocio o de marketing, o un proyecto de consultoría para una empresa. Investigan e identifican un reto actual en torno a la dirección artística aportando soluciones de comunicación visual adaptadas al público elegido.
University of York	BA (Hons) Business of the Creative Industries	Pregrado	3 años	Reino Unido	York	Los estudiantes desarrollan capacidades de liderazgo y empresariales necesarias para gestionar e inspirar las industrias creativas del Reino Unido. Combinar conocimientos avanzados de negocios con la producción práctica y la penetración en el cine, la televisión, el teatro y los medios interactivos. El programa forma líderes empresariales creativos preparados para trabajar con actores, escritores, directores y diseñadores de talento. Las salidas profesionales pueden incluir convertirse en productor, comisario de televisión o cine, o programador de eventos, o trabajar en publicidad o marketing y distribución dentro de las industrias creativas.	Las líneas de profundización del programa son: Obligatorias: Textos y contextos teatrales, Realización cinematográfica, Teatros políticos, Temas de actualidad en cine y televisión, Tendencias actuales en teatro: Nuevas escrituras, nuevas prácticas, nuevos contextos Diseño y producción teatral, La disciplina del género, Medios interactivos y sociedad, Producción de estudio, Programación para medios digitales, Videojuegos: Industria y cultura, Contextos globales de producción, Producción creativa, Módulos opcionales de música, Dirección de teatro, cine y televisión, Producción de contenidos deportivos, Diseño y producción teatral, Textos y contextos teatrales.
Stenden University of Applied Sciences	Bachelor in Creative Business, Media Management	Pregrado	3 años	Países Bajos	Kingston upon Thames KT1 2EE, Reino Unido	Los estudiantes desarrollan habilidades para ser directivos de la industria de los medios de comunicación. El grado en Creative Business de NHL Stenden, enseña a pensar y trabajar desde una perspectiva multimedia. El profesional profesional será creativo capaz de asumir un papel de liderazgo, tanto en el centro de atención como entre bastidores. Desarrolla conocimientos sobre todo el proceso de producción de medios, desde el desarrollo del concepto hasta la implementación, los estudiantes trabajan en pequeños equipos junto con sus profesores, investigadores y profesionales de la industria. Abordan problemas actuales de la vida real	Los estudiantes pueden tomar sus cursos de menores en otros países si lo desean así: - Music Business (Países Bajos) El negocio de la música y colaborar con profesionales del sector en un proyecto de digitalización musical mientras se especializan en gestión de artistas, gestión de sellos o lanzamientos o gestión de directos. - Negocio de los videojuegos (Países Bajos) Con este menor el estudiante explora la industria del videojuego en términos de marketing, publicidad y ventas, producción, gestión de proyectos y scouting creando un concepto comercial para un

						desarrollando y adaptando visiones e ideas para formar una solución sólida. El programa esta diseñado por ciclos Menores y Mayores*	<p>inversor real.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Marketing Digital Integrado (Tailandia)</li> </ul> <p>Ofreciendo una combinación de desarrollo de habilidades creativas y técnicas, este menor da una comprensión de la estrategia de marketing digital y cómo se puede construir la presencia en línea de una marca y gestionar plataformas digitales para vender productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos mediáticos y sostenibilidad (Países Bajos)</li> </ul> <p>Centrado en la creación de conceptos mediáticos y de comunicación, en este menor se desarrollan habilidades sobre creación de medios de comunicación,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emprendimiento digital (Tailandia)</li> </ul>
SRH Berlin University of Applied Sciences	B.A. Creative Industries Management	Pregrado	3 años y medio	Berlin, Alemania	Berlin	<p>El programa de estudios BA Creative Industries Management adapta los clásicos de la gestión de todos los tiempos al complejo y dinámico mundo de las industrias culturales y creativas y a la economía creativa en general. La comunicación, la cultura y las artes, así como el espíritu empresarial, se han añadido al curso para desarrollar su comprensión crítica y su conjunto de habilidades diversas.</p> <p>Durante tus estudios, los estudiantes se concentran en una de las tres áreas: Música, Artes Visuales o Gestión General de Industrias Creativas.</p>	<p>Líneas de profundización:</p> <p>Concentración IV: Música/Artes Visuales/General, Derecho de los medios de comunicación, Idiomas, Contabilidad, Finanzas</p> <p>Concentración V: Música/Artes Visuales/General, Proyecto de laboratorio, Gestión de proyectos</p> <p>Métodos de investigación I   cualitativos y artísticos</p> <p>Desarrollo de la carrera creativa, Organización y Liderazgo, Relaciones Públicas y Gestión de Artistas</p> <p>Concentración VI: Música/Artes Visuales/General</p> <p>Concentración VII: Música/Artes Visuales/General, Métodos de investigación II   cualitativos y cuantitativos</p> <p>Gestión de la innovación, Emprendimiento creativo</p> <p>Laboratorio de innovación</p> <p>Teoría cultural y cultura popular, Arte, Creatividad e Investigación.</p>
Breda University of Applied Sciences	Bachelor in Creative Business	Pregrado	4 años	Países Bajos	Breda	<p>Basado en la práctica, conectado con la industria</p> <p>El programa Creative Business se basa en gran medida en la práctica. Los profesores cuentan con experiencia nacional e internacional reciente en este campo. Trabajando en proyectos, la mayoría para clientes reales los estudiantes descubren en qué consiste Creative Business.</p> <p>Durante todo el programa pasarás</p>	<p>Líneas de profundización:</p> <p>Introducción al marketing y Marketing y comunicación, En el segundo año es la fase principal del programa de estudios. Se tratarán con más detalle las asignaturas de gestión, psicología de los medios de comunicación, cámara y audio, finanzas, marketing, producción en línea, comunicación e investigación. El segundo año, dividido en los</p>

						<p>los estudiantes pasaran a semana trabajando en nuestra propia productora para estudiantes de medios de comunicación. Aquí, junto con otros estudiantes, trabajarás en tareas y proyectos a menudo asegurados por la industria, como el desarrollo de un sitio web, la redacción de un plan de comunicación o la organización de un evento para los medios de comunicación.</p>	<p>semestres 3 y 4, contiene cinco proyectos a lo largo del año. Estos son: Design Thinking, desarrollo de documentales cortos, Tendencias y ética y Programa de televisión en directo.</p> <p>Los estudiantes realizan proyectos en: observación de tendencias, pensamiento multiplataforma, decisiones basadas en datos y creación y producción de conceptos innovadores. Estos cuatro proyectos abordan diferentes áreas de interés, como el marketing, la producción o los contenidos. Además, la investigación formará parte de cada proyecto. Cada estudiante concluirá con un proyecto final. Puede tratarse de algo para crear, producir o investigar.</p>
Canadian University Dubai	Bachelor of Arts in Creative Industries	Pregrado	4 años	Emiratos Arabes Unidos	Dubai	<p>La Licenciatura en Artes en Industrias Creativas es un título de cuatro años que combina los fundamentos de un programa de negocios con cursos en el negocio de los medios de comunicación, el diseño y la comunicación, para ayudar a los estudiantes a convertirse en los líderes creativos del mañana. Adaptado del prestigioso programa de Industrias Creativas de la Universidad Metropolitana de Toronto, The Creative School. El programa CUD BACI te proporcionará las habilidades de liderazgo, comunicación, alfabetización digital y pensamiento estratégico necesarias para tener éxito en un contexto empresarial creativo.</p>	<p>Líneas de profundización: Este programa flexible e innovador te ofrece la posibilidad de seleccionar dos industrias para explorarlas con más detalle. Aprenderás a ayudar a dar forma y liderar los sectores creativos de los EAU seleccionando concentraciones en: Diseño de Interiores Medios de Comunicación Estudios de Comunicación</p>
<b>Oferta Nacional</b>							
Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales en ciclo propedéutico con (Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales)	Pregrado	2 años	Colombia	Envigado	<p>En el ciclo Técnico Profesional, el proceso formativo se orienta hacia el desarrollo de competencias para el desempeño técnico en funciones relacionadas con la ejecución de proyectos culturales. Posee además habilidades y destrezas específicas en la ejecución de los trabajos calificados. Utiliza el pensamiento crítico, el conocimiento tecnológico y el método científico para el estudio y resolución de problemas en las distintas fases de sus actividades laborales.</p>	<p>Líneas de énfasis: Creación Cultural: Cultura, Desarrollo y Tendencias - Diseño y creación Producción Cultural: Producción de proyectos culturales: Implementación de servicios y eventos culturales Contenidos Culturales y Creativos Gestión Cultural: Gestión cultural: Emprendimiento Cultural Marketing Cultural Prácticas Profesionales</p>

Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales en ciclo propedéutico con (Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales)	Pregrado	3 años	Colombia	Envigado	En el ciclo Tecnológico, el proceso formativo se orienta hacia el desarrollo de competencias tecnológicas, humanísticas y prácticas esenciales para su profesión, que se relaciona con las actividades específicas de la coordinación de proyectos culturales. Posee además habilidades instrumentales, interpersonales y sistémicas para desarrollar sus actividades laborales de manera calificada.	Líneas de énfasis: Creación Cultural: Cultura, Desarrollo y Tendencias - Diseño y creación Producción Cultural: Producción de proyectos culturales: Implementación de servicios y eventos culturales Contenidos Culturales y Creativos Gestión Cultural: Gestión cultural - Emprendimiento Cultural - Marketing Cultural
LCI - Fundación Tecnológica	Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	Pregrado	3 años	Colombia	Bogotá	El egresado se destacará por desarrollar trayectorias con integridad, pensamiento crítico, múltiples habilidades y capacidades que los han impulsado a desempeñarse en grandes espacios del universo de las industrias creativas. Es hábil en: Gestión de proyectos creativos y culturales. Comunicación y gestión para empresas, proyectos y eventos. Apoyo en la gestión cultural en entidades públicas y privadas. Emprendimiento en el sector creativo y cultural. Asesoría y consultoría para la evaluación de proyectos socioculturales en proyectos y eventos relacionados con el arte, moda, música, gastronomía y diseño. Representación de artistas. Generación de propuestas en marketing cultural. Líder en procesos de construcción de marca.	Líneas de profundización: Proyectos de Negociación - Marco de la innovación - Procesos de Implementación - Herramientas de Investigación II - Práctica Creativa I - Habilidades Gerenciales y Estrategias Relacionales. Evaluación de Proyectos - Intra Emprendedor - Proyecto de Innovación - Práctica Creativa II - Estrategias Relacionales y Servicio al Cliente. Creación de Empresa - Pasantías - Proyecto Final
Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales , - F.C.E.C.E.P.	Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Pregrado	3 años	Colombia	Cali	Perfil Profesional:El Tecnólogo en Gestión Cultural y Artística de la FCECEP, gestiona y participa en la puesta en marcha de la planificación de proyectos, programas, iniciativas y desarrollo de actividades culturales y artísticas, en diferentes campos del conocimiento y saber que requieren por leyes y normas que el arte y la cultura haga parte del desarrollo integral de las comunidades.	El Tecnólogo en Gestión Cultural y Artística de la FCECEP estará en la capacidad de elaborar, proyectar, ejecutar y evaluar proyectos culturales y artísticos, Coordinar y dirigir áreas de cultura de entidades públicas y privadas, Organizar planes de negocios con base cultural y artísticos, Gestar la comercialización de productos y servicios artísticos y culturales mediante unidades de negocios, Gestionar ingresos para proyectos culturales en términos de patrocinios, mecenazgos, aplicados a convocatorias públicas y privadas, Participar en la gestión de proyectos CONPES que fortalezcan la cultura



							ciudadana en general, Impulsar la gestión de proyectos de cooperación económica para el arte y la cultura a nivel local, regional, nacional e internacional, Operar en asuntos culturales y artísticos a las secretarías de Cultura de los municipios del departamento del valle del Cauca.
Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Pregrado	3 años	Colombia	Envigado	El egresado como Tecnólogo en Gestión y Producción Creativa para las Prácticas Visuales, comprende las necesidades del sector productivo y ofrece soluciones a éstas a partir del desempeño en la gestión y elaboración de proyectos visuales para diferentes espacios efímeros, además asiste la producción y gestión de proyectos museográficos y curatoriales para las industrias creativas y culturales.	Se desempeña en la gestión y elaboración de proyectos visuales, asistente de proyectos audiovisuales, auxiliar de proyectos escenográficos, asistente en montajes de proyectos expositivos y de guianza museográfica y gestor para el desarrollo de proyectos artísticos. Líneas: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Productor de proyectos visuales.</li> <li>– Asistente de proyectos audiovisuales.</li> <li>– Auxiliar de proyectos escenográficos</li> <li>– Asistente en montajes de proyectos expositivos y de guianza museográfica</li> <li>– Gestor para el desarrollo de proyectos artísticos</li> </ul>
Universidad Nacional De Colombia	Gestión Cultural Y Comunicativa	Pregrado	4 años	Colombia	Manizales	El Profesional en Gestión Cultural y Comunicativa, egresado de la Universidad Nacional de Colombia deberá comprender las dinámicas sociales y culturales de las poblaciones en áreas urbanas y rurales, desde una perspectiva que interroga, analiza, problematiza e interpreta la complejidad de los contextos, para aportar al diseño y acompañamiento de soluciones contextualizadas en situaciones sociales y culturales concretas. Se identifica porque demuestra competencias generales y específicas en áreas de conocimiento afines a la gestión cultural y la comunicación. También puede desempeñarse como asesor y consultor en procesos de planeación social, construcción de políticas públicas,	Líneas de profundización: Procesos Comunicativos, Sentidos y Significados, Informática y Lógica, Radio y Televisión, Medios Digitales, Culturas e Identidades, Investigación Cuantitativa, Investigación Cualitativa, Gestión de Proyectos Culturales, Probabilidad y Estadística, Expresiones y Creatividad, Mediciones Estéticas, Animación Cultural, Diversidad Cultural, Estética y Cultura Culturas y Poderes, Culturas y Desarrollo, Naturalezas y Culturas, Culturas y Patrimonios, Industrias Culturales, Emprendimiento Cultural, Práctica, Gestión Cultural, Fundamentos de Administración y Organizaciones, Contabilidad y

						<p>gestión de proyectos y programas sociales, culturales y comunicativos.</p> <p>El conocimiento que tienen los gestores de la Universidad Nacional sobre industrias culturales y <b>emprendimiento cultural</b> les permite participar en las convocatorias diseñadas para emprendimientos sociales y culturales; así mismo es importante señalar que la formación en investigación que nuestros estudiantes adquieren durante el pregrado les permite cuestionar, comprender y analizar las dinámicas que encierran las potencialidades y procesos culturales y sociales, a partir de una visión estratégica desde lo global-local.</p>	<p>Costos, Políticas y Legislación Cultural, Planeación Cultural, Procesos de Gestión Humana, Mercadeo Cultural, Gestión Cultural Local</p> <p>Economía Colombiana, Fundamentos de Economía</p> <p>Gestión de la Comunicación, Comunicación Comunitaria</p> <p>Investigación Cultural, Evaluación de Proyectos Culturales, Investigación Comunitaria, Trabajo de Grado, Expresiones Artísticas, Producción Cultural.</p>
Universidad De Antioquia	Gestión Cultural	Pregrado	4 años	Colombia	Medellín/Regiones	<p>El programa tiene como objetivo formar un profesional de la Gestión Cultural con capacidad para entender y comprender los procesos culturales y las actividades vitales involucradas con el desarrollo comunitario y cultural de las regiones; con competencias para apreciar la diversidad, valorar críticamente su desarrollo, propiciando procesos de animación, promoción, creación, divulgación, preservación e investigación de la cultura</p>	<p>Líneas de profundización:</p> <p>Manifestaciones culturales y artísticas IV, Teorías y herramientas para la comunicación, Formación ciudadana y constitucional, Proyectos culturales II, Laboratorio de investigación II, Práctica profesional, Legislación de la innovación y economía creativa, Planeación cultural, Mercadeo cultural, Práctica profesional I, Práctica profesional II, Trabajo de grado.</p>
Universidad EAN	Estudios Y Gestión Cultural	Pregrado	4 años	Colombia	Bogotá	<p>Analiza estratégicamente los procesos y tendencias culturales que se desarrollan en el mundo del arte y la cultura. Actúa de forma ética y responsable socialmente en contextos multiculturales locales y globales. Diseñar y gestionar proyectos culturales en el ámbito nacional e internacional. Gestiona los recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos propios de los proyectos culturales. Potenciar el capital social necesario para el desarrollo de los procesos y productos culturales en la relación público - privado. Lidera proyectos de emprendimiento innovadores y sostenibles que generen impacto organizacional y social.</p>	<p>Líneas de Profundización:</p> <p>Promoción y gestión de empresas, proyectos y eventos relacionados con diferentes eslabones de la cadena de valor de la industria creativa y cultural.</p> <p>- Dirección cultural de entidades públicas y privadas. - Investigación y análisis del sector creativo y cultural. - Gestión de apoyos económicos y técnicos para entidades culturales. - Asesoría de organismos nacionales e internacionales para la evaluación de proyectos socioculturales.- Representación artística y marketing cultural. - Asesoría en la constitución de nuevas entidades de carácter social y cultural.</p> <p>Ciclo avanzado: Diseño y Gestión de eventos culturales - Contexto geopolítico - Cultura del emprendimiento - Diseño de espacios y curaduría</p>

Universidad Del Magdalena - Unimagdalena	Gestión Cultural Y De Industrias Creativas	Pregrado	4 años y medio	Colombia	Formar un profesional en Gestión Cultural y de Industrias Creativas, con una sólida fundamentación teórica que supere el activismo y empirismo del pasado, preparado para <b>formular proyectos, administrar los procesos de planificación de la cultura</b> con experticia en los campos de la cultura, competente para el manejo de un conjunto de nuevos criterios y destrezas en la sociedad contemporánea, que va desde la planificación o gestión de proyectos hasta lograr la eficacia, la rentabilidad y el mercadeo.	la estructura curricular del programa contempla el desarrollo de competencias que integran el área de la gestión organizacional, financiera, marketing, transformación digital, formulación y evaluación de proyectos con la formación cultural, desde una perspectiva local, regional y global, que lo habilita para comprender el valor económico de la cultura y su potencial para el desarrollo de las comunidades y los propios gestores culturales. Además, se identifican otros rasgos distintivos o característicos del programa que hacen especial énfasis en la disrupción digital y el potencial que tiene para gestionar, difundir y masificar la oferta de bienes y servicios culturales a nivel global.
--	--	----------	----------------	----------	---	---

Las instituciones de educación superior de carácter internacional han propendido por la formación administrativa y de gestión como eje central en los perfiles de egreso. Las universidades analizadas tienen un rasgo característico de inserción de actividades académicas como espíritu empresarial y formulación de proyectos en sus planes de estudio. Además, la propuesta internacional opta por un diseño curricular basado en ciclos de formación los cuales, se parte de conocimientos generales de su profesión para ingresar después a las líneas de profundización o los llamados “menores” donde se pretende que el estudiante aborde sus principales intereses sobre la industria y le dan la oportunidad de elegir de manera flexible su ruta académica en campos de formación afines como se puede apreciar en la tabla 6, en el apartado líneas de profundización y rasgos característicos de la formación. La duración en promedio de los programas es de tres años y medio y su modalidad es presencial.

A nivel regional, se carece de la existencia de programas técnicos, tecnológicos y de pregrado profesional, por ende, se realizó una exploración a nivel nacional de estos niveles de formación, donde se encontró un direccionamiento de los programas técnicos y tecnológicos hacia el emprendimiento, la formulación, coordinación y gestión de proyectos y estudio de modelos de negocio con una duración promedio de dos años y tres años respectivamente. Los programas profesionales por su parte tienen una duración promedio de 4 años e integran las competencias anteriores y profundizan en patrimonio cultural, en las funciones administrativas básicas con prioridad en el componente de la planificación y en la dirección cultural, apoyando a su región, y pensando en el impacto que pueden generar en Colombia y a nivel global. Su modalidad de oferta es presencial.

## 12.6 CARACTERIZACIÓN DE LOS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS DEL PROGRAMA Y EXPECTATIVAS

Con el fin de visualizar las principales implicaciones de oferta del programa, se realizó el modelo canvas el cual se puede apreciar en la ilustración 54, donde se encuentra; la propuesta de valor, la relación con los clientes, los segmentos a los cuales está dirigido el programa, los canales por medio

de los cuales se llegará a las personas interesadas en la propuesta de valor, los recursos, actividades y asociaciones clave, la estructura de costos y las fuentes de ingreso. Esta herramienta, junto con el despliegue de la encuesta aplicada a estudiantes de colegio y personas que trabajan en el sector son elementos clave para ahondar en las principales necesidades del mercado.

A continuación, se realiza el estudio de oferta y demanda del programa:

### 12.6.1 METODOLOGÍA

El Análisis de la Oferta y Demanda del Programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, se desarrolló con base en la Guía para el análisis de oferta y demanda en educación superior aportada por el Proyecto ESTRADI, identificando fuentes de información documentales y estadísticas, extrayendo los datos importantes y analizándolos. Así mismo, fueron utilizadas fuentes de información primarias; dos encuestas. La primera, enfocada a estudiantes de once grados y la segunda, enfocada a las personas que se desempeñan en el sector de industrias creativas y culturales, con el fin de conocer sus necesidades enfocadas al sector ya mencionado.

A continuación, se describen los aspectos relevantes de cada etapa.

### 12.6.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

Para determinar la pertinencia de un programa como el de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, se hizo una amplia consulta de información secundaria y primaria que ayudara a visualizar las tendencias que se están presentando en cuanto al desarrollo de la industria creativa, las necesidades sentidas de esta industria a nivel local, regional, nacional e internacional y la respuesta de las instituciones de educación superior a estas necesidades. Estas fuentes de información fueron:

- ✓ Sistema Nacional de Información para la Educación Superior SNIES
- ✓ Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE
- ✓ Departamento Nacional de Planeación DNP
- ✓ Ministerio de Cultura Nacional.
- ✓ Cámara de Comercio de Bucaramanga
- ✓ Oficina de Estadísticas Laborales de EE. UU. del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos
- ✓ Colciencias - Misión sabios Colombia 2019 – Foco Industrias Culturales y Creativas
- ✓ Universidades del Reino Unido, Australia, España y nacionales que ofrecen Programas de áreas de conocimiento relacionadas como Gerencia de Artes, Gestión Cultural y Producción y dirección creativa y ejecutiva de diferentes sectores.
- ✓ British Council
- ✓ Banco Interamericano de Desarrollo
- ✓ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI
- ✓ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO),

- ✓ Asociaciones de profesionales en gestión cultural
- ✓ Ministerios de Economía, Hacienda y Cultura de Chile y Argentina.
- ✓ Encuesta a públicos.

### 12.6.3 TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA CREATIVA Y CULTURAL

La economía cultural y creativa, se encuentra impulsada por la producción de bienes y servicios que están protegidos por derechos de propiedad intelectual y ha venido siendo tema de análisis a nivel mundial por el gran potencial que tiene para impactar la economía. Desde la reunión de UNCTAD XI en Sao Paulo en 2004 organismos de cooperación internacional han mostrado a diferentes gobiernos su importancia basados en las experiencias de Australia y Reino Unido. En el año 1994 en Australia el gobierno de Paul Keatrin crea el programa 'Creative Nation' fundamentando el crecimiento económico y fomento del empleo en el sector de la cultura y las artes, los resultados de esta iniciativa en Australia llaman la atención del gobierno Tony Blair en el Reino Unido y en 1997 su Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DCMS) propone el 'Creative Industries Taskforce', que elabora un primer mapeo de industrias creativas en 1998, encontrando que en ese año el sector aportó el 4% al PIB. Ante este hecho en 2001 se realiza un estudio más amplio y sistemático y se encuentra que el sector había crecido entre 1997 y 1998 un 16% y que esto había contribuido a un crecimiento de la economía del 6% en ese periodo. La metodología y sus resultados son posteriormente difundidos por el British Council, organismo de cooperación internacional, inicialmente en el Commonwealth y posteriormente en Latinoamérica, en Colombia esta metodología de mapeo se replica en 2002.

Informes más recientes como el de la consultora TERA en 2014 indica que el aporte de estas industrias en la Unión Europea (EU) en ese año, representaba el 4,5% del Valor Agregado. El informe de la UNESCO, la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC) y EY (anteriormente Ernst & Young) de diciembre de 2015, indica que esta industria genera anualmente 2,25 billones de dólares, lo que supone el 3% del PIB mundial, y dan empleo a 29,5 millones de personas (1% de la población activa del mundo).

En América, este sector hace una importante contribución a la economía, de acuerdo con el estudio "El impacto económico de las industrias creativas en las Américas" realizado por Oxford Economics bajo el encargo del BID, la Organización de los Estados Americanos (OEA), y el Consejo Británico (British Council), en 2014, la contribución de las industrias creativas al PIB en los diferentes países de la región iba del 2 % en Chile, a más de 10 % en Brasil y Estados Unidos, Igualmente el estudio muestra que el sector creativo es un importante proveedor de empleo en algunos países entre el 5% y el 11% de los puestos de trabajo en Canadá, Colombia, México y Trinidad y Tobago, proporcionando un porcentaje más alto de empleo juvenil que el resto de la economía. Además, el BID ve un importante potencial de crecimiento debido a las cualidades creativas y la rica diversidad cultural de esta región.

En el contexto nacional, a pesar de que las industrias creativas y culturales siempre han existido en Colombia, solo hasta hace unos años la Economía Naranja ha venido cobrando importancia. Desde el plan de Desarrollo 2010-2014 del presidente Juan Manuel Santos se plantearon lineamientos estratégicos para impulsarla, una de sus locomotoras de desarrollo eran los nuevos sectores basados en la innovación y allí se mencionaba la necesidad de "Focalizar las capacidades de ciencia, tecnología e innovación en áreas estratégicas como la biotecnología, la energía, la salud, el diseño y las industrias creativas y culturales", durante este periodo, el 28 de noviembre de 2013 también se lanza el libro Economía Naranja: una oportunidad infinita, en el marco del Foro la Economía

Naranja: El Desarrollo de las Industrias de la Creatividad, con lo cual se empieza a reconocer el potencial de crecimiento económico a través de este sector de la economía. En el siguiente cuatrienio con el plan de desarrollo 2014-2018, se planteó como primer objetivo “Incrementar la productividad de las empresas colombianas a partir de la sofisticación y diversificación del aparato productivo”, y se contemplaba como estrategia para alcanzarlo el “Incentivar el desarrollo de una economía naranja” dentro de los logros de ese gobierno para alcanzar dicho objetivo se observó el fortalecimiento del número de empresas productoras cinematográficas fortalecidas, el número de largometrajes de cine, de producción o coproducción nacional, estrenados comercialmente en el país; el número de obras cinematográficas rodadas en el país en el marco de la Ley 1556 de 2012; y la cantidad de espectadores en salas de cine del país en películas colombianas, adicionalmente durante ese periodo se crea la Ley 1384 de 2017– Ley Naranja" que tiene por objetivo "desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas". Finalmente el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 del presidente Iván Duque estableció 12 pactos transversales dentro de los que se incluye el “Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja” que buscaba “Capitalizar el potencial de la economía naranja por medio del desarrollo de una estrategia enfocada en las directivas de la Ley Naranja” y para impulsar su implementación mediante el Decreto 2120 de 2018 se crea el Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja y se establece la Estrategia Colombia Crea Visión 2030, con el propósito de presentar un conjunto de políticas públicas y acciones que apuntan a consolidar la economía naranja como un sector estratégico de la economía colombiana, y lograr la meta de “que, con la consolidación de la economía naranja, Colombia pueda diversificar en gran medida su economía y alcanzar crecimientos históricos”. Finalmente se debe mencionar la Ley de 1943 de 2018 (Ley de Financiamiento) que ofrece un beneficio tributario a las sociedades de la economía naranja, el cual consiste en la exención del Impuesto sobre la Renta por un término de siete años.

El entono favorable descrito anteriormente se traduce en el balance positivo de los indicadores económicos de esta economía naranja o sector de las industrias creativas que reflejan su gran potencial como impulsora de la economía nacional. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en su Primer Reporte de Economía Naranja (2014-2018) este sector le aportó al país \$13,68 billones de pesos en 2018, es decir, su aporte al PIB es incluso mayor que el de actividades tradicionales primarias como la minería y producción de café, y generó 282.566 empleos directos. La participación del valor agregado de la Economía Naranja para Colombia ha pasado de 1,9% en 2014 a 1,8% en 2018. Adicionalmente, las proyecciones para los próximos años, teniendo en cuenta el impulso que el actual gobierno le está dando a esta industria con un presupuesto de 24 mil millones de pesos al programa de estímulos, reducción del 165 % en el impuesto de renta a inversiones y donaciones en proyectos culturales creativos, entre otros, es que los indicadores sigan mejorando y que en 2022 la economía naranja represente el 6,8% del PIB, con lo cual se alcanzaría un registro similar al que reportan otros países que han logrado mayores avances en esta industria como Reino Unido que en 2017 registró una participación del valor agregado bruto del 5,50%.

A nivel local esta importancia también es evidente como lo mostró PROCOLOMBIA, en el evento Futurexpo Naranja realizado en alianza con la Cámara de Comercio de Bucaramanga y la Universidad Santo Tomás, donde informó que “en 2018 las exportaciones de economía naranja de Colombia ascendieron a US\$246,2 millones y Bucaramanga representa el 7,8% de las exportaciones nacionales de industrias 4.0 (BPO, Software, Salud, Audiovisuales y contenidos digitales, Comunicación Gráfica y Editorial), uno de los pilares de la economía naranja.

## 12.7 DEMANDA DE FORMACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CULTURALES Y CREATIVAS

### 12.7.1 Necesidades de la industria creativa

Dentro de la información consultada se tuvo acceso a cuatro fuentes secundarias que expresan de forma clara las necesidades de la industria a continuación se muestra el detalle de las carencias manifestadas en cada uno de ellos.

#### I. Informe sobre la Economía Creativa - Ampliar los cauces de desarrollo local. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). 2013

Este informe, además de mostrar el estado de la Industria Creativa a nivel mundial en el año 2013 en cuanto a su aporte al PIB, los nuevos modelos implementados en diferentes regiones para apoyar el desarrollo creativo, identificó factores fundamentales de éxito, que van desde el acceso a la financiación hasta el desarrollo de habilidades y capacidades que soporten el crecimiento y consolidación del sector.

- ✓ Sobre la **financiación** se menciona la alta dependencia financiera de la industria creativa a las subvenciones, incluso en los países del norte y resalta que, en los países en desarrollo, como Colombia, buena parte de estos recursos proviene de “presupuestos para la cooperación del desarrollo de los países del Norte global, y no de los gobiernos locales”. Además, se menciona la dificultad que se tiene para acceder en el sector privado a servicios financieros como préstamos. Se vislumbra como salida la gestión de los derechos de propiedad intelectual como financiadora y proveedora de independencia a esta industria.
- ✓ Respecto a la **propiedad intelectual** se menciona la necesidad de un sistema de protección efectivo dado que es esencial para regularla, añadir valor y facilitar el intercambio del producto creativo y conseguir una retribución económica.
- ✓ La necesidad **de generar agentes, impulsores y promotores para la industria**, capaces de generar redes de trabajo, que promuevan la promoción, exhibición y comercialización del producto creativo, con capacidad de resolver problemas, canalizar recursos y que conciliar el esfuerzo de proveedores, artistas y aparato logístico, manteniendo un valor económico adecuado para su contexto. Resalta que estas cualidades de liderazgo necesarias principalmente en los países en desarrollo traen mayor beneficio “cuando tales cualidades se cultivan en las comunidades locales, en vez de importarlas de otro lugar”.
- ✓ Las **aptitudes empresariales** siguen siendo esenciales y, si bien la visión para los negocios ayuda, se requiere principalmente de persistencia y entusiasmo.
- ✓ Importancia del contexto actual de la industria creativa, **globalizado**, donde artistas y productos crean lazos en países distantes para dinamizar el sector, y la creciente penetración de tecnologías de la información y mediación de **plataformas digitales** para apoyar su comercialización, distribución y en general un acercamiento más directo a las audiencias.
- ✓ La generación de **redes** de trabajo que permitan aprovechar las **economías de escala**.
- ✓ Existen **habilidades específicas** requeridas en la industria creativa que no se satisfacen tan fácilmente, estas habilidades son técnicas, empresariales y de liderazgo. Se requiere el desarrollo de habilidades técnicas que además de mejorar el proceso creativo mejoren la calidad de la producción, en cuanto a las empresariales es necesaria pretende desarrollar

habilidades y reforzar la capacidad empresarial, un mejor entendimiento de las industrias creativas, la experiencia y el conocimiento para establecer redes para crear y mantener proyectos creativos y proporcionar el vocabulario técnico para trabajar en la industria, en cuanto a las habilidades empresariales el documento menciona “Las habilidades empresariales esenciales incluyen la capacidad de elaborar un plan de negocios convincente, desarrollar una estrategia de marketing, ser capaz de negociar con bancos y otros financiadores, o prever acuerdos de colaboraciones público-privadas”.

## **2. Growing the UK's Creative Industries What creative enterprises need to thrive and grow. Creative Industries Federation. 2018**

En este documento proveniente de uno de los países pioneros en estudios del impacto de la industria creativa en la economía y en la formulación de políticas que ayuden a su desarrollo, Reino Unido se concluye que, si bien la industria creativa es el sector de mayor crecimiento en este país, también tiene el potencial para crecer aún más, y menciona que para ello se requiere:

- a. “Las industrias creativas dependen de activos intangibles, que son mucho más difíciles de valorar, comunicar, proteger y exportar que los tangibles. Esto aplica una presión adicional tanto a las empresas creativas que buscan crecer como a aquellas que buscan invertir y apoyar su crecimiento. Como tal, muchas empresas creativas informaron que aquellos que ofrecían financiación y apoyo carecían de su comprensión de la forma en que funcionan las industrias creativas o no podían adaptar su producto o servicio a sus necesidades específicas. Algunas empresas creativas también habían tenido problemas para articular su propuesta comercial de una manera que requerían los inversores y prestamistas.”
- b. Varias empresas creativas desconocían el apoyo financiero y comercial disponible, destacando la necesidad de una mejor señalización y marketing que se adapte a ellos.
- c. Muchos, en particular las microempresas y los trabajadores independientes, tampoco estaban tomando suficientes medidas para proteger y maximizar el valor de su propiedad intelectual, y no estaban al tanto de las oportunidades de crecimiento que la exportación de sus servicios y / o productos podría ofrecer.
- d. Falta de calidad y diversidad de talento, tanto ahora como anticipado en el futuro. Las empresas creativas informan que la capacidad de reclutar trabajadores calificados a nivel nacional y atraer y retener talentos de todo el mundo seguirá siendo vital para su crecimiento y el del sector en general. En este punto se menciona que existe una devaluación de la educación creativa por parte del gobierno. Muchos ya enfrentan una grave escasez de habilidades y creen que estos se exacerbarán a menos que se aborde esto, pero más que esto: muchos temen que el Reino Unido no pueda preparar a la próxima generación para el futuro del trabajo, donde las habilidades creativas serán cruciales en todas las industrias.
- e. Cuando se consultó ¿qué apoyo necesitan las empresas creativas? Su respuesta fue Contadores, asesores comerciales, consultores y abogados, apoyo de organismos comerciales que incluyan el apoyo a la exportación, el acceso a la financiación y la protección de la propiedad intelectual y proveedores de educación/ Universidades. De esta última el apoyo que han recibido es a través del departamento de carreras y empleabilidad de la universidad, que ofrece servicios para estudiantes y ex alumnos actuales que van



desde la preparación de hojas de vida y entrevistas, ferias de carreras y trabajo en red, colocación laboral / pasantías.

El estudio también muestra la aún alta dependencia de las ayudas del gobierno y de subvenciones, donaciones para la financiación de sus proyectos.

### **3. Resumen de la Investigación sobre Capacidades en el Sector Cultural - Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia. British Council. 2016.**

De acuerdo con el documento la principal necesidad del sector cultural es la “escasez de profesionales debidamente cualificados, hábiles y experimentados” además detalla las siguientes:

- ✓ Deficiencias en la gerencia de negocios para el sector cultural, visión del negocio y el emprendimiento.
- ✓ Faltan estrategias de mercadeo y comercialización y distribución de bienes y servicios culturales incluyendo los medios digitales.
- ✓ No hay un desarrollo de audiencias.
- ✓ Los profesionales del sector público carecen de conocimientos sobre normatividad y el diseño de mecanismos para implementar políticas y programas.
- ✓ Informalidad en la estructura y procedimientos de la industria.
- ✓ Necesidad de mejora en la construcción de redes de trabajo, trabajo colaborativo e interdisciplinar. Intercambio para aprendizaje de mejores prácticas.
- ✓ Formación en finanzas, estructuración financiera de los negocios para su sostenibilidad de largo lazo.
- ✓ Gerencia con escasos conocimientos de la técnica de las industrias creativas.
- ✓ Escasez de mano de obra calificada en lo relacionado con los procesos técnicos necesarios para la producción y circulación de contenido cultural, montaje de escenarios, la iluminación y el transporte y almacenamiento de obras de arte, entre otros.
- ✓ Falta de conocimiento del mercado internacional.
- ✓ Necesidad de conocimiento de técnicas y tecnologías más actualizadas para soportar espectáculos de alta calidad e internacionales.
- ✓ Escasez de oferta diversificada y continua (se trabaja por proyectos).
- ✓ Las empresas culturales en Colombia carecen de una estrategia que incluya la totalidad de su cadena de valor.
- ✓ El trabajo y los recursos se focalizan principalmente en las etapas de creación y producción. Mientras tanto, se invierten pocos recursos en las etapas de distribución y mercadeo de contenidos culturales.

### **4. Comisión de Sabios, Foco de Industrias Creativas y Culturales. 2019**

Esta comisión reunida el 13 de agosto del presente año en Bucaramanga menciona que después de desarrollar talleres y discusiones con expertos, gestores culturales y artistas el diagnóstico de la economía naranja en Colombia es el siguiente:

- ✓ La producción cultural presenta un ciclo mucho más amplio que el de la producción industrial, para que la industria cultural sea competitiva la producción cultural debe ir más allá que la producción industrial y para lograrlo hace falta un lazo comunicante entre ellas que entienda que la diversidad cultural es la que permite que se generen contenidos con un sello diferencial y que estos tengan un valor económico posterior.
- ✓ Existe una tensión entre los distintos criterios de calidad durante la cadena de valor que hace difícil de gestionar esta industria, los criterios estéticos del creativo entran en tensión con los criterios técnicos del productor y estos con los criterios comerciales del distribuidor.
- ✓ A pesar de que la investigación-creación ha llegado a tener reconocimiento institucional en nuestro país, aún se requiere mejorar el diálogo entre dos formas distintas de producción de conocimiento, la indagación científica y la creación artística. Este es un reto importante para las universidades y los centros de investigación.
- ✓ Se requiere una formación estética en los diferentes niveles de la educación que permita un posterior trabajo colaborativo entre diferentes disciplinas y un mejor diálogo con un sector creativo, que en este momento está impidiendo un buen relacionamiento a través de la cadena de valor y la generación de empresa.
- ✓ Muchas organizaciones y creativos trabajan por proyectos, alrededor de un estímulo económico ofrecido por una institución pública lo que impide la formalización.
- ✓ El uso de plataformas en línea extranjeras genera fuga de capital y concentración de contenidos. Se requiere el desarrollo de plataformas nacionales.
- ✓ Hay resistencia o falta de capacitación en apropiación de tecnología de punta para la generación de contenidos

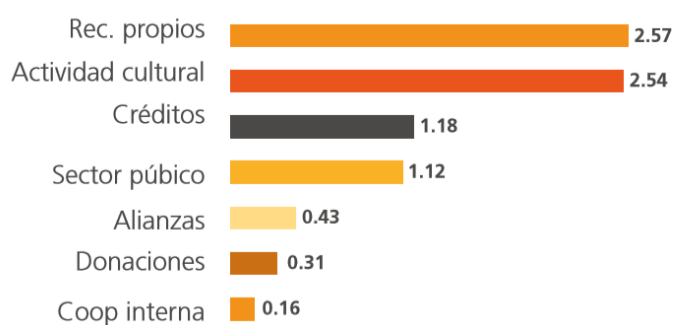
##### **5. Mapeo del sector creativo y cultural Área Metropolitana de Bucaramanga 2019 Universidad Autónoma de Bucaramanga y Cámara de Comercio de Bucaramanga (Rodríguez Marín et al., 2019).**

Si bien este documento no muestra de forma directa las necesidades locales, las cifras allí presentadas indican que al igual que lo observado a través de los documentos anteriores, la industria creativa local requiere del apoyo de profesionales en las áreas administrativas y legales para impulsar su crecimiento, que existe todavía una dependencia de los recursos de convocatorias para el desarrollo de sus proyectos lo que limita su sostenibilidad, y la necesidad de mayor formalización. Dentro de la información puntual suministrada que conlleva esta conclusión está:

- ✓ Se les preguntó si se dedicaban a actividades económicas distintas a la cultura y las artes, el 59% de los encuestados respondió que no se dedicaban a otras actividades, lo que sugiere que hay una gran presencia de agentes que se especializan solo en este campo. Para aquellos que admitieron trabajar en diferentes trabajos, se consultó qué trabajo generaba la mayor cantidad de ingresos. Como resultado, el 49% dijo que otras actividades generaban más ingresos que las actividades culturales, y el 29% dijo que generaban los mismos ingresos. Solo el 22% afirma que las actividades culturales generan más ingresos

- ✓ Al hacer énfasis en las actividades culturales se examinó el tipo de naturaleza económica en la que reside el actor cultural. Los resultados sobre este tema se presentan en la ilustración 13, en la que se destaca que el 80% dice ser personas naturales, 13% dice tener un estatus legal y el 7% son informales. Llama la atención que el 79% de quienes han declarado su personería jurídica estén ejerciendo su actividad sin fines de lucro.
- ✓ Se realizó la consulta acerca del nivel de ingresos obtenidos en el año 2016. La mayoría de ellos afirmó que sus ingresos son inferiores a 60 millones. Comparando este resultado con la pregunta de la relación ingresos/gastos, solo el 11% informa que sus ingresos superan sus gastos, lo que indica la baja rentabilidad de las actividades evaluadas.
- ✓ Se consultó sobre el uso de recursos con un indicador de 0 a 4, siendo 0 si la fuente no es utilizada y 4 si la fuente la utiliza en mayor medida. Los resultados muestran que las principales fuentes de ingresos están relacionadas con los fondos propios y los fondos de actividades culturales, con una media de 2,57 y 2,54, respectivamente. La fuente más pequeña proviene de los fondos de cooperación internacional. Los recursos del sector público promedian en 1,12 puntos. Una representación adicional de estos resultados se puede ver en la ilustración 13.

**Ilustración 24. Fuentes de financiación del sector creativo y cultural del Área Metropolitana de Bucaramanga.**  
Fuente. Mapeo del sector creativo y cultural Área Metropolitana de Bucaramanga 2019



Adicional a la información que estos estudios suministran es importante revisar la mirada de la OMPI frente a las industrias creativas, y en su documento, *Gestión de empresas creativas (2006)*, comenta que es requerido un recurso humano que comprenda la especificidad del mercado creativo, los retos que enfrentan para la constitución de negocios creativos viables frente a la financiación, establecer precios, comercialización de los productos creativos y la gestión de los activos de la propiedad intelectual. En este documento se menciona un aspecto importante para el análisis de la oferta de programas que buscan la formación de los artistas y creativos en temas administrativos: “muchos creadores simplemente se sienten abrumados por la gran variedad de habilidades gerenciales requeridas para administrar un negocio, y los aspirantes a empresarios son reacios a iniciar su propio negocio, incluso después de una capacitación especial.”. Lo que muestra que muchos de estos creadores esperan poder dedicarse a desarrollar sus talentos y tener un soporte administrativo que se ocupe de la dirección del negocio.

### 13. ESTADO DE LA DEMANDA DE FORMACIÓN A NIVEL NACIONAL


### 13.1 NECESIDADES DE FORMACIÓN DE LOS JÓVENES

Como un intento por tener una mejor comprensión de las carencias y dolores y alegrías de los jóvenes en frente a la formación superior en la región y aproximarnos al interés que podría despertar un programa como el de Gerencia para la Industria Creativa se realizó un Focus Group con 13 jóvenes del Barrio Café Madrid del norte de Bucaramanga.



El instrumento que guio la investigación fue el siguiente:

**Tabla 44. Instrumento de recolección de información: Focus Group**

	<b>UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER</b> <b>PROYECTO GYP PARA LA INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVA</b>				
<b>RECOLECCIÓN DE FUENTES PRIMARIAS – DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR</b>					
<b>Actividad:</b>	TALLER POTENCIAL ESTUDIANTES PROGRAMA GYP				
<b>Objetivos:</b>	Caracterizar el segmento de clientes – estudiantes: sus trabajos alegrías y frustraciones de potenciales estudiantes para desarrollar una propuesta de valor con el máximo encaje a este segmento de clientes para el programa GYP				
<b>Fecha:</b>	12/09/2019	<b>Hora:</b>	8:00 a.m.	<b>Lugar:</b>	Estación Café Madrid
<b>Dirigido a:</b>	Potenciales estudiantes para el programa GYP				
<b>Temática:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa GyP en sus 4 énfasis iniciales</li> <li>• ÉNFASIS PROFESIONAL 1: ARTES</li> <li>• ÉNFASIS PROFESIONAL 2: TURISMO &amp; PATRIMONIO CULTURAL (Update plan Turismo Socorro)</li> <li>• ÉNFASIS PROFESIONAL 3: INDUSTRIAS CULTURALES (Audiovisuales, Editorial, Radio)</li> <li>• ÉNFASIS PROFESIONAL 4: NUEVOS MEDIOS (profesionaliza los Tecnólogos SENA en Animación 3D, Videojuegos y Multimedia)</li> </ul>				
<b>Propuesta metodológica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización logística: organizar sala, estación de café y galletas y materiales y confort para trabajar</li> <li>I. Encuadre y presentación proceso: Encuadre general sobre la sesión: el objetivo de esta sesión es conocer el interés de tienen para seguir una carrera profesional, las áreas en las cuales les gustaría seguir esta carrera, y las variables que inciden en la selección de una universidad/ carrera u otra.             <ul style="list-style-type: none"> <li>I.1 En 10 años, ¿cómo te proyectas? Dónde vas a estar y qué vas a estar haciendo en las diferentes dimensiones de tu vida (familia, trabajo, comunidad, autodesarrollo... 10 min.</li> <li>I.2 Socialización Presentar que escribió cada uno en el trabajo...</li> <li>I.3 Profundización para lograr este trabajo, tuviste que estudiar algo, dónde (indagar nivel de estudios, alguno paso por la universidad?)</li> </ul> </li> </ul>				

	<p>2. Universidad – profundizar sobre la intención o no de asistir a la universidad</p> <p>3. Programa – profundizar sobre la intención o no de seguir unos estudios en GyP</p> <p>4. Devolución y cierre: Retroalimentación de los hallazgos (con base en relatoría)</p>
<p><b>Preguntas Orientadoras:</b></p>	<p>5. Encuadre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qué vas a estar haciendo en 10 años? En tu trabajo? Necesitaste pasar por la universidad para realizar este trabajo,</li> </ul> <p>6. Universidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuáles de ustedes no necesitaron ir a la universidad para lograr esa actividad soñada en 10 años?</li> <li>- Por qué decidieron no ir a la U en el momento de seleccionar su camino de vida?, qué no les llama la atención, qué no les parece interesante, (Potencial Trabajo – Frustración: resultados no deseados, obstáculos, riesgos)</li> <li>- Hay alguna situación en particular que ustedes consideren les impida ir a la universidad (para importancia) (problema o resultado no deseado, qué obstáculos tienen para ir a la universidad?, cuáles pueden ser las consecuencias negativas si se deciden a no ir/ir a la Universidad)</li> <li>- Para los que si... (Alegrías: esperadas, deseadas, inesperadas)</li> <li>- Por qué es importante para ustedes ir a la universidad?, Qué les llama la atención de ir a la universidad, qué les parece interesante de ir a la universidad (Potencial Alegría)</li> <li>- Ahora que hemos revisado porque si iríamos o no a la universidad, quiero que entre todos diseñemos la universidad soñada... un espacio al que todos nos gustaría ir a aprender, cómo sería? (como tendría esta universidad que ser para que ustedes se decidan a ir?)</li> <li>- Hay alguna situación en particular que ustedes consideren les impida ir a la universidad</li> <li>- De todas estas características selecciona las 3 que más te motiven a asistir a la U</li> <li>- <b>(profundizar siempre no solo en lo funcional, también en lo social y en lo personal/emocional)</b></li> <li>- <b>(Comprador de valor? Cocreador de valor?, Transferidos de valor?)</b></li> <li>- <b>Frustraciones: Hay algún problema o resultado no deseado</b></li> </ul> <p>7. Programa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya diseñamos la <b>Universidad Soñada</b>, ahora quisiera conocer un poco más sobre las carreras en específico que les llaman la atención... cuáles? Por qué?</li> <li>-Cuál sería la mejor forma de aprender, para ustedes</li> <li>- Profundizar son el mismo set de preguntas orientadoras de U.</li> <li>- <i>¿Cómo definen tus clientes que algo es demasiado costoso? ¿Lleva mucho tiempo hacerlo, cuesta demasiado dinero o exige esfuerzos considerables?</i></li> <li>- <i>¿En qué fallan para tus clientes las actuales propuestas de valor que hay en el mercado? ¿Qué elementos les faltan? ¿Hay cuestiones de rendimiento que les molesten o mencionan fallos?</i></li> <li>- <i>¿Cuáles son los principales retos y dificultades con los que se encuentran los clientes? ¿Entienden cómo funcionan las cosas, tienen dificultades haciendo algunas tareas por motivos específicos?</i></li> <li>- <i>¿Con qué consecuencias sociales negativas se topan o cuáles temen? ¿Les asusta una pérdida de prestigio, poder, confianza o estatus?</i></li> <li>- <i>¿Qué riesgos temen tus clientes? ¿Los técnicos, sociales o financieros? ¿Se preguntan qué podría salir mal?</i></li> <li>- <i>¿Qué les hace perder el sueño? ¿Cuáles son sus grandes preocupaciones?</i></li> <li>- <i>¿Cuáles son las barreras que impiden que tus clientes adopten una propuesta de valor? ¿Hay costes de inversión iniciales, una curva de</i></li> </ul>

	<p style="text-align: center;"><i>aprendizaje pronunciada u otros obstáculos que impidan su adopción?</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Alegrías</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué ahorros harían felices a tus clientes? ¿Qué ahorros valorarían desde el punto de vista del tiempo, dinero o esfuerzo?</li> <li>• ¿Qué niveles de calidad esperan? Y ¿de cuáles quisieran más o menos?</li> <li>• ¿Cómo satisfacen las actuales propuestas de valor a los clientes? ¿Con qué características específicas disfrutan? ¿Qué rendimiento y calidad esperan?</li> <li>• ¿Qué les haría la vida más fácil a tus clientes? ¿Podría haber una curva de aprendizaje más plana, más servicios o costes de propiedad más bajos?</li> <li>• ¿Qué consecuencias sociales positivas desean tus clientes? ¿Qué les hace quedar bien? ¿Qué aumenta su poder o estatus?</li> <li>• ¿Qué buscan más los clientes? ¿Buen diseño, garantías, más características o que estas sean personalizables?</li> <li>• ¿Con qué sueñan los clientes? ¿Qué aspiran conseguir? O ¿qué representaría un alivio para ellos?</li> <li>• ¿Cómo miden tus clientes el éxito o el fracaso? ¿Cómo calculan el rendimiento o el coste?</li> <li>• ¿Cómo visualizan específicamente a la UIS? Es un reto, es inalcanzable, es mucho esfuerzo o es de prestigio?</li> <li>•</li> </ul> <p>8. ¿Qué piensan sus padres, qué tan importante es la opinión de sus padres a la hora de decidir o no ir a la universidad? ¿Qué tan importante es la opinión de sus amigos a la hora de decidir o no ir a la universidad?</p> <p style="text-align: center;">Explorar también      Prefiero las clases tradicionales “lectures”,      Importancia de la práctica, del aprender haciendo</p> <p>Me gusta que el docente establezca los temas y me describa con detalle las actividades a desarrolla.</p> <p>Me gusta aprender con tantas discusiones e interacciones.      Me gusta aprender utilizando proyectos de grupo o casos de estudio.      Me gustaría participar dependiendo del contenido del curso y de su estructura.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Si alguna actividad es dada, yo prefiero establecer los temas.</li> <li>❖ Si el estudiante tiene o no una positiva percepción del uso de las tic (y RRSS) en su proceso de aprendizaje y en su futuro desarrollo profesional             <ul style="list-style-type: none"> <li>- si tienen hábitos de buen uso de redes sociales, o no.... porque si los hábitos son Buenos (en términos de la generación de resultados) el estudiante puede estar evidenciando que sabe cómo administrar su carga cognitiva</li> <li>- ¿Tienen acceso a dispositivos y red wifi para implementar las TIC en sus estudios?</li> </ul> </li> </ul>
<b>Desarrollo del espacio:</b>	<b>Responsable(s): Angélica Ma. Díaz Gómez – Martha Ligia Londoño Cala.</b>
Organización Logística. - IMCTBGA	Equipo UIS
<b>Recursos Físicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas para dibujar (papel bond),</li> <li>• Lápiz, borrador, sacapuntas, lapiceros</li> <li>• Paleógrafo</li> <li>• Papel Bod Pliego</li> <li>• Marcadores....</li> <li>• Computador</li> <li>• Grabadora /celular</li> </ul>
2. <b>Recursos Humanos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal de Logística - IMCT</li> <li>• Personal Desarrollo Metodológico UIS Angélica Ma. Díaz Gómez</li> </ul>

**Tabla 45. Resultados del Focus Group**

TRABAJO	FRUSTRACION	ALEGRIA
Conseguir el diploma para mejorar la vida, para ayudar a otros, y conseguir experiencia.	Sistema educativo actual, tradicional que pretende robotizar	Diploma de pregrado como reconocimiento del conocimiento
	No se enseña a leer en el colegio y en la universidad piden leer muchos artículos sin enseñar tampoco	Desescolarización
	Se educa, sale a trabajar, pero el título no le garantiza el empleo. Dan empleo por recomendaciones.	Permite aprovechar habilidades innatas
	No se aplica la teoría en la práctica, dan conocimiento pero no se enseña a aplicarlo, se enseña a repetir no a hacer cosas	Dar la alegría a los padres de que sus hijos vayan a la universidad y se gradúen
	Conocimientos que se enseñan obsoletos	Tener el título permite ayudar a otros
	Los profesores son de libro sin experiencia y sin pedagogía y exigen cosas que no han enseñado	Se adquieren nuevos conocimientos
	No enseñan a afrontar las adversidades de la vida	Poder tener una doble titulación
	Relación costo beneficio, se paga mucho y se siente que recibe poco en su educación	Aprender nuevos idiomas
	Lograr el título requiere mucho tiempo	Interactuar con diferente a la de su entorno, compartir conocimiento y ver otros mundos
	Existen quienes ganan más sin haber estudiado en la universidad - Para que ir a la u si no se va a ver reflejado en los ingresos	Conocerme y conocer como relacionarme con los demás - inteligencia emocional
	El estudiar en la universidad tiene costos ocultos como las fotocopias, el transporte, etc	Pensamiento disruptivo
	No hay acompañamiento del proceso de aprendizaje	Educación para emprender
	Se aprende solo lo que el profesor quiere que aprendan	Aprender a pensar, ser curioso
	No se le enseñan a la gente a ser lo la gente quiera ser	Llegar a tener reconocimiento nacional e internacional
	El profesor tiene la verdad absoluta	Demostrar experiencia al graduarse de la universidad
	No hay flexibilidad de horarios - horario nocturno	Credibilidad que da el título
No hay becas por talentos - deportes	Mayor aceptación social	
Academia riñe con los deportes	Mayor autosuficiencia	

TRABAJO	FRUSTRACION	ALEGRIA
	Solo conocimiento y otras cosas construyen las personas / No hay verdadera formación integral	Tener más Estatus
	Los docentes deben mostrar más experiencia laboral para que puedan enseñar más desde su propia experiencia en el mercado	Tener mayor liderazgo

Adicionalmente se escucharon percepciones como:

- ✓ La universidad no sirve para nada
- ✓ La universidad es una jaula de conocimiento
  - ✓ "Bienvenido que la universidad quiera reinventarse, pero mi futuro no depende de ella"
  - ✓ El artista no quiere hacer papeleo
  - ✓ Si yo voy a emprender no necesito el cartón
  - ✓ "La experiencia se obtiene desde el conocimiento"

Se mencionaron propuestas como

- ✓ Tener una universidad de bajo costo
- ✓ Tener transporte de bajo costo para estudiantes y en horarios que permitan estudiar en la noche
- ✓ Modificar el ingreso a la universidad, una opción puede ser hacer un examen tipo "Shark tank" el estudiante propone la idea de negocio que quiere desarrollar y si la universidad está interesada en ayudar a desarrollarla a través del pregrado le da el ingreso al emprendedor.
- ✓ Que la universidad pueda profesionalizar más las artes y los oficios, como el Sena pero más macro

### 13.2 ENCUESTA A PÚBLICOS CLAVE

#### Formulario I

Con el fin de recolectar información de primera mano y en coherencia con lo anterior, se aplicó una encuesta diseñada en un formulario de google drive a estudiantes de diferentes colegios de Santander y Norte de Santander, para una población total de 70.000 estudiantes en grado 11, un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% dando como resultado el tamaño de muestra de 383 encuestas a aplicar.

El formulario se encuentra en el Anexo I. Instrumento de recolección de información – Colegios.

#### Análisis de Resultados:

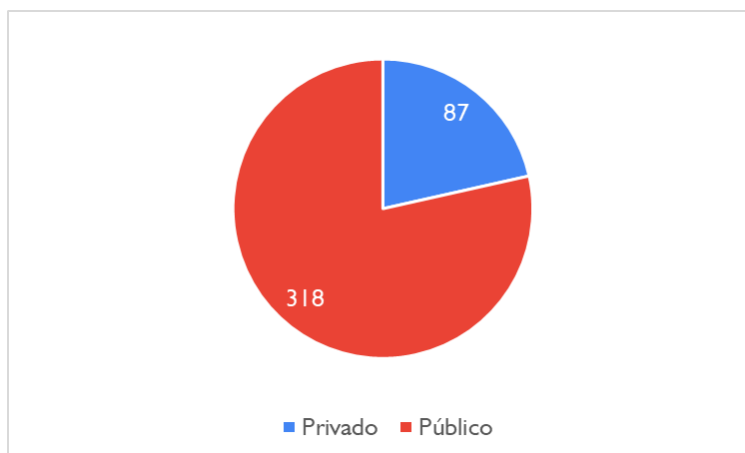
A continuación, se realizará el análisis de lo encontrado en la encuesta aplicada a los Colegios de Santander y Norte de Santander, el total de los participantes de la encuesta fue de 405 personas, es decir, hubo cumplimiento del tamaño de la muestra.

- a. La primera pregunta se enfocó en el sector del colegio en el cual se encuentra estudiando o es graduado.



Resultado: Del total de estudiantes que realizaron la encuesta, 318 pertenecen a colegios públicos y 87 pertenecen a colegios privados como se puede observar en la ilustración 14.

**Ilustración 25. Sector del colegio al que pertenece**



- b. La segunda pregunta fue de tipo abierta, donde los estudiantes registraron el nombre del colegio al cual pertenecen, algunos de los colegios fueron:

**Tabla 46. Lista de colegios encuestados**

Colegio participantes en el formulario
Acoandes
Adventista De Cúcuta
Americano
Andrés Bello
Bicentenario
Bicentenario
Calasanz
Calasanz Cúcuta
Campo Hermoso
Cardenal Sancha
Carl Rogers
Centro De Comercio
Centro Educativo Cajasan Lagos
Centro Piloto Simón Bolívar
Ciber Colegio U.C.N
Claretiano De Cúcuta
Colegio Adventista Libertad
Colegio Agroecológico Holanda
Colegio Andalucía
Colegio Bilingüe Divino Niño
Colegio Calasanz Cúcuta
Colegio Cardenal Sancha
Colegio Cooperativo Comfenalco
Colegio Corponeri República Del Niño
Colegio De La Santísima Trinidad

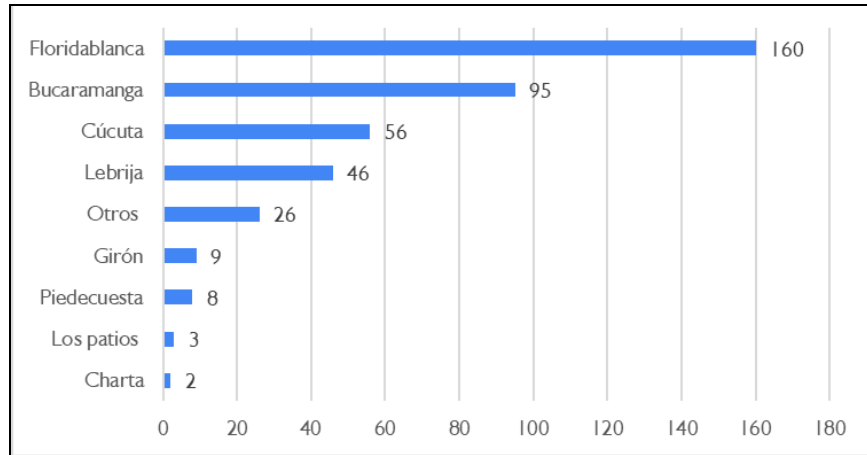
Colegio De La Santísima Trinidad (Las Pachas)
Colegio El Rosario
Colegio Gimnasio Monteverde
Colegio Gremios Unidos
Colegio Integrado De Y Alegría
Colegio Integrado Fe Y Alegría (Los Patios)
Colegio Integrado Nuestra Señora De Las Mercedes
Colegio Integrado Nuestra Señora Del Divino Amor
Colegio Integrado Oficial
Colegio Integrado Santa Teresita
Colegio Nuestra Señora De Fátima
Colegio Pedagógico Campestre De Floridablanca
Colegio Portal Campestre Norte
Colegio Primero De Mayo
Colegio Príncipe De Paz
Colegio Reina De La Paz
Colegio Sagrados Corazones
Colegio San Francisco De Asís
Colegio San Luis Gonzaga
Colegio San Pedro Claver
Colegio San Vicente Ferrer
Colegio Santa Ana
Colegio Santísima Trinidad
Colegio Seminario Diocesano De Duitama
Colegio Técnico Industrial José Elías Puyana
Comfanorte
Comunitario Minca Sede A
Concentración De Desarrollo Rural
El Carmen Teresiano
Ensmá Cúcuta
Escuela Normal María Auxiliadora
Escuela Normal Superior De Bucaramanga
Escuela Normal Superior De Bucaramanga
Escuela Normal Superior De Piedecuesta
Escuela Normal Superior María Auxiliadora
Escuela Normal Superior María Auxiliadora De Cúcuta
Francisco José De Caldas
Gabriel García Márquez
Glenn Doman Escuela Precoz
Gonzalo Jiménez Navas
Gremios Unidos
Humberto Gómez Nigrinis
I. E. Bicentenario
I.E Bicentenario De La Independencia De La Republica De Colombia
I.E Colegio Municipal María Concepción Loperena
I.E Liceo Patria
I.E. Santa María Goretti
Ibes
Institución Educativa San José De La Salle

letim
INCAD Instituto De Ciencias Administrativas
INEM Custodio García Rovira
Instalación Educativa Agroindustrial Andres Bello
Institución Educativa Bicentenario De La Independencia De La Republica De Colombia
Institución Educativa Campo Hermoso
Institución Educativa Colegio Luis Carlos Galán Sarmiento
Institución Educativa Colegio Once De Noviembre
Institución Educativa Comuneros
Institución Educativa Gabriela Mistral De Bucaramanga
Institución Educativa Gimnasio Campestre Comfaorient
Institución Educativa José María Córdoba
Institución Educativa La Medalla Milagrosa
Institución Educativa Medalla Milagrosa
Institución Educativa Rafael Salazar
Institución Educativa San José De La Salle
Institución Educativa Santa Ana
Institución Educativa Santa María Goretti
Institución Educativa Técnico Dámaso Zapata
Instituto Adventista De Cúcuta Inac
Instituto Agrícola
Instituto Agrícola, Charta
Instituto Bilingüe Londres
Instituto Colegio Once De Noviembre
Instituto Empresarial Gabriela Mistral Floridablanca
Instituto Integrado Francisco Serrano Muñoz
Instituto Luis Carlos Galán Sarmiento
Instituto Madre Del Buen Consejo
Instituto Madre Del Buen Consejo
Instituto Marlian
Instituto Politécnico De Bucaramanga
Instituto Rafael Pombo
Instituto Rafael Pombo
Instituto Santa María Goretti
Instituto Santo Ángel
Instituto Técnico Padre Manuel Briceño Jáuregui Fe Y Alegría
Instituto Técnico Patios Centro N2
Integrado Juan XXIII
Integrado Santa Teresita
Isidro Caballero Delgado
Jorge Ardila Duarte
José Celestino Mutis
La Presentación De Piedecuesta
La Salle
La Salle Cúcuta
Las Bethlemitas
Liceo Del Llano
Liceo Patria Quinta Brigada
Madre Carmen

María Concepción Loperena
Niño Jesús De Praga
Nuestra Señora De Fátima
Nuestra Señora Del Pilar
Nuestra Señora Del Pilar Sede A
Nuestra Señora Del Rosario
Nueva Visión
Nusefa (Nuestra Señora De Fátima)
Padre Luis Variara
Patio Centro #2
Politécnico
Príncipe San Carlos
Rafael Celedon
Rafael Uribe Uribe
Sagrado Corazón De Jesús
Sagrados Corazones
Salesiano
San Bartolomé
San José De Cúcuta
San Luis Gonzaga
San Luis Gonzaga Girón
San Vicente Ferrer
Santa Ana
Santa Cruz
Santa Isabel De Hungría
Santa María Goretti
Santísima Trinidad
Santo Ángel
Vicente Azuero
Virrey Solís

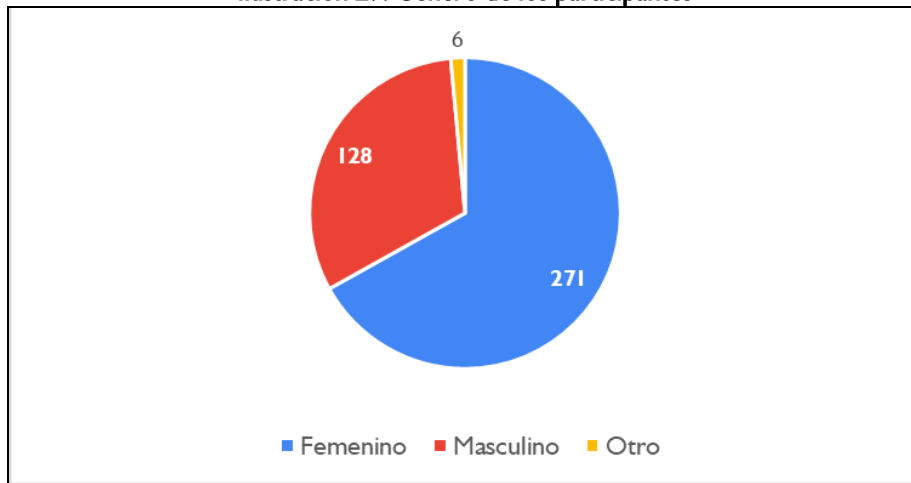
- c. Se consultó el municipio al cual pertenecía el colegio en el que se encuentran estudiando o son graduados. Como se puede observar en la ilustración 15, la mayor cantidad de estudiantes estudian en el municipio de Floridablanca (160), seguido por Bucaramanga (95), Cúcuta (56), Lebrija (46), otros (26) distribuidos en diferentes municipios de Santander y Norte de Santander.

**Ilustración 26. Municipio al que pertenece el Colegio**



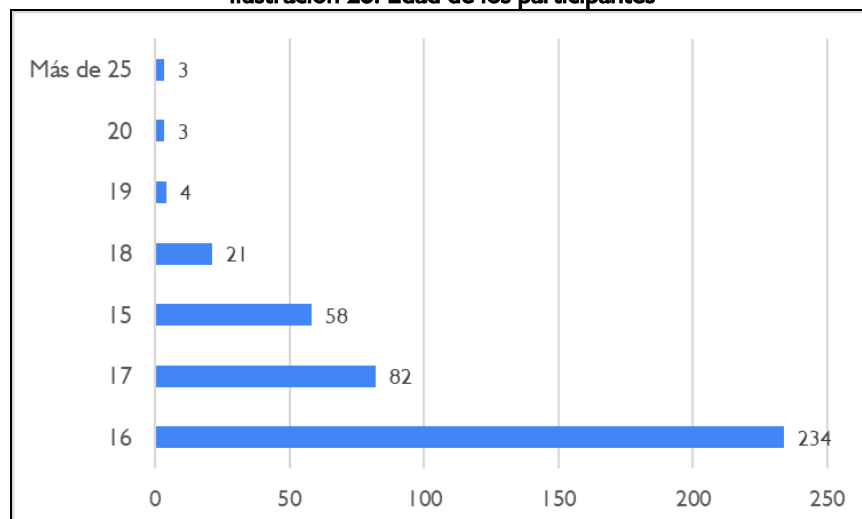
- d. En respuesta al género, como lo muestra la ilustración 16, se reportan 271 personas de género femenino, 128 masculino y 6 personas que se reconocen en el grupo de “otros”

**Ilustración 27. Género de los participantes**



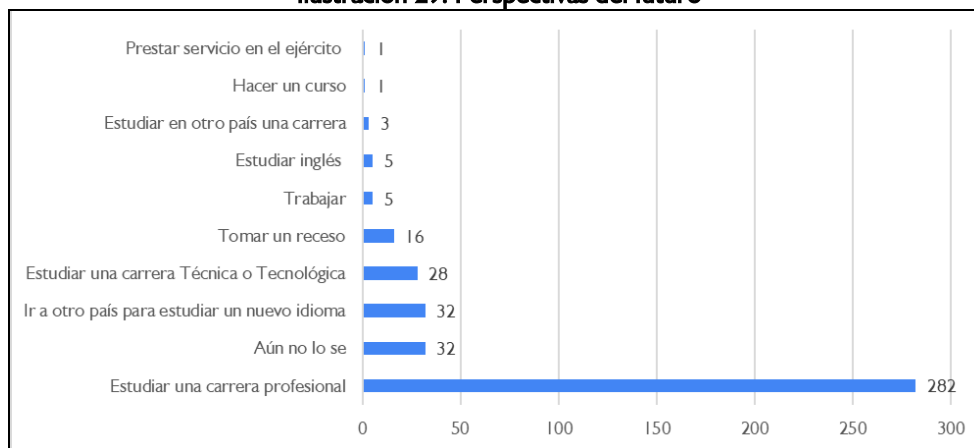
- e. La edad de los encuestados se aprecia en la ilustración 17. Se puede apreciar la edad de los participantes, donde 234 de los encuestados tienen 16 años, 82 tienen 17 años, 58 tienen 15 años y de los 18 a los 25 años se encuentran 31 participantes.

**Ilustración 28. Edad de los participantes**



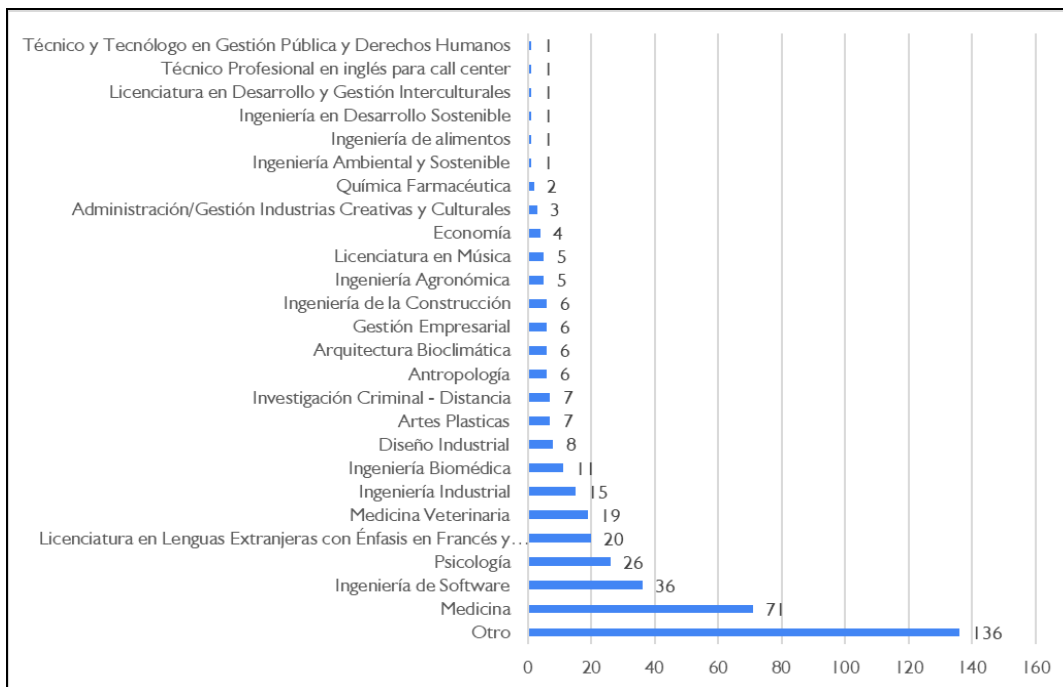
- f. Se diseñó una pregunta que diera cuenta sobre la visión próxima del futuro, es decir, los intereses posteriores a la graduación. En la ilustración 18, se puede observar las diferentes opciones contempladas por los encuestados, donde estudiar una carrera profesional es una de las primeras alternativas para el 70% de las personas, generando una ventana de posibilidades para los pregrados universitarios.

**Ilustración 29. Perspectivas del futuro**



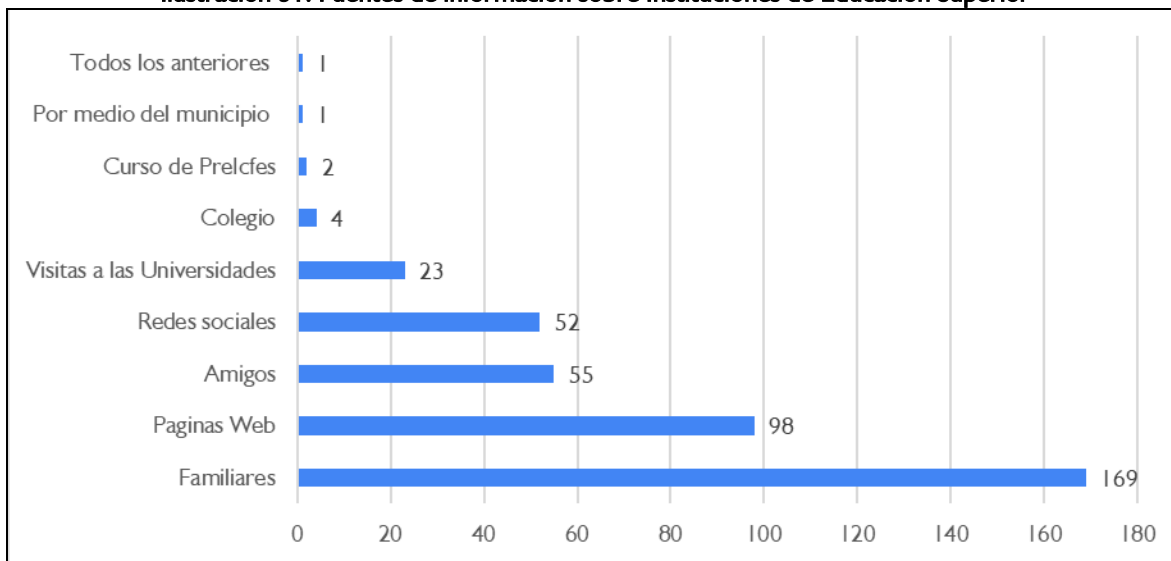
- g. Se consultó también, sobre los programas de interés de los estudiantes, haciendo hincapié en las propuestas de creación actual en la Universidad Industrial de Santander, en la ilustración 19, se observan los diferentes programas de interés, donde la respuesta de “otros” fue la de mayor selección, y en ella se encuentran programas como: Negocios Internacionales, aviación, Ingeniería robótica, diseño interior, cultura física y deporte, arquitectura, culinaria, ingeniería financiera, Cine y Televisión, Diseño Gráfico, comunicación social, ciencia política, mercadeo, fisioterapia, administración de empresas, derecho, bellas artes, historia, ingeniería de sistemas, física, entre otras. Los programas que tuvieron mayor acogida son: Ingeniería de software, Licenciatura en lenguas extranjeras con énfasis en francés y portugués, medicina veterinaria, ingeniería biomédica entre otras. Sin el conocimiento aún del significado de economías culturales y creativas, 3 personas estarían interesadas en formarse en este campo.

**Ilustración 30. Programas de interés**



h. Sobre la forma de conocer acerca las diferentes opciones de formación en Instituciones de Educación superior, la ilustración 20 muestra que la familia en gran medida se convierte en un medio por el cual se informan los estudiantes cuando están en el colegio, las páginas web también son una buena fuente de información y, en tercer lugar, se encuentran los amigos, seguido por las redes sociales.

**Ilustración 31. Fuentes de información sobre Instituciones de Educación Superior**



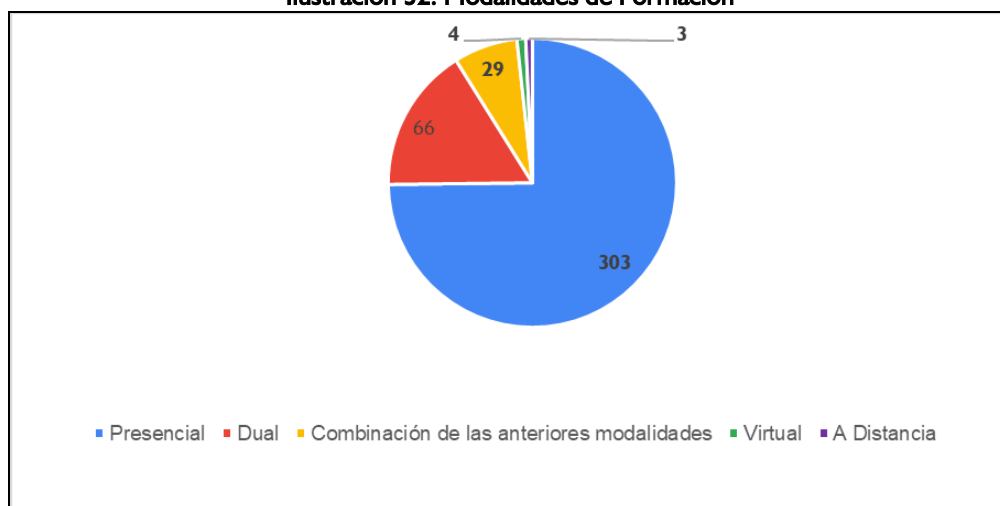
i. Con el fin de conocer la modalidad de estudio en la cual estarían interesados en acceder, se diseñó una breve explicación de estas así:

- **Modalidad Presencial:** Los estudiantes asisten regularmente a un espacio físico y desarrollan su proceso de aprendizaje en un contexto grupal o individual e interactúan en tiempo real con profesores, compañeros y recursos educativos.

- Modalidad A distancia: La interacción entre el docente y el estudiante es mayoritariamente sincrónica (entre un 70 y 80 %) y se desarrolla principalmente en línea, con materias que se adelantan de forma presencial (entre un 20 y un 30%)
- Modalidad Virtual: La interacción entre los estudiantes, profesores y recursos educativos se da en el ciberespacio y no en un lugar físico. La temporalidad de la interacción puede ser síncrona o asíncrona.
- Modalidad Dual: Combina el aprendizaje en la universidad con el aprendizaje en la empresa. Durante su carrera, los estudiantes asisten a la universidad (50%) y en el mismo semestre van a una empresa a aplicar lo aprendido (50%).

En la ilustración 21. Se aprecian la selección de los estudiantes sobre modalidades, donde 303 personas seleccionaron la modalidad presencial, 66 la modalidad dual, 29 la combinación de modalidades, 4 personas eligieron virtual y finalmente 3 personas seleccionaron a distancia. Por lo anterior, y observando las edades de los participantes (en promedio 16 años para la población encuestada), se puede inferir la preferencia por programas en modalidad presencial de los encuestados.

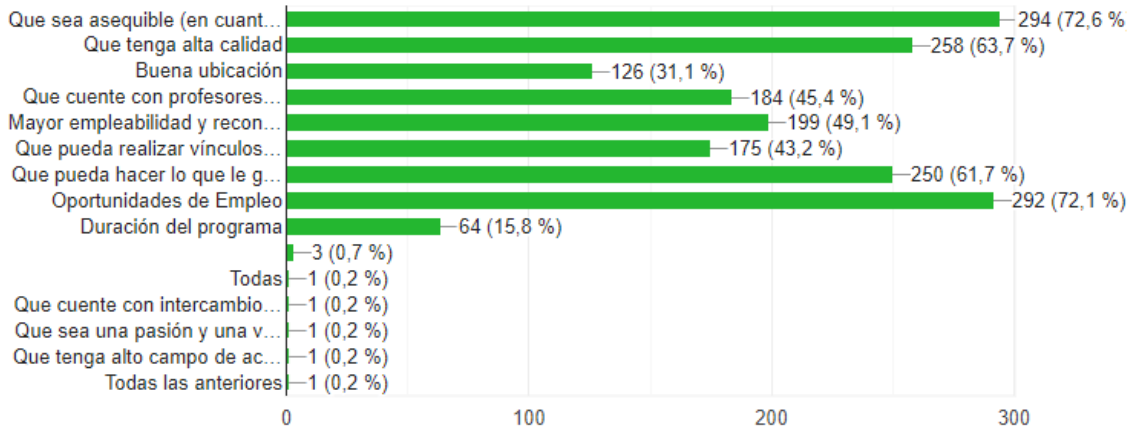
**Ilustración 32. Modalidades de Formación**



- j. Al momento de elegir un pregrado universitario influyen diferentes variables. Es por lo anterior, que se consultó a los participantes, la puntuación que le darían según su importancia (de 1 a 5) siendo 1 la más baja calificación y 5 la más alta calificación, donde resaltan, como se puede apreciar en la ilustración 22, que el programa sea asequible (72,6%), la empleabilidad en segundo lugar (72,1%), la calidad del programa (63,7%), que tenga relación con sus gustos personales (43,2%).

**Ilustración 33. Variables al elegir un programa profesional**



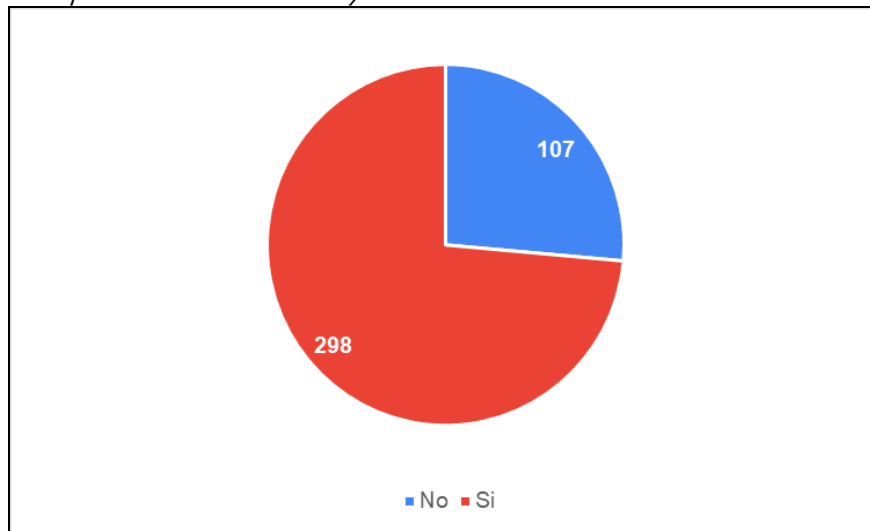


k. Ahora bien, para la siguiente sección se contextualizó al estudiante en el significado de las economías culturales y creativas:

Según la (UNESCO), las industrias culturales y creativas son aquellas organizaciones que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial, como: Editoriales, medios audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

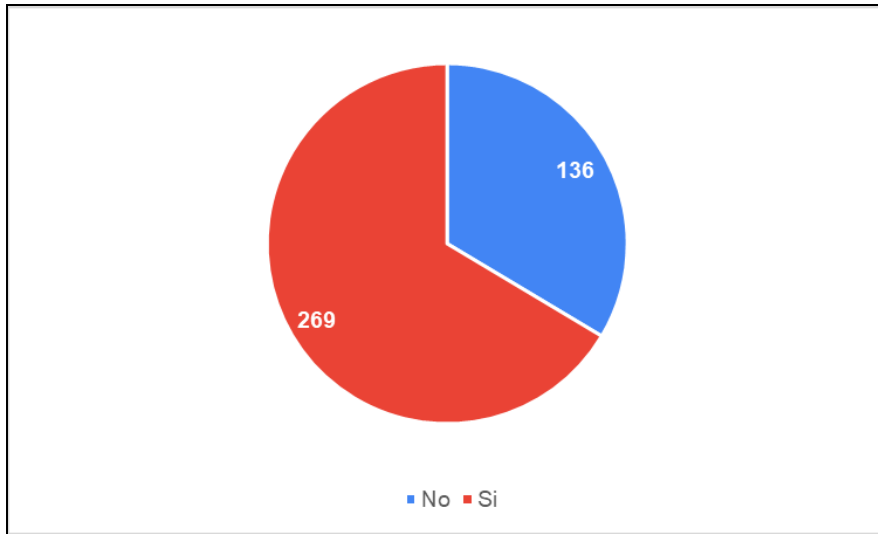
A lo anterior, se consultó si le interesaría al participante, conocer más de este tipo de industrias. En la ilustración 23, se puede apreciar que 298 participantes respondieron estar interesados, mientras que 107 no muestran interés.

Ilustración 34. Interés por las economías culturales y creativas



l. Ahora bien, se realizó la consulta sobre el interés en aprender sobre cómo administrar y promocionar una industria cultural o creativa, a lo que el 66,4% (269) personas mostraron interés, mientras que el 33,6% (136) personas indicaron que no como se aprecia en la ilustración 24.

Ilustración 35. Interés por gestionar economías culturales y creativas



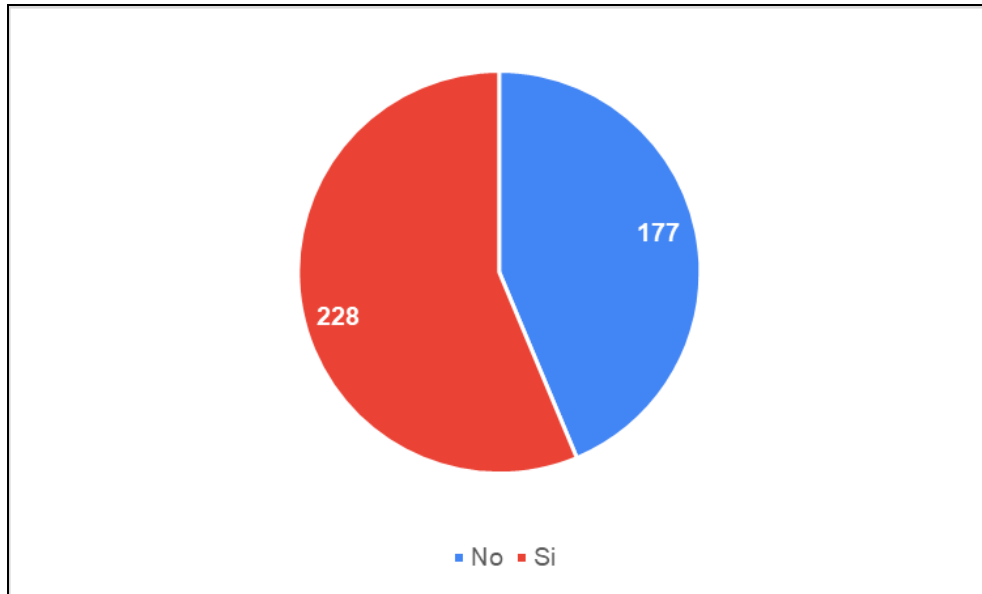
- m. Sobre la rentabilidad esperada sobre la carrera, los encuestados mencionan que si 71% (291), mientras que el 20,7% (94) personas respondieron que no. Por último, 30 personas no están seguras si fuese una carrera rentable como se puede ver en la ilustración 25.

**Ilustración 36. Expectativas sobre la rentabilidad de la carrera**



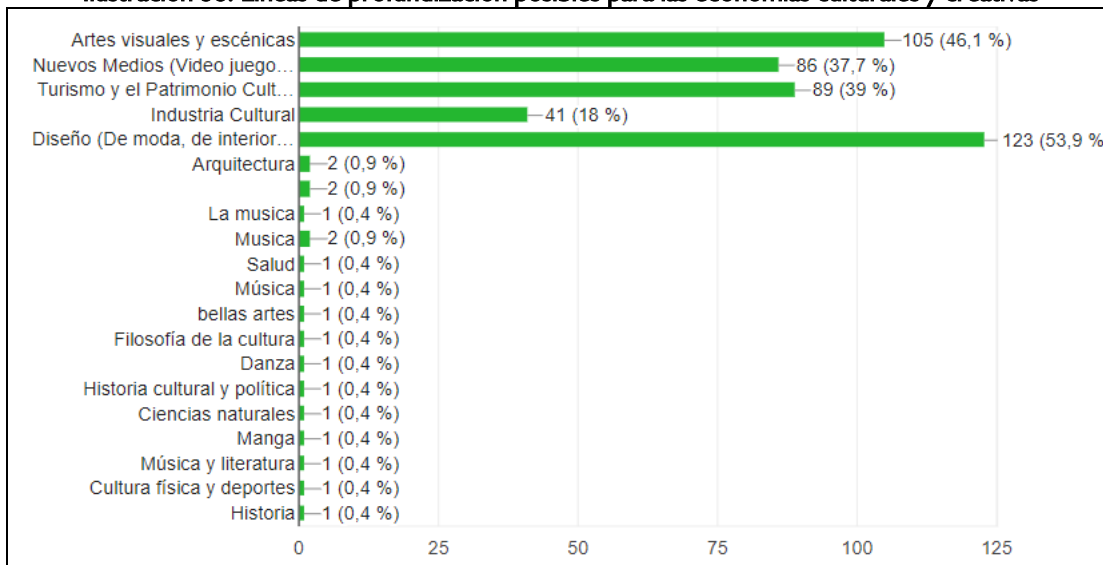
- n. La siguiente pregunta se enfocó en el interés por matricularse en un programa enfocado a formar personas que apoyen a los artistas, músicos, creativos o industrias culturales y creativas, en la gestión de su actividad, a lo cual, como se aprecia en la ilustración 26, los participantes respondieron que si 228 personas (56%), y que no 177 encuestados (43,7%).

**Ilustración 37. Interés de Matricula**



- o. Con el fin de conocer los énfasis de preferencia de las 228 personas que respondieron que si en la pregunta anterior, para un programa enfocado en las industrias culturales y creativas, se dio la oportunidad de elegir las líneas tradicionales o de proponer nuevas, con la posibilidad de marcar varias opciones. En la ilustración 27, se pueden observar los diferentes intereses de los participantes, resaltando artes visuales y escénicas, Diseño (De moda, de interior, industrial, gráfico y de joyas) como las de mayor elección, seguidas por Turismo y el Patrimonio Cultural (Artesanía, Expresión cultural tradicional, festivales y celebraciones) y Nuevos Medios (Video juegos, plataformas digitales, software).

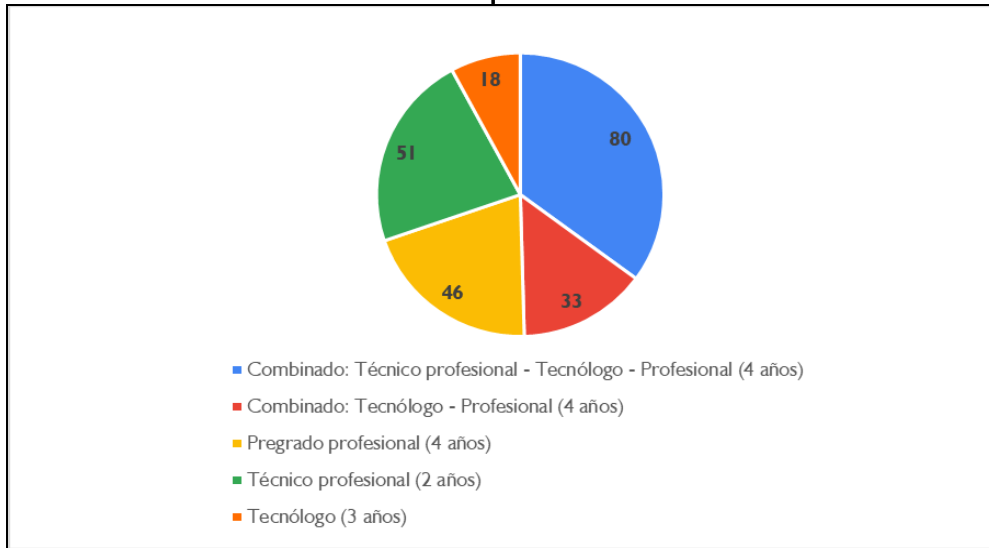
**Ilustración 38. Líneas de profundización posibles para las economías culturales y creativas**



- p. Con base en los diferentes niveles de formación, se consultó a las 228 personas interesadas en matricularse, cuál sería la ruta más conveniente. En la ilustración 28, se puede apreciar que el 35% (80) personas, elegirían el ciclo propedéutico con los tres niveles, mientras que el 22,4% (51) personas seleccionaron una carrera técnica profesional, el 20,2% (46) de encuestados eligieron un pregrado profesional, la combinación tecnólogo

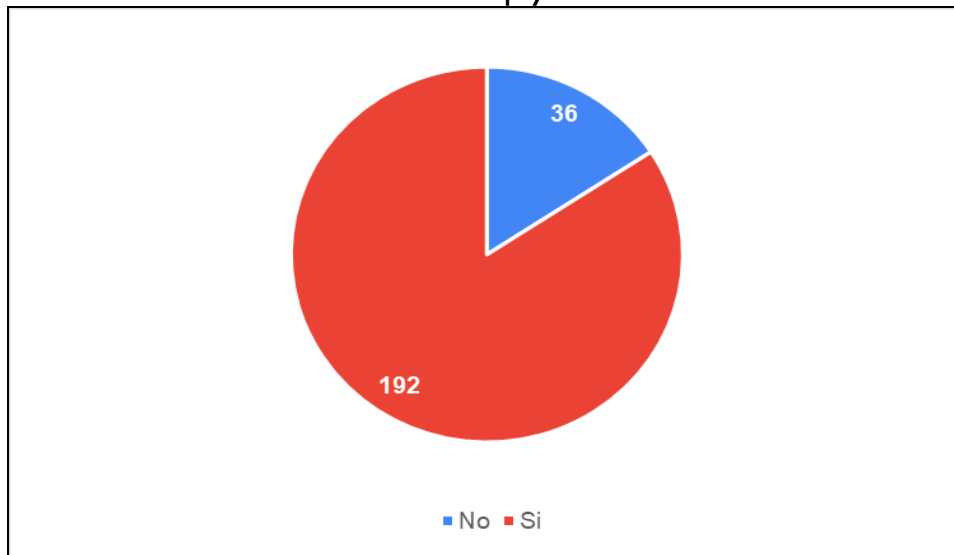
profesional fue acogida por el 14,5% (33) personas, y en último lugar el tecnólogo con 8% (18) personas. Cabe resaltar que esta pregunta enfoca claramente la ruta a tomar por una persona en formación en este programa académico.

**Ilustración 39. Interés por niveles de formación**



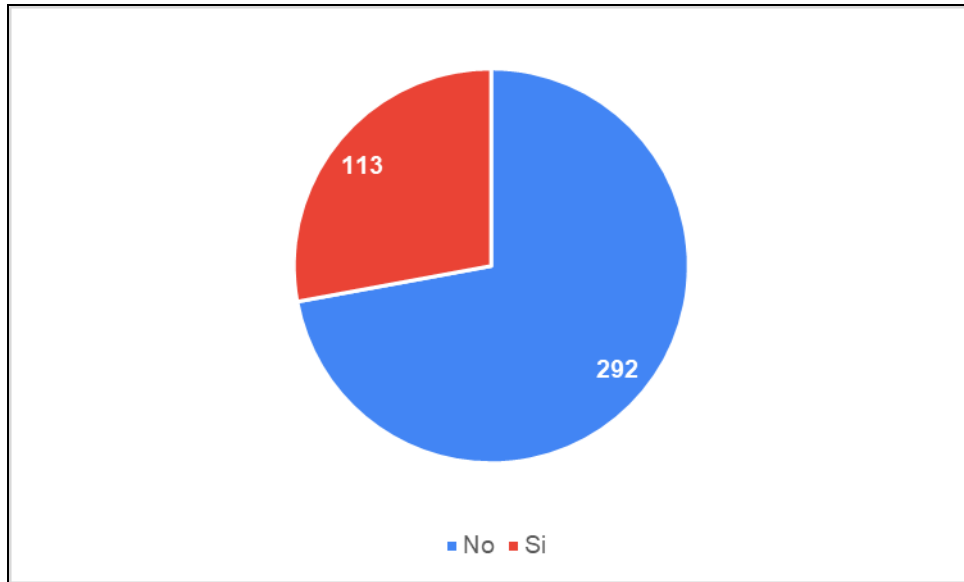
q. Debido a que el programa propuesto es nuevo en la región, se consultó sobre el apoyo familiar al querer matricularse. En la ilustración 29, se evidencia que al 84,2% (192) encuestados, si los apoyarían y al 15,8% (36) personas, no.

**Ilustración 40. Apoyo familiar**



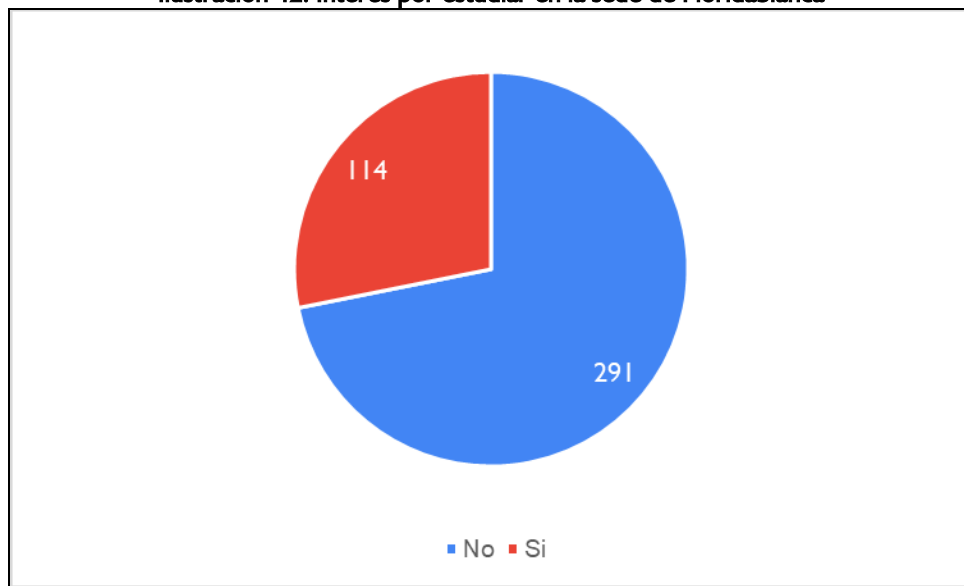
r. Al final de la encuesta, fue importante saber sobre el conocimiento del total de participantes (405) sobre el conocimiento del campus de la UIS en Floridablanca. En la ilustración 30, se observa que el 72,1% (292) personas, conocen este espacio, mientras que el 27,9% (113) encuestados, no lo conocen.

**Ilustración 41. Conocimiento sobre la sede UIS Floridablanca**



s. Así mismo, se realizó la consulta de tipo abierta sobre el interés de estudiar en este campus, a lo que la población encuestada respondió que si 28% (114) encuestados y un 72% (291) respondieron que no, como se aprecia en la ilustración 31.

**Ilustración 42. Interés por estudiar en la sede de Floridablanca**



**Formulario 2**

Continuando con la encuesta a públicos clave, fue diseñado un formulario para personas relacionadas con la industria cultural y creativa en Bucaramanga y su área metropolitana. Para esto, se realizó un tipo de muestreo no probabilístico, por juicio, ya que se realizó una selección de personas que hacen parte del sector mencionado anteriormente. En total se obtuvieron 145 respuestas.

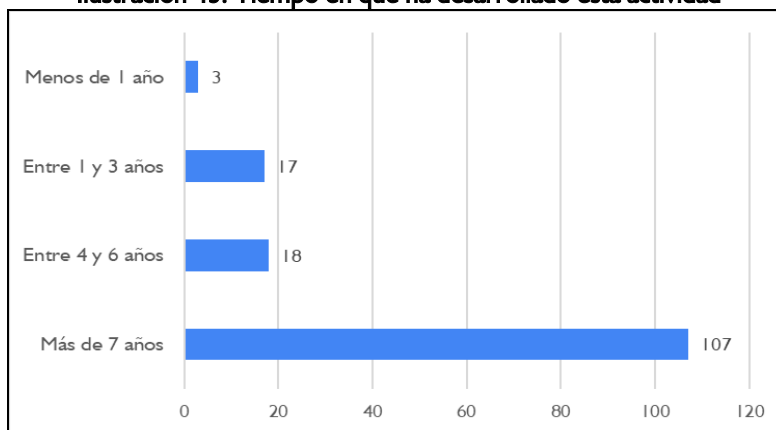
Este formulario se encuentra en el Anexo 2. Instrumento de recolección de información - Personas ICC

a. En primer lugar, se realizó una pregunta abierta sobre el sector donde se desempeña el encuestado. Debido a la amplitud de las respuestas, se mencionarán las áreas reportadas: Publicidad, Audiovisual, Artes escénicas, Danza, Música, Artes escénicas y espectáculo, Diseño,

Producción Audiovisual, Teatro, Artes, Artes plásticas, Cinematografía, Diseño Gráfico, Diseño, publicidad y contenido multimedia, Educación, , Entretenimiento, Fotografía, Literatura, Agencia de comunicación, Agencia de Viajes y Turismo con especialidad en Turismo Cultural, Animación 3D y VFX, Arte, diseño, Artes escénicas - gestión cultural - investigación en las artes - realización de videodanzas – performance, Artes escénicas (Teatro), Artes escénicas y educación artística, Artes escénicas y literatura, Artes plásticas y visuales, Artes plásticas, patrimonio y literatura, Artes Visuales, Artes y patrimonio, Artístico/publicidad, Audiovisuales y Música , Audiovisuales, diseño, artes visuales, ilustración, Bailarina, Cine, Cine y televisión, Cinematografía y Audiovisuales, Comercio, Community Manager y producción audiovisual, Comunicación, Comunicación creativa, audiovisual y publicitaria, Confección y estampado, Creación y promoción de contenidos digitales, Danza, Formadora y Gestión cultural, Danza, Música, Desarrollo videojuegos, Diseño artesanal, Diseño de interiores, Diseño industrial y diseño de espacios, arquitectura interior, Diseño industrial, grafico, editorial, escenográfico, Diseño y publicidad, Docencia de ritmos latinos, Educación artística, Enseñanza cultural, Entretenimiento y producción, Espectáculos musicales en vivo, Eventos, Folclor colombiano, Formación Musical, Fotográfica, cinematográfica y publicitaria, Gestor cultural, Industria Audiovisual, inversión, investigación y desarrollo, Literatura, Marketing y publicidad, Mercadeo, Moda, Moda, Turismo y Música, Música y formación artística, Música y gestión de proyectos culturales, Organización Festivales, producción musical, geetot cultural, Orquesta tropical y jazz, Patrimonio cultural y Arte urbano , Patrimonio y artesanos, Plásticas, Procesos textiles y diseño, Producción cultural y audiovisual, Producción fotográfica, sonora y audiovisual, Publicidad y diseño gráfico, servicios de la información, Software y Tecnología, Tallador carpintero y ebanista también soy tejedor y alambriismo manipulación de cuero y otros materiales para hacer el verdadero arte, Teatro y circo, Teatro, Danza y Pintura, Técnica audiovisual, Tecnología y Audiovisuales, Telecommunications, Televisión, Video Juegos y diseño gráfico, Artes escénicas y espectáculos, con cierta incidencia en procesos del área editorial y del área de las artes visuales.

b. Como se puede apreciar en la ilustración 32, los encuestados han desarrollado la actividad que reportaron así: menos de un año 3 personas, entre 1 y 3 años 17 personas, entre 4 y 6 años 18 personas y más de 7 años 107 personas.

**Ilustración 43. Tiempo en que ha desarrollado esta actividad**



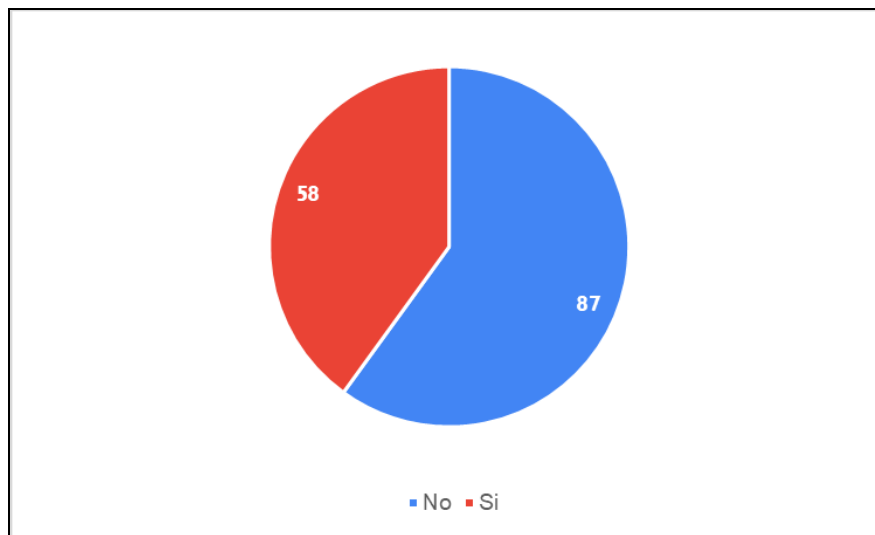
c. Con el fin de conocer el estado actual de vinculación con una empresa del sector o si el encuestado es empresario se presenta la ilustración 33, donde se puede apreciar que 86 personas encuestadas son empresarias, 31 se encuentran vinculados a una empresa, 15 personas son independientes y 13 personas tienen otro tipo de vinculación.

**Ilustración 44. Estado de vinculación al sector de economías culturales y creativas**



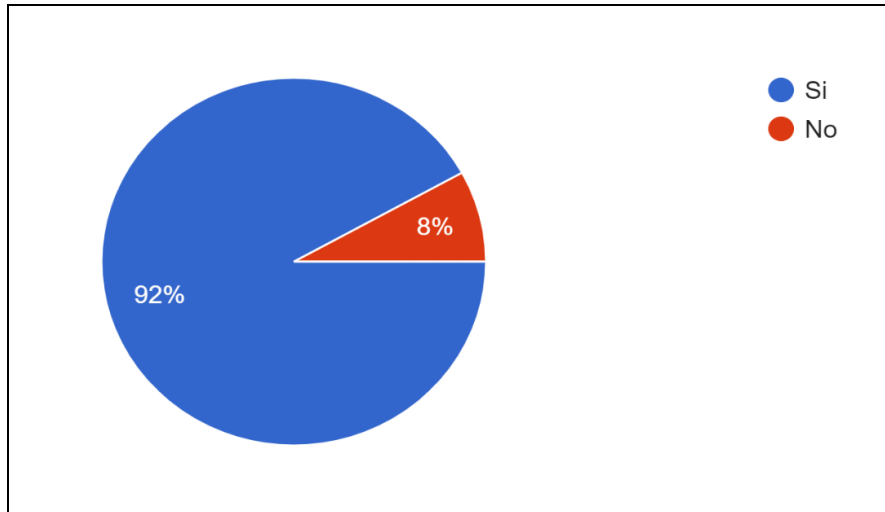
d. De las personas encuestadas, 87 respondieron que no habían recibido formación administrativos y gerenciales, mientras que 58 contestaron que si como se puede apreciar en la ilustración 34.

**Ilustración 45. Personas que han recibido o no formación gerencial o administrativa**



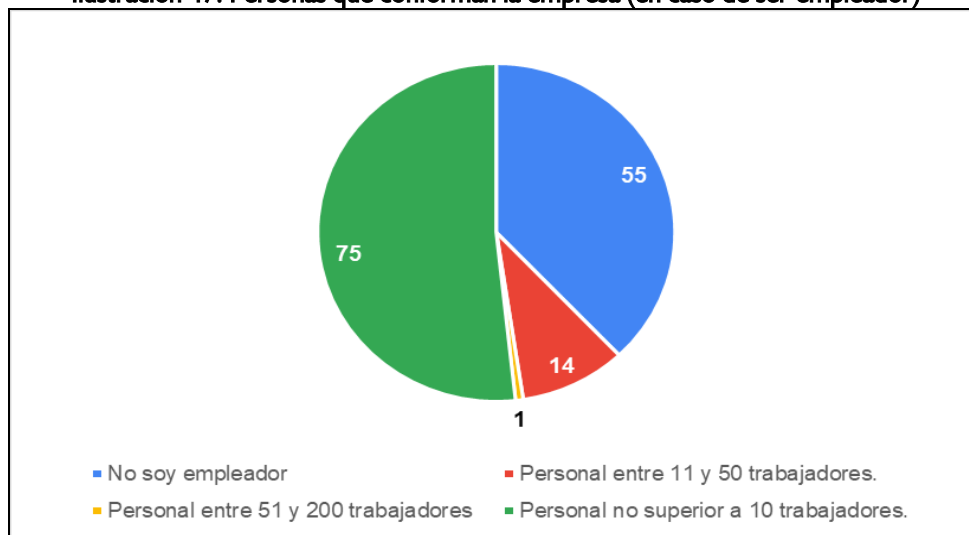
e. Con base en la pregunta anterior, se realizó la consulta sobre la necesidad de formación para administrar y gestionar las economías culturales y creativas a lo cual el 92% de las personas encuestadas mencionan que sí, mientras que el 8% responde que no, como se muestra en la ilustración 35.

**Ilustración 46. Necesidad de formación para la gestión de las industrias creativas y culturales**



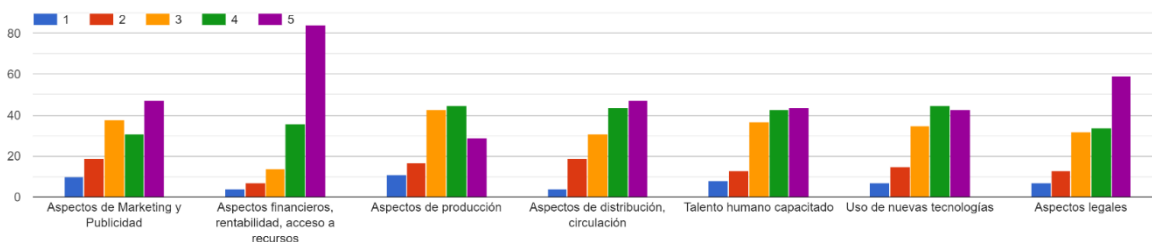
f. Se realizó la consulta de las personas que conforman la empresa en caso de que fuese empleador del sector. El 52%, es decir 75 personas tiene personal no superior a 10 trabajadores, el 38%, es decir 55 personas no son empleadores, el 10% tiene personal entre 11 y 50 trabajadores y solo una persona encuestada tiene personal entre 51 y 200 trabajadores, como se aprecia en la ilustración 36.

**Ilustración 47. Personas que conforman la empresa (en caso de ser empleador)**



g. Las personas del sector de industrias creativas tienen diferentes necesidades, por ello, se consultó con los encuestados, las principales preocupaciones que enfrentan las personas vinculadas a este sector. Se solicitó que clasificaran de 1 a 5, siendo 1 la menor preocupación y 5 la mayor. En la ilustración 37 se puede apreciar que la principal preocupación está relacionada con aspectos financieros, de rentabilidad y de acceso a recursos.

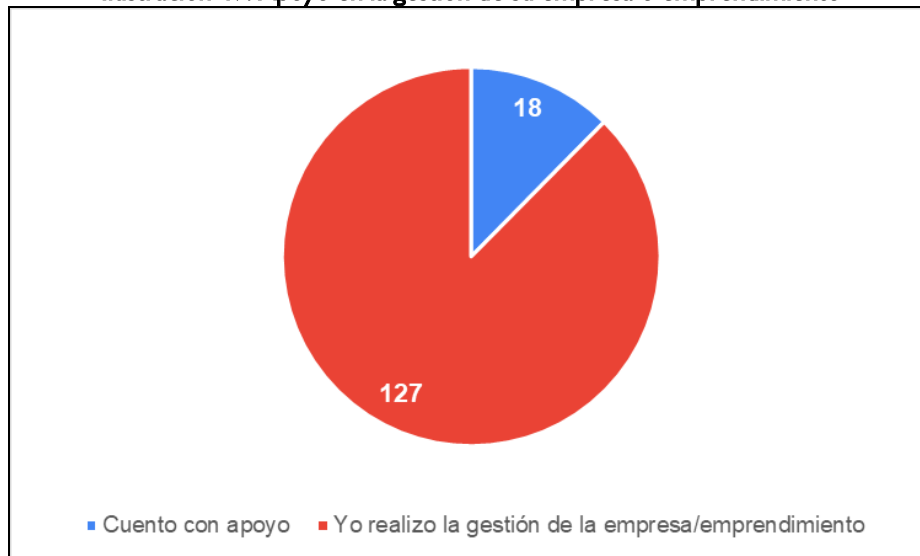
**Ilustración 48. Principales preocupaciones de las personas del sector de Economías Culturales y Creativas**





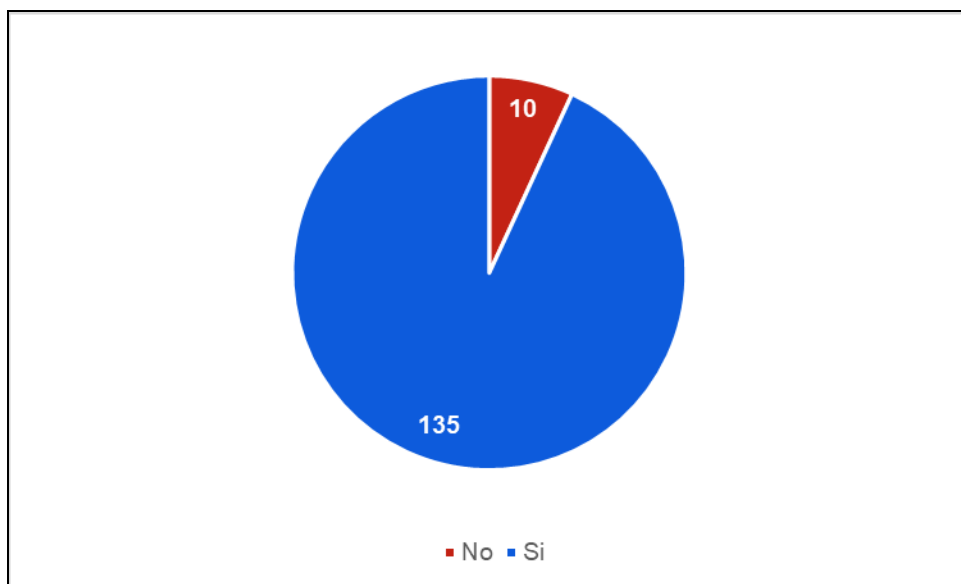
- h. Se diseñó una pregunta para conocer si los encuestados cuentan con apoyo para desarrollar funciones de gestión. En la ilustración 38 se evidencia que 127 de las personas encuestadas es decir el 88% realizan por su cuenta la gestión de su empresa o emprendimiento y solo el 12% cuentan con apoyo.

**Ilustración 49. Apoyo en la gestión de su empresa o emprendimiento**



- i. Con base en la pregunta anterior, se consulta a las 18 personas las áreas en las que cuenta con apoyo, y las respuestas fueron: asesoría legal, audiovisuales, Contabilidad, administrativo, Diseño gráfico, divulgación, dirección, Formación para el trabajo, gestión de proyectos y recursos, Informes, divulgación en redes sociales, diseño de logos o afiches y logística, asesoría legal, Legales y administrativas, El apoyo es de tipo contable, legal y artístico, legal, parte audiovisual, producción, productor general, tenemos 1 persona que opera y 1 persona que supervisa.
- j. Con respecto a la contratación de un profesional con las capacidades para desarrollar las funciones gerenciales/administrativas, el 93% lo contrataría, mientras que el 7% no lo contrataría como se aprecia en la ilustración 39.

**Ilustración 50. Contratación de un profesional calificado**



- k. Como pregunta abierta, se consultó sobre las ventajas competitivas pueden tener las empresas en que haya personas capacitadas en la gestión de las economías culturales y creativas, a continuación, se realiza un compendio de las respuestas obtenidas:

El relacionamiento - Las industrias creativas se nutren principalmente de artistas formados en la creación y la expresión por lo cual la gestión, marketing, financiación y comercialización de sus productos es algo que llega tarde y se aprende de manera diversa con el correr del oficio, lo cual no es ideal - Conocimiento legal, conocimiento administrativo y recursos - Tener la capacidad de mejorar el rendimiento y gestión de una empresa -mejor producción - Optimización de los recursos, inversión, ingresos, utilidad- Mayores ingresos - Menor riesgo al fracaso - Organización que permita procesos efectivos y resultados óptimos - Mayor competitividad a nivel nacional como internacional ya que en el medio en que mi empresa se desempeña no hay apoyo gubernamental - Mayor conocimientos en área de marketing, ventas y distribución - Gestión de la innovación y gerencia estratégica.- Sería una gran ventaja porque tiene conocimiento profesional para poder ofertar en proyectos acordes a lo cultural y puede dar una viabilidad más acertada a la forma en cómo se realizan los procesos administrativos- organización - Innovar y promover la creatividad, la propiedad intelectual, la cultura y la conectividad como insumos y se dedicaría a la creación, producción, promoción y distribución de bienes y servicios de contenidos creativos, culturales y gráficos.- mayor conocimiento - Mayor estabilidad en el sector - Estar a la vanguardia en marketing digital, innovación y en producción y nuevas tecnologías - Mejor oportunidad laboral y espacios de publicidad de nuestro arte creativo - Mejorar la rentabilidad- Sería una empresa con mejores expectativas y productividad - ¿La cultura es un producto? ¿La competencia permite mejorar las industrias culturales? ¿La cultura se administra? -La experiencia y el trato al cliente - Mejor respuesta a nuestros clientes - Crecimiento y mayor acceso al mercado - Crean valor agregado sobre otras - Tener un aval ante nuevas propuestas culturales y comerciales para nuevos proyectos. - Mayor accesibilidad a recursos públicos y privados para la gestión de proyectos culturales y de educación musical. - Ayudaría a incrementar las ventas de servicios - Más visibilidad, más posicionamiento, mejores conexiones o posibles alianzas, más oportunidades para mostrar conectar a más familias que quieran vincular a sus hijos e hijas en las Artes Escénicas (Danza) - estar actualizado en todo lo que implica en el desarrollo como empresa desde aspectos normativos hasta posibilidades de crecimiento, teniendo en cuenta las herramientas que hoy nos permite la tecnología- Organización

y Nuevas oportunidades de negocio - La gestión es más eficaz optimizando los diferentes recursos humanos, económicos y tecnológicos.- retorno de la inversión - Una formación ajustada al contexto cultural y creativo y la posibilidad de crear formación continua y permanente - Comercialmente - Mayores clientes, mayores ingresos - Sabrían buscar y gestionar nuevos negocios, orientar al empresario de una forma más rápida para llegar al resultado deseado.- Pueden transformar positivamente la región- Mejor desempeño, productividad, y posicionamiento.- La consolidación de procesos como: planeación estratégica, productividad sostenible, manejo adecuado de los recursos, desarrollo de nuevos productos, sistema de innovación, sostenibilidad y crecimiento exponencial.- una persona capacitada en gestionar más trabajo apta mi empresa - Ventajas a nivel de innovación, de conocimiento propio del sector y una manera de ver la empresa desde tanto lo administrativo como desde el hacer de la creatividad - mejor desempeño con mayor conocimientos- Las empresas con administración capacitada en las industrias creativas y culturales tienen muchas ventajas ya que una gestión correcta a través del seguimiento de unos lineamientos concretos lleva a alcanzar logros de forma escalonada dando así la industria reconocimiento en cada una de sus áreas y desarrollo constante que permite ser competitivos. - Muy pocas, porque las personas que se necesitan deben tener experiencia, feeling creativo, visión y red de contactos, eso lo da la experiencia, no necesariamente la academia. - Necesitamos expertos en marketing - Mayor gestión de creatividad y desarrollo cultural - Más que "administradores" de un recurso económico, requerimos personas capacitadas en producción ejecutiva, emprendedores en/con creatividad (sensibilidad) y conocimientos en economía, política y legislación cultural. - Mayor alcance de producción. - Mejor planeación y por ende un desarrollo de la empresa con menos riesgo - Mayor competitividad- La ventaja es q si existiera administradores capacitados en esta área se pudieran presentar buenos proyectos culturales. - manejo de finanzas y administración- Mejor gestión, mayor rentabilidad. - Tendría la oportunidad de como lo indica destinar de manera adecuada los recursos además de buscarlos de acuerdo a su capacidad - Mayor reconocimiento - Aporta al crecimiento de la empresa reduciendo los tiempos y costos mejorando la imagen de la compañía entre otros. - Mejor organización en el manejo y ejecución de los recursos - Rentabilidad y competitividad - Mayor aprovechamiento de recursos y oportunidades disponibles- Posicionar la empresa, adquirir recursos para expandir o continuar, buscar nuevos clientes - Habría una mejor salida de productos ya que al no haber suficiente conocimiento de lo que conlleva la labor que hacemos se toma como un oficio y se quiere pagar muy barato, y entra una competencia desleal e injusta, en ese momento no tenemos herramientas para sustentar calidad de materiales y demás, entonces solo podemos competir por precio - Innovación, nuevos mercados, uso de nuevas herramientas, mayor visibilidad- mejor manejo en la empresa- Idoneidad y elevar producción - capacidad financiera y apoyo económico - Pueden ampliar su nicho de mercado y ser reconocidos - Mejor manejo de los recursos y las estrategias administrativas -Culturizar la importancia y relevancia de este sector en el desarrollo económico, generar oportunidades laborales en este campo, incentivar el desarrollo cultural - todas , el sector artístico tiene como debilidad la falta de formación en gestión de recursos - Se puede prestar un mejor servicio con personal experto y capacitado y - Capacitarse en la parte legal, económica y publicitaria para la empresa- Pueden realizar una gestión más organizada y acceder a las becas y estímulos que ofrece tanto el sector público como privado, además de cumplir con toda la normativa legal y tributaria del sector, la cual casi no se conoce.- Nos podrían dar una gran ventaja para desarrollar mejores proyectos, y por lo tanto el crecimiento de la industria cultura y de entretenimiento en la región, hay que capacitarnos para aprender siempre y mejorar.- llegar a más clientes o amenizar más con su clientes, viéndolo desde el punto de marketing- Mayor acceso a recursos públicos y privados para el fortalecimiento de los productos en las 3 fases de producción. - fortalecer la empresa - El poder desarrollar de una mejor manera el lado cultural de la empresa, en especial en el tema del marketing y el darse a conocer ya que hay mucha gente con mucho talento y por más que hagan no se dan a conocer - Más gestión - El poder

llevar adelante la promoción y difícil de nuestros proyectos -Gestión cultural - Sería una persona que desde los aspectos administrativos puede otorgarle la importancia a los procesos culturales y artísticos de una región determinada.- Cualifica al sector.- Mas calidad, protección cultural y sentido de vida laboral- Debido a tanta envidia en la ciudad de Bucaramanga no hay buen personal para este trabajo - Deberían no existir más artistas y menos administradores del recurso público - En el desarrollo y posicionamiento de marca o empresa a través de las diferentes herramientas tecnológicas que ofrecen las redes. De igual manera estrategias culturales para el entretenimiento. - Más productividad- Mayor visibilidad y adquisición de nuevo público - tienen visión universal del producto cultural, son más asertivas en el proceso oferta-demanda, son más estables y generan puntos en el crecimiento económico de una región o país- Proyectos más sustentables -Mayor impacto -Viajes- La formulación de proyectos adecuados a las necesidades de la industria y de la región, enfocados de manera efectiva en la consecución de recursos, dándole valor a todo el proceso creativo. -Mejor desempeño- En este momento el mundo está en el auge digital y tecnológico, tener los conocimientos para desenvolverse aprovechando esos medios, hace use la empresa esté presente también en esos canales y ayuda al posicionamiento, además que tiene la posibilidad de encontrarse más actualizada - De tipo organizacional, de tipo de responsabilidad social empresarial, de tipo sostenibilidad, de tipo del capital humano, de tipo de valores agregados.- Crecimiento - Gestión para la consecución de recursos- Tendrían profesionales encargados de dirigir los procesos específicos de cada actividad cultural.- mayor participación laboral - Brindan calidad en el servicio y no se improvisa con las actividades a desarrollar, fortalecimiento de oportunidades a mejorar - Permitirán que nuestros procesos se fortalezcan y nos permitan generar mayores impactos- mayor marketing, mayor ventas, mayor comunidad de clientes - Se sentiría el respaldo de un conocedor de la materia - Los presupuestos estarían mucho mejor enfocados, los administradores normales no tienen suficiente conocimiento sobre las necesidades del sector cultural. - Mejores rendimientos y acceso a nuevas oportunidades - Mejorar ventas y mejorar procesos productivos en la industria. Gran tiempo del día se gasta haciendo procesos de gestión y ventas. - Mejor y mayor desempeño a la hora de realizar un proyecto - Mejor posicionamiento en el mercado- Mayor oferta laboral- proponer proyectos viables y rentables- Consolidar los procesos y hacer sostenibles los proyectos - Permitiría enfocarme y dedicarme a mis campos de saber. - Fortalece el nivel y aportando conocimientos en sus investigaciones - Se fortalece la empresa creativa con proyección a nivel internacional- Marketing - Mayor desarrollo, proyección y excelentes resultados - Mejorar la calidad en servicio y proyección de nuestra cultura y talento - Manejo de políticas públicas y legalidad- calidad del servicio- Mayor visibilidad de talentos no apoyados. Más rentabilidad en las obras artísticas- fortalecer el trabajo en equipo, formación en aliados - Un nivel excelente - Pueden llegar a un mayor público - Todo producto industrial implica un proceso multidisciplinario eso implica gerencias con una visión multidimensional- más competentes- Resuelve un rol importante, ya que alguien debe encargarse puntualmente de esa necesidad - Mayor visibilidad - Puede brindar factores diferenciales en el mercado cultural. Permite que hay aun modelo sostenible de recursos para producción. - Calidad en el servicio. - Incrementaría la productividad, se daría a conocer el trabajo artístico y cultural - Jalonarían procesos que hasta ahora están dormidos - Mayor eficiencia en las labores- Gestión de proyectos, difusión y divulgación cultural, manejo adecuado de los recursos, posicionamiento de marca, formalidad de las empresas, ayuda legal y jurídica. - Muchas, ya que nos puede es bueno para la gestión de recursos técnicos, logísticos, administrativos y económicos en proyectos culturales. Además, que sería un buen potenciador el capital para el desarrollo de los procesos y productos - Personas capacitadas en este rol haría que se realizara una buena labor idónea en proyectos culturales - Principalmente que estos profesionales contarían con la capacidad de lanzar la empresa en nuevos nichos de mercado constantemente. La visibilidad es un extremadamente feroz en la actualidad. - Sabría las responsabilidades tributarias y ayudaría para realizar una planeación o ejecución mejor- Pueden

imprimir en los proyectos que se desarrollen al interior de la empresa una sensibilidad que tenga en cuenta el desarrollo de aspectos relacionados con el arte y la creatividad, reconociendo en los trabajadores seres con capacidades para resolver problemas de maneras inventivas y acordes al contexto cultural.

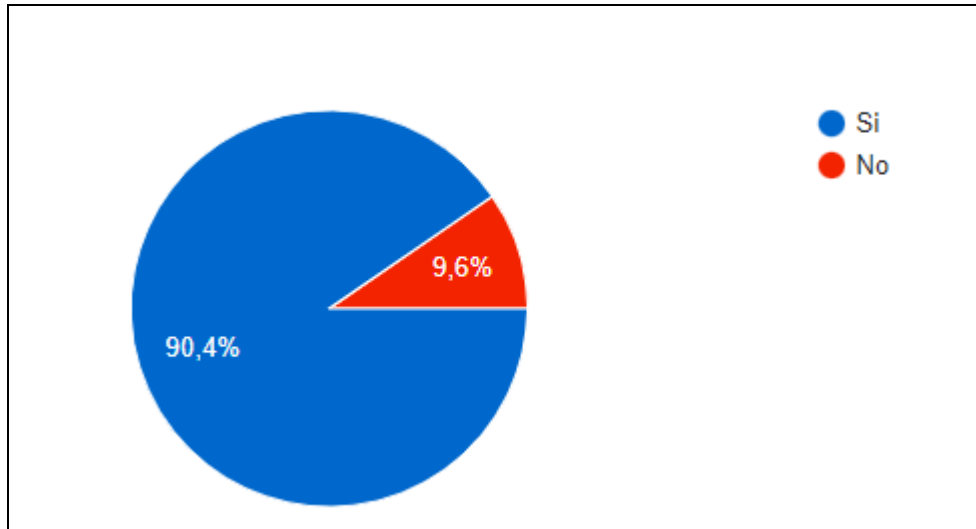
Con el fin de visualizar más claramente las opiniones de cada uno de los encuestados, se realizó la ilustración 40, la cual representa las palabras que más se repitieron (en grande) como gestión, empresas, recursos, proyectos, oportunidades, marketing, oportunidades, producción, procesos, entre otras y las que menos se repitieron (más pequeñas) son mencionadas, pero con menos frecuencia.

Ilustración 51. Nube de palabras - Ventajas Competitivas



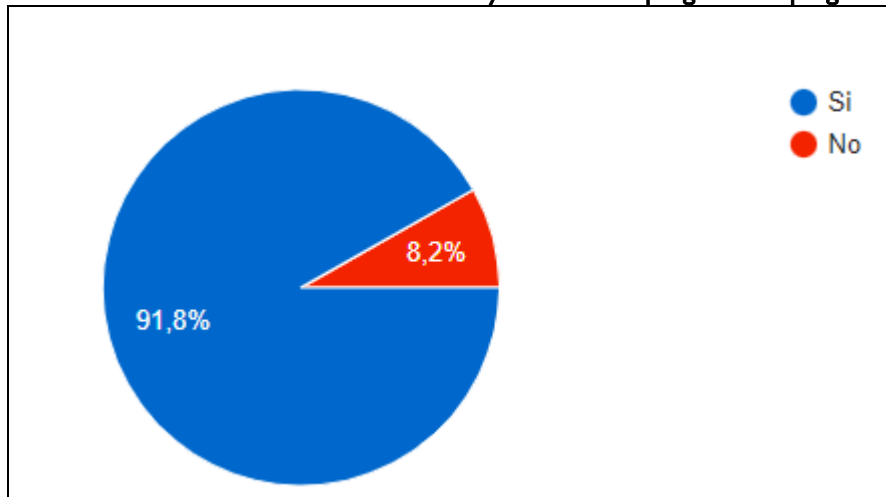
- I. Asimismo, se consultó a los encuestados sobre la importancia de un programa de pregrado específico para la gestión de las economías culturales y creativas, a lo que el 90,4% mencionaron estar de acuerdo, mientras que el 9,6% respondió no estarlo de acuerdo con la ilustración 41.

Ilustración 52. Importancia del Pregrado en el sector cultural y creativo



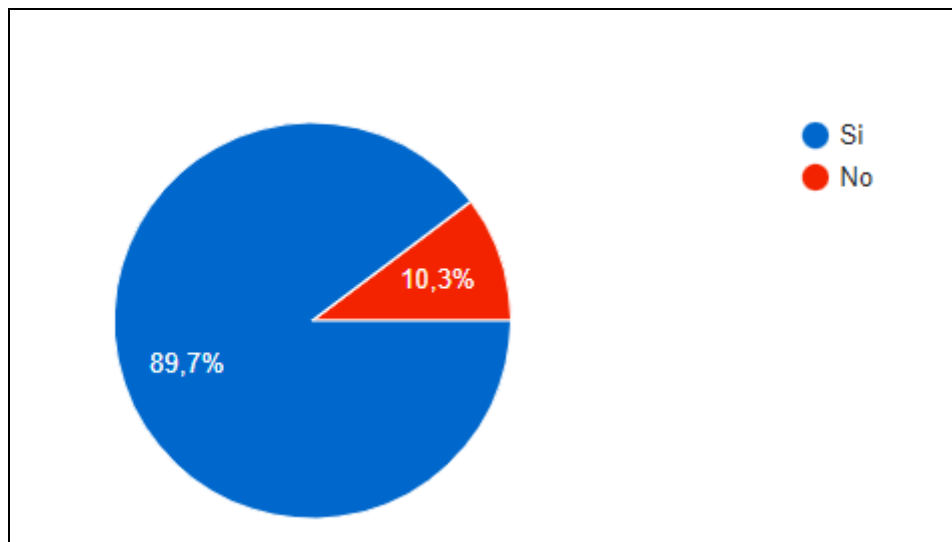
m. En este sentido, se consultó con los entrevistados acerca de que un programa de pregrado en gestión de las economías culturales y creativas contribuiría a la profesionalización del sector. En la ilustración 42, se muestra como el 91,8% menciona que, si se contribuiría a la profesionalización, mientras que el 8,2% plantea estar en desacuerdo.

**Ilustración 53. Profesionalización del sector y oferta de un programa de pregrado**



n. Continuando con la importancia de un programa de pregrado, para el sector, se consultó si este, podría mejorar su imagen y aumentar el reconocimiento social. En la ilustración 43 se muestra que el 89,7% de los encuestados mencionan que sí, mientras que el 10,3% indica que no.

**Ilustración 54. Reconocimiento e imagen - mediante un programa de pregrado**



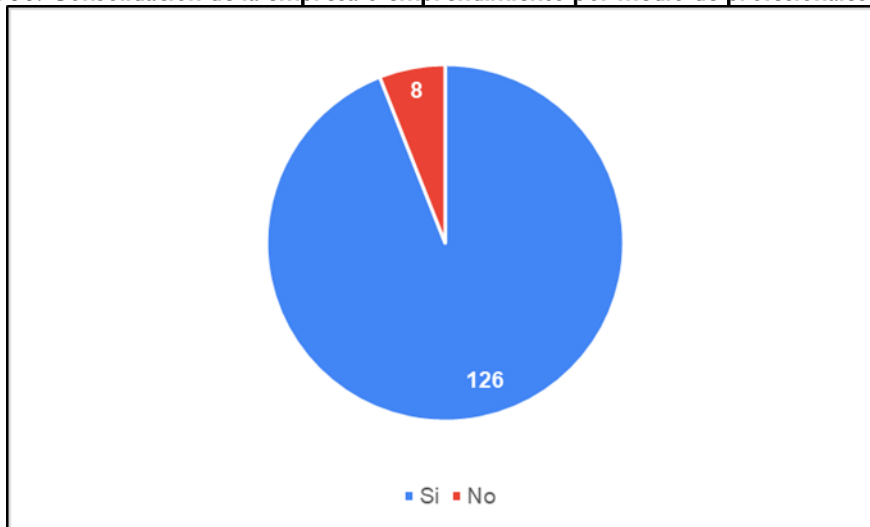
- o. Con la finalidad de conocer sobre la existencia de una demanda creciente de profesionales capacitados en la gestión de las economías culturales y creativas, se diseñó esta pregunta abierta, para que el encuestado pudiera relatar el argumento de su respuesta. En la ilustración 44, se puede apreciar la nube de palabras, en donde se encuentran las palabras de tamaño más grande con la mayor concurrencia de menciones, como más, profesionales, necesidad, demanda, sí, arte, Santander, entre otras.

Ilustración 55. Nube de palabras - Demanda sobre un programa de pregrado



- p. A fin de consultar sobre la intervención de un profesional en gestión de las economías culturales y creativas para consolidar su empresa o emprendimiento en el mercado, los encuestados indican en un 87% (126) personas están de acuerdo, mientras que un 5,5% dicen no estar de acuerdo como lo refleja la ilustración 46.

**Ilustración 56. Consolidación de la empresa o emprendimiento por medio de profesionales capacitados**



Al ser una pregunta abierta, los encuestados tuvieron la oportunidad de elegir, a continuación, se muestran las respuestas de las personas que no participaron de la selección anterior:

¿Y si se fortalecen no solo las industrias y los emprendimientos? - Como se plantea, el profesional egresado podría fungirse como un manager de la producción cultural, pero la gestión de industrias culturales integra contextos, historias, valores agregados y calidades - No consolidar, pero si ayudar a optimizar tiempos o presupuestos. - No estoy seguro si un pregrado sea necesario, lo veo más a nivel de posgrado aprovechando los perfiles que ya estén vinculados en el sector. Es complejo imaginar a un joven recién egresado del colegio decantándose por ser un "Gestor de industrias creativas y culturales", es un área muy específica. Lo veo incluso más a nivel de maestría, que, desde la universidad pública, sería un gran aporte a la región, pues estos contenidos ya existen, pero a unos costos imposibles actualmente. - Prefiero un profesional especializado. - Puede ser. - Seria un aporte valioso el conocimiento profesional certificado. - Solo si estuviese capacitado en el conocimiento de materiales y sus usos y salidas. -Tecnologías - Un maestro en artes plásticas necesita un programa de especialización, ya sea diplomado, especialización o maestría - Un programa profesional serviría, pero también es muy importante brindar espacios de formación para los profesionales que en las diferentes áreas artísticas y culturales que necesitan esas capacitaciones.

- q. Continuando con el formulario, se consultó sobre habilidades que los estudiantes deberían aprender en un programa de pregrado en gestión de las economías culturales y creativas, para visualizar las respuestas de los diferentes encuestados, se inserta la ilustración 46, la cual es una nube de palabras que define en tamaño mayor las respuestas más recurrentes. Algunas de ellas son: gestión, proyectos, producción, marketing, estrategias, administración, desarrollo, recursos. Entre otras.

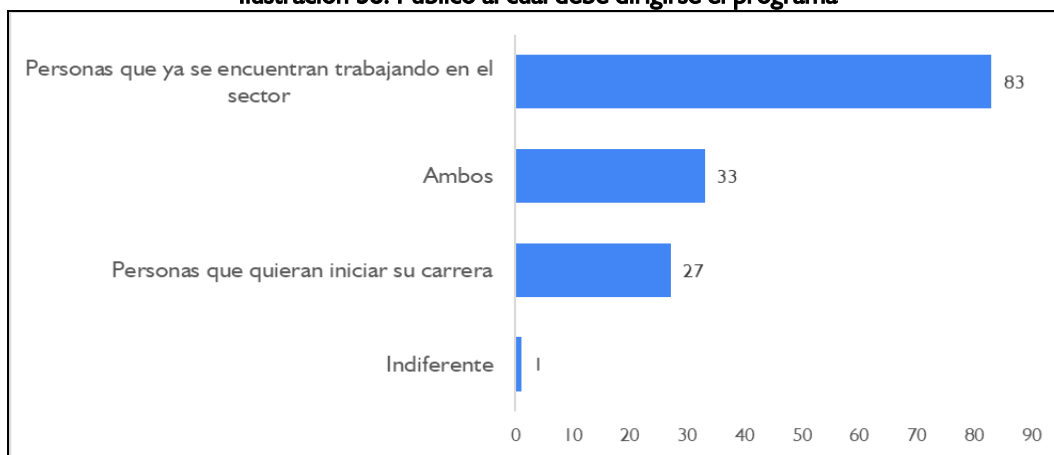
**Ilustración 57. Nube de palabras - Habilidades profesionales**





- r. Seguido a lo anterior, se consultó sobre el público al cual debe estar dirigido el programa, a lo cual, 83 encuestados mencionaron que a personas que ya se encuentran trabajando en el sector, mientras que 27 personas indicaron que a quienes desean iniciar su carrera profesional, 33 personas mencionaron que a las dos partes y para un encuestado, fue indiferente, como se aprecia en la ilustración 58.

Ilustración 58. Público al cual debe dirigirse el programa



Para la siguiente sección de preguntas se expuso las diferentes modalidades de formación con las que cuenta la universidad:

Presencial: Los estudiantes asisten regularmente a un espacio físico y desarrollan su proceso de aprendizaje en un contexto grupal o individual e interactúan en tiempo real con profesores, compañeros y recursos educativos.

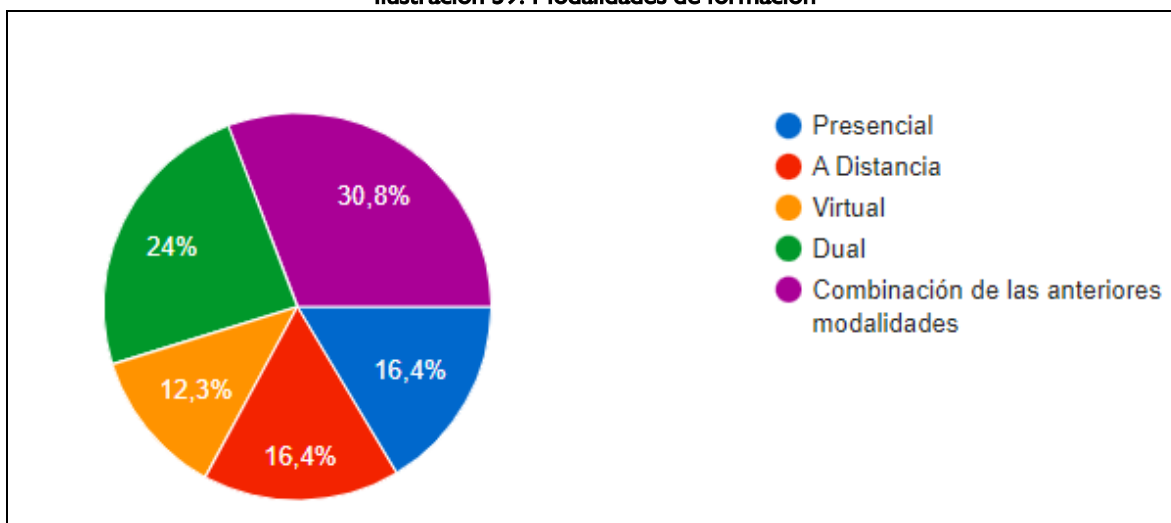
A distancia: La interacción entre el docente y el estudiante es mayoritariamente sincrónica (entre un 70% y 80 %) y se desarrolla principalmente en línea, con materias que se adelantan de forma presencial (entre un 20% y un 30%)

Virtual: La interacción entre los estudiantes, profesores y recursos educativos se da en el ciberespacio y no en un lugar físico. La temporalidad de la interacción puede ser síncrona o asíncrona.

Dual: Combina el aprendizaje en la universidad con el aprendizaje en la empresa. Durante su carrera, los estudiantes asisten a la universidad (50%) y en el mismo semestre van a una empresa a aplicar lo aprendido (50%).

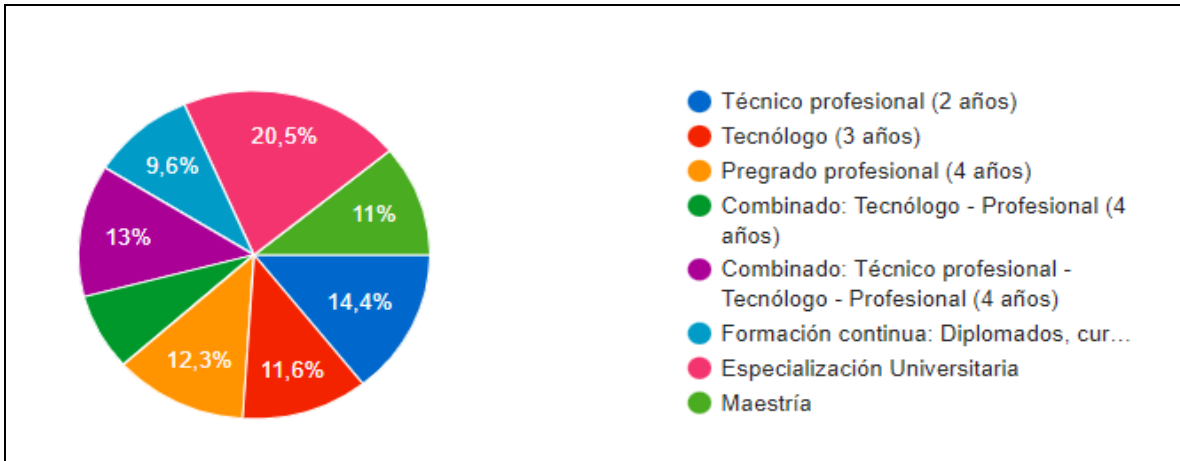
- s. Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó la consulta sobre la conveniencia de estas modalidades en un programa enfocado a la gestión de economías culturales y creativas. La ilustración 48 muestra que un 30,8% prefiere una modalidad combinada, 24% la modalidad dual, en porcentajes iguales 16,4% prefieren la modalidad a distancia y presencial, y como última elección con 12,3% prefieren la modalidad virtual.

**Ilustración 59. Modalidades de formación**

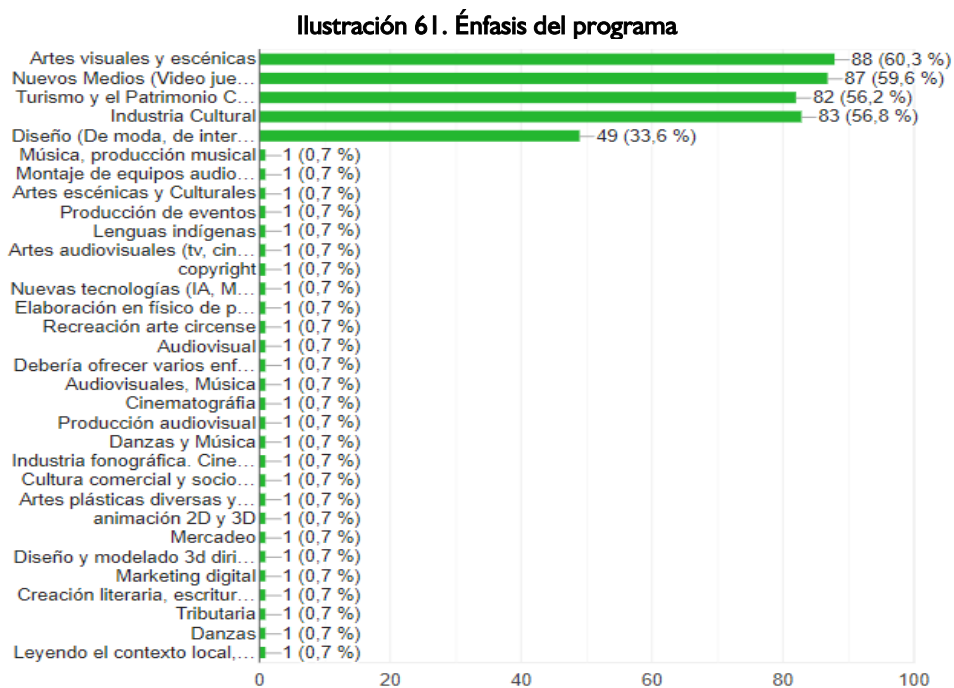


- t. En cuanto a las rutas de formación, en la ilustración 49 los participantes encuentran que 20,5% prefieren una especialización universitaria, 14,4% se inclinan por el técnico profesional, 13% mencionan el ciclo propedéutico como la mejor ruta, el 12,3% prefiere el pregrado profesional, el 11,6% el nivel de tecnológico, el 11% maestría y por último el 9,6% indica el interés por programas de extensión como diplomados, talleres, cursos, etc. Esto tiene sentido a razón de que las personas encuestadas se encuentran trabajando en el sector.

**Ilustración 60. Niveles de formación**



- u. Con el fin de realizar una revisión de los énfasis que las personas que se encuentran en el sector recomiendan para tener en cuenta en el pregrado, se diseñó una pregunta que incluyera los principales, sin embargo, también se dejó de manera abierta con el fin de que se pudieran reportar más énfasis, dando la oportunidad de seleccionar varios de los suministrados. En la ilustración 50, se muestra a las artes visuales y escénicas como el de mayor elección, seguido por nuevos medios, diseño, industria cultural, turismo y patrimonio, y los demás incluidos por algunos participantes.



- v. En cuanto a las oportunidades laborales disponibles para los estudiantes y graduados de un programa de pregrado en gestión de las economías culturales y creativas, se realizó una pregunta abierta. Con el fin de procesar la información recibida, se diseñó una nube de palabras, la cual puede observarse en la ilustración 51, y da cuenta, en coherencia con las líneas y las principales necesidades que el marketing, los eventos, la promoción, administración, la producción, el turismo, el patrimonio entre otros, siguen siendo importantes en el desempeño futuro de los profesionales.

**Ilustración 62. Oportunidades laborales en el sector**



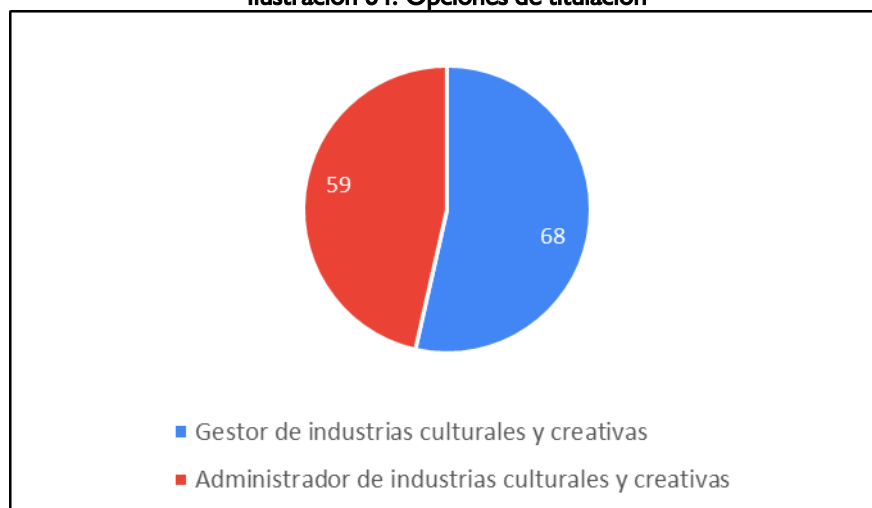
w. La opinión que los encuestados tienen sobre las personas que actualmente cumplen labores de gestión o administración de la industria es relevante para el presente estudio. Por lo anterior, se diseñó una pregunta de tipo abierta enfocada en este tema. En la ilustración 52, se evidencia en una nube de palabras, las principales menciones que las personas reconocen: frases como: aprender a gestionar el capital financiero, se realiza de manera empírica, no existe empatía con el artista, se encuentran poco capacitadas, experiencia intuitiva pero no en el sector, ausencia de conocimiento, lo cual entorpece procesos, se deben capacitar en formulación de proyectos, falta humanizar.

Ilustración 63. Opinión sobre las personas que actualmente tienen el rol de gestores en el sector



- x. Por último, consultamos con las personas encuestadas sobre el título profesional de una persona que se encargue de la gestión de las economías culturales y creativas. Para la pregunta se dieron dos opciones, así como la posibilidad de proponer otro nombre. En la ilustración 53 se evidencia que el 46,6% (68) encuestados optaron por el título de Gestor de industrias Culturales y creativas, mientras que el 41,15 (59) personas indican que debe ser Administrador de Industrias Culturales y Creativas.

Ilustración 64. Opciones de titulación



Las propuestas de las personas que no eligieron ninguna de las opciones anteriores fueron:

- Administración y gestión son MUY DISTINTAS. La administración es estratégica (organiza, define y planifica), la gestión es táctica, ejecuta los recursos. El administrador puede ser un administrador de empresas con experiencia en el sector, el gestor por lo general es alguien proactivo que hace carrera en el sector. Se necesita son personas que puedan proyectar estas empresas, que entiendan la dinámica global en cada subsector para encontrar las oportunidades. El resto es crear carreras que no generan valor diferencial, que pueden ser mejor un diplomado o especialización.
- Administrador de industrias digitales creativas.
- Administradores de cultura e innovación creativa
- Especialista en gestión de Industrias Culturales y Creativas
- Experto en industrias culturales y creativas
- Gerente de eventos y Cultura
- Gerente y gestor.... Si están solas las denominaciones resultan incompletas.
- Gestor de economías creativas y culturales.
- Gestor profesional de las industrias creativas y culturales
- Las dos anteriores
- Maestro en Industrias Creativas y Culturales
- Producción audiovisual
- Productor en industria cultural y creativa
- profesional en administración y gestión de la industria cultural
- Profesional en gestión y administración de industrias culturales y creativas
- Sería gestor, pero está tan “pordebajada” esta palabra sería ejecutor cultural y creativo
- Técnico o tecnólogo de industrias culturales y creativas



- Gestor creativo y cultural, administrador cultural, profesional en desarrollo cultural y creativo

### **Conclusiones de las Encuestas a Públicos**

- **Encuesta a estudiantes de Once grado**

En total se realizaron 405 encuestas a estudiantes de bachillerato. El 78,5% de los estudiantes encuestados provienen de colegios públicos y el 21,5% de colegios privados. Con respecto a su género, el 66,9% son mujeres, el 31,6% hombres y el 1,5% se identifica como “otros”. La edad promedio de los participantes fue de 16 años. El 69,4% quiere estudiar una carrera profesional. El 41,7% de los estudiantes se entera de las universidades por medio de su familia, mientras que el 24% lo realiza mediante páginas web. El 74% de los estudiantes prefieren la modalidad de estudio presencial, mientras que el 16% prefiere estudiar bajo modalidad dual \*(a las personas encuestadas se les informo acerca de las diferencias entre modalidades). Al 73% de encuestados les interesa conocer más sobre las industrias culturales y creativas y al 66,4% le gustaría aprender sobre cómo gestionarlas \*(a las personas encuestadas se les hizo un breve contexto de las industrias culturales y creativas). El 71% de los estudiantes encuestados piensa que la gestión de industrias culturales y creativas puede ser una carrera rentable y al 56,3% (228 personas) les gustaría matricularse. Las líneas de profundización más seleccionadas son Diseño, Artes Visuales y Escénicas, Turismo y patrimonio cultural, nuevos medios en el orden presentado. En cuanto a la ruta de formación, el 35,1% de los encuestados prefieren el ciclo propedéutico, mientras que el 22,4% indica al técnico profesional como su elección y el 20,2% selecciona el nivel profesional \*(a las personas encuestadas se dio claridad sobre las rutas de formación). De los encuestados que eligieron la opción de matricularse en el programa, es decir, 228 personas, el 84,2% recibiría apoyo de su familia. De la población total, el 72,1% manifiesta no conocer la sede de Floridablanca y al 72% no le gustaría recibir clases en este lugar.

#### **Encuesta a personas relacionadas con el sector de economías culturales y creativas**

En total, se realizaron 145 encuestas a personas relacionadas con las economías culturales y creativas. Los encuestados pertenecen a diferentes áreas como: Publicidad, Audiovisual, Artes escénicas, Danza, Música, Artes escénicas y espectáculo, Diseño, Producción Audiovisual, Teatro, Artes, Artes plásticas, Cinematografía, Diseño Gráfico, Diseño, publicidad y contenido multimedia, Educación, Entretenimiento, Fotografía, Literatura, Agencia de comunicación, Agencia de Viajes y Turismo con especialidad en Turismo Cultural, Animación 3D y VFX, Arte, diseño, Artes escénicas entre otras. El 74% de las personas encuestadas ha permanecido en el sector por más de 7 años, el 12% entre 5 y 6 años al igual que la permanencia de 1 a 3 años. El 59% es empresario y la empresa se encuentra legalmente constituida, el 21% se encuentra empleado en el sector y el 10% se reporta como independiente. El 60% han recibido formación en temas de gestión o administración y el 92% ha sentido la necesidad de recibir este tipo de formación. El 52%, es decir 75 personas tienen personal no superior a 10 trabajadores. La principal preocupación de los encuestados son los aspectos financieros, de rentabilidad y acceso a recursos, seguido por aspectos legales y de marketing y publicidad. El 88% de las personas realizan por su cuenta la gestión de su empresa o emprendimiento. Expresan que las áreas donde requieren apoyo son: asesoría legal, audiovisuales, Contabilidad, administrativo, Diseño gráfico, divulgación, dirección, Formación para el trabajo, gestión de proyectos y recursos, Informes, divulgación en redes sociales, diseño de logos o afiches y logística, asesoría legal, Legales y administrativas, El apoyo es de tipo contable, legal y artístico, legal, parte audiovisual y producción. El 93% contrataría a un profesional que se encargue de lo administrativo y de gestión. Las ventajas competitivas que tendría una empresa si contara con un profesional en esta área son: El relacionamiento - Las industrias creativas se nutren principalmente de artistas formados en la creación y la expresión por lo cual la gestión, marketing, financiación y

comercialización de sus productos es algo que llega tarde y se aprende de manera diversa con el correr del oficio, lo cual no es ideal - Conocimiento legal, conocimiento administrativo y recursos - Tener la capacidad de mejorar el rendimiento y gestión de una empresa -mejor producción - Optimización de los recursos, inversión, ingresos, utilidad- Mayores ingresos - Menor riesgo al fracaso, entre otras. El 90,4% de los encuestados está de acuerdo con la importancia de un programa de pregrado para las industrias creativas y culturales, lo anterior alineado con 91,8% que indica que el programa contribuiría con la profesionalización del sector. El 87% de los encuestados indican que un profesional en esta área los ayudaría a consolidar su empresa o emprendimiento. En cuanto al público al cual debería estar dirigido el programa, la respuesta fue que a personas que ya se encuentran trabajando en el sector 58%, 27% a personas que quieran iniciar una carrera (están finalizando secundaria) y 23% a ambos, no debe ser excluyente, lo que refuerza el ciclo propedéutico. Sobre las modalidades de formación, el 30,8% eligió la combinación de modalidades, un 24% selecciono la modalidad dual, y el 16,4% opto por la modalidad presencial \*(a las personas encuestadas se les informo acerca de las diferencias entre modalidades). En cuanto a los niveles de formación, el 20,5% selecciono la especialización universitaria, 14,4% se inclinan por el técnico profesional, 13% mencionan el ciclo propedéutico como la mejor ruta, el 12,3% prefiere el pregrado profesional \*(a las personas encuestadas se dio claridad sobre las rutas de formación). Para el énfasis del programa, resaltaron en primer lugar a las artes visuales y escénicas, en segundo lugar, a nuevos medios y en tercer lugar a turismo y patrimonio. Por último, el 54% indico que el nombre de la carrera profesional debe ser Gestor de industrias culturales y creativas, mientras que para el 46% debe ser Administrador de industrias culturales y creativas.

### 13.3 ANÁLISIS RELACIONAL

- Es evidente la necesidad de brindar apoyo administrativo a la industria creativa, y dados los rasgos característicos de sus productos se requiere de profesionales conozcan sus particularidades. Estas particularidades pueden parecer tan sencillas como el adquirir un lenguaje propio de la industria creativa, conocer el contexto del sector, pero han impactado de manera importante en conseguir que el valor expresivo pueda ser traducido en valor económico.
- En los diferentes informes consultados se evidencia que el apoyo administrativo requerido debe estar orientado a marketing, formación de audiencias, gerencia de proyectos, contabilidad, finanzas y aspectos legales, particularmente los de propiedad intelectual. La conciencia global y las competencias digitales son importantes en el contexto actual, adicionalmente es importante el lograr competencias personales tales como el liderazgo que fomente redes a través de la cadena productiva, la resiliencia que permita sacar adelante iniciativas de largo plazo.
- Los programas de formación que busquen crear una masa profesional que apoye administrativamente a la industria creativa no deben estar enfocados solo a los artistas o creativos, ya que ellos quieren seguir desempeñando ese rol y no el de administrador.
- Se requiere que las industrias creativas tengan una independencia económica de los recursos públicos y para ellos es importante desarrollar redes, el mecenazgo y las audiencias.

A continuación, se realiza el Value Proposition Canvas del programa propuesto, con el fin de visualizar las dinámicas en las que operara el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, ilustración 54.

Ilustración 65. Modelo Canvas - Programa Académico Propuesto



*Fuente: Elaboración Propia*

Caracterización de los aspirantes:

Las problemáticas y necesidades encontradas en el sector por medio de las fuentes de información primaria y secundaria son:

- Falta de personal capacitado en la gestión de proyectos culturales y creativos.
- Escasa comprensión de los procesos de planificación, ejecución y evaluación de proyectos en el ámbito cultural y creativo.
- Dificultades para identificar y aprovechar oportunidades de financiamiento y recursos para los proyectos.
- Carencia de competencias en la gestión del talento y el trabajo en equipo en el contexto cultural y creativo.
- Limitada capacidad para adaptarse a los cambios tecnológicos y las nuevas tendencias en el sector.
- Adquisición de habilidades técnicas y conceptuales para la planificación y ejecución eficiente de proyectos.
- Conocimiento de las herramientas y técnicas de financiamiento y búsqueda de recursos específicas del ámbito cultural y creativo.
- Desarrollo de habilidades de liderazgo, gestión del talento y trabajo en equipo en contextos culturales y creativos.
- Escasa oferta educativa de profesionales formados para el sector cultural y creativo.
- Escaso apoyo institucional y falta de reconocimiento de la importancia de la gestión cultural y creativa en el desarrollo socioeconómico.

El programa propuesto mediante ciclos propedéuticos, busca abordar estas problemáticas, satisfaciendo las necesidades de los empleadores y sus organizaciones. A través de una formación integral mediante el desarrollo de competencias, se busca capacitar a los estudiantes en los diferentes niveles de formación así:

- a) Nivel Técnico:



La formación técnica profesional para el sector cultural y creativo se caracteriza por atraer a estudiantes interesados en adquirir conocimientos y habilidades prácticas para enfrentar las necesidades y problemáticas específicas de este sector. Los estudiantes del programa en nivel técnico lograrían adquirir competencias de trabajo colaborativo, innovación y la búsqueda de soluciones creativas. Además, valoran la importancia de preservar el patrimonio cultural, fomentar la diversidad y promover la expresión artística. Teniendo en cuenta las necesidades y problemáticas del sector, en este nivel, el estudiante se centra en ser ejecutor de proyectos en sus diferentes aristas y poniendo en práctica las competencias adquiridas en el área financiera, de marketing, derecho, economía, proyectos, así como en artes, diseño y música, con el fin de ser agentes de cambio en su entorno próximo propendiendo por la formalización del sector.

b) Nivel Tecnológico:

La formación tecnológica en el sector cultural y creativo atrae a estudiantes comprometidos con la resolución de necesidades y problemáticas específicas de este ámbito. Los estudiantes lograrían adquirir conocimientos técnicos y habilidades prácticas para abordar los desafíos que hoy por hoy enfrenta el sector en la gestión de la cultura y la creatividad insertándose rápidamente a organizaciones públicas o privadas, utilizando su conocimiento y habilidades para resolver problemas en el campo de las audiencias, formulación de proyectos y gestionando las actividades propias del sector.

c) Nivel profesional:

La formación profesional en administración del sector cultural y creativo atrae a estudiantes comprometidos con la resolución de necesidades y problemáticas específicas de este reglón de la economía en constante evolución. Los estudiantes se caracterizarán por su capacidad analítica, visión estratégica y habilidades para la toma de decisiones. Serán personas proactivas, capaces de identificar oportunidades de negocio y gestionar eficientemente los recursos en un entorno dinámico y competitivo. Además, valorarán la importancia de la gestión cultural y creativa en el desarrollo sostenible de las organizaciones y comunidades. Los estudiantes abarcaran problemáticas y oportunidades del sector por su capacidad de liderazgo, trabajo en equipo y habilidades de comunicación, lo que les permite interactuar de manera efectiva con diferentes actores y promover el trabajo colaborativo.

### 13.4 DEMANDA Y EMPLEABILIDAD

La educación en el campo del sector cultural y creativo en Colombia ha experimentado un creciente interés en los últimos años como se aprecia en la tabla 10, donde se analiza el comportamiento desde la inscripción hasta la graduación de los estudiantes en los diferentes niveles de formación en pregrado y posgrado, este último, debido a que la investigación de mercados realizada a las personas que se desempeñan en el sector cultural y creativo indicaron necesarios programas a nivel de posgrado, sin embargo están de acuerdo en que debe existir los niveles de formación desde el pregrado y por ciclos propedéuticos, como lo muestra la ilustración 49 niveles de formación. Es por lo anterior, que el análisis de los últimos 5 años en cuanto a las diferentes etapas por las que transita una persona que aplica a los programas relacionados con la administración y gestión de las empresas culturales y creativas, hasta la finalización del programa académico, cobra relevancia en la medida en que la demanda y tendencia de estos, es información valiosa para el planteamiento de una nueva oferta académica.

**Tabla 47. Comportamiento de la matrícula de programas académicos iguales o similares al propuesto en el ámbito nacional y regional**

Programa	Universidad	Período	Inscritos	Admitidos	Matriculados 1er curso	Matriculados	Graduados
2017							

Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	1	12	12	12	12	0
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	2	9	10	9	16	0
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -F.C.E.C.E.P.	1	7	5	4	18	0
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -F.C.E.C.E.P.	2	3	0	0	16	0
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	33	33	23	85	6
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	23	23	18	92	6
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	1	1	0	33	0
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	0	0	0	0	28	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	0	83	36	135	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	2	113	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	0	0	0	14	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	23	14	11	24	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	17	5	0	15	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	26	6	0	15	0
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	1	41	36	32	52	10
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis en Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	2	20	20	17	44	20
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	12	24	24	24	0
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	0	0	0	30	2
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	28	12	12	23	7
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	1	3	0	0	5	0
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	2	14	12	12	12	0
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	2	32	19	16	21	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	0	1	1	6	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	1	0	6	6	13	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y	Universidad El Bosque	2	10	6	5	0	0

creativas							
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	0	1	1	0	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	0	1	1	0	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	0	1	1	0	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	0	1	1	0	0
<b>2018</b>							
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Debora Arango	1	0	0	0	0	0
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	25	25	23	23	0
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -F.C.E.C.E.P.	1	18	12	12	28	0
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -F.C.E.C.E.P.	2	8	7	7	21	4
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	7	7	7	13	0
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	0	0	5	13	9
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	1	11	11	11	27	0
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	2	24	24	25	47	0
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	20	18	14	86	9
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	11	12	9	79	7
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	0	0	0	26	6
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	0	0	0	20	6
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	69	73	43	145	6
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	0	132	8
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	14	4	0	20	4
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	0	0	0	12	5
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	1	20	19	15	30	26
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	2	1	0	1	19	13
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	13	10	6	7	6

Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	11	9	9	14	1
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	30	20	20	19	16
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	2	1	0	20	0
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	1	21	19	18	36	4
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	2	22	22	20	54	5
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	1	3	2	2	7	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	6	5	6	11	0
<b>2019</b>							
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	8	8	7	18	0
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	6	6	6	23	0
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -	1	15	13	11	23	2
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -	2	1	1	1	12	4
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	1	14	14	14	54	0
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	2	21	21	21	63	7
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	0	0	0	14	5
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	0	0	0	8	5
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	0	0	0	7	3
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	0	0	0	7	1
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	22	20	15	83	5
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	16	15	13	89	5
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	22	14	12	12	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	32	14	12	22	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	85	86	43	151	3
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	3	126	19
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	0	0	0	0	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	42	42	33	33	0
Especialización En Gerencia De Proyectos	Instituto Universitario De La Paz	1	7	7	27	29	0

Culturales							
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	2	0	0	0	28	30
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	26	20	16	26	15
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	0	0	0	17	0
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	17	15	15	28	4
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	13	6	6	19	13
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	1	34	20	20	22	18
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	3	23	1
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	1	12	12	6	20	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	4	4	2	17	2
Maestría En Gestión Cultural	Universidad Nacional De Colombia	1	0	0	0	0	0
Maestría En Gestión Cultural	Universidad Nacional De Colombia	2	16	14	10	7	0
Maestría En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	1	4	4	12	12	0
Maestría En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	2	0	0	0	12	0
Maestría En Gestión De La Cultura	Universidad EAN	1	3	3	1	20	0
Maestría En Gestión De La Cultura	Universidad EAN	2	1	1	1	9	6
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	1	12	12	11	39	14
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	2	15	14	11	36	7
<b>2020</b>							
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	8	8	8	29	0
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	6	6	5	23	13
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -	1	10	8	8	17	0
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -	2	3	0	0	12	0
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	1	13	13	13	58	1

Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	2	14	14	13	61	8
Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	0	0	0	0	0
Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	0	0	5	5	0
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	0	0	6	10	1
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	0	0	8	15	3
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	20	19	17	102	2
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	18	7	5	80	6
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	30	19	17	38	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	0	0	0	32	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	48	48	36	142	9
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	1	123	12
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	40	41	33	63	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	47	47	29	90	0
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	0	0	0	0	7
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	0	0	0	0	1
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	8	0	0	7	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	0	0	0	8	0
Gestión Cultural Y De Industrias Creativas	Universidad Del Magdalena - Unimagdalena	1	0	0	0	0	0
Gestión Cultural Y De Industrias Creativas	Universidad Del Magdalena - Unimagdalena	2	20	20	20	40	0
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	1	0	0	0	0	1
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	2	0	0	0	0	1
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	24	18	14	16	15
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	0	0	0	0	2
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	0	0	0	0	11
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	45	44	40	42	2
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	1	26	26	18	19	20

Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	5	22	2
Especialización En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	1	14	12	9	10	0
Especialización En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	2	0	0	0	8	5
Especialización En Gestión De Las Artes Y La Cultura	Pontificia Universidad Javeriana	1	0	0	0	0	0
Especialización En Gestión De Las Artes Y La Cultura	Pontificia Universidad Javeriana	2	24	24	23	23	0
Maestría En Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	15	13	12	12	0
Maestría En Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	0	0	0	0	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	1	2	2	2	11	0
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	12	7	5	18	4
Maestría En Gestión Cultural	Universidad Nacional De Colombia	1	12	10	9	15	0
Maestría En Gestión Cultural	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	0	14	0
Maestría En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	1	24	19	14	26	0
Maestría En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	2	0	0	0	14	0
Maestría En Gestión De La Cultura	Universidad EAN	1	6	5	2	4	3
Maestría En Gestión De La Cultura	Universidad EAN	2	19	9	8	15	1
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	1	77	70	52	77	16
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	2	22	18	17	71	9
<b>2021</b>							
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	5	5	4	20	0
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	11	10	9	25	8
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -	1	3	0	0	8	1
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística	Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales, -	2	4	0	0	6	0
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	1	5	5	5	48	3
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas	LCI - Fundación Tecnológica	2	6	6	6	52	6
Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	0	0	3	8	0

Tecnología En Coordinación De Proyectos Culturales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	0	0	1	4	7
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	1	0	0	11	24	0
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales	Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango	2	0	0	7	19	17
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	17	12	10	77	17
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	15	12	9	75	6
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	46	19	14	37	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	20	0	0	29	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	62	62	41	160	6
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	1	114	11
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	1	41	41	34	122	0
Gestión Cultural Y Comunicativa	Universidad Nacional De Colombia	2	40	40	30	144	0
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	1	0	0	0	1	1
Estudios Y Gestión Cultural	Universidad EAN	2	0	0	0	0	1
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	0	0	0	8	0
Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	0	0	0	1	6
Gestión Cultural Y De Industrias Creativas	Universidad Del Magdalena - Unimagdalena	1	29	29	58	49	0
Gestión Cultural Y De Industrias Creativas	Universidad Del Magdalena - Unimagdalena	2	21	19	38	57	0
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	1	2	0	0	0	0
Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales	Instituto Universitario De La Paz	2	14	14	14	15	1
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	1	30	25	20	55	9
Especialización En Gerencia Y Gestión Cultural	Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario	2	22	19	15	39	27
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	1	32	21	22	22	20
Especialización En Gestión Cultural Con Énfasis En Planeación Y Políticas Culturales	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	4	24	2
Especialización En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	1	14	14	10	10	6
Especialización En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	2	4	4	4	9	2
Especialización En	Pontificia Universidad	1	0	0	0	20	0



Gestión De Las Artes Y La Cultura	Javeriana						
Especialización En Gestión De Las Artes Y La Cultura	Pontificia Universidad Javeriana	2	24	23	19	20	17
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	1	7	5	3	13	4
Maestría En Diseño Para Industrias Culturales y creativas	Universidad El Bosque	2	10	4	2	15	4
Maestría En Gestión Cultural	Universidad Nacional De Colombia	1	5	5	3	8	0
Maestría En Gestión Cultural	Universidad Nacional De Colombia	2	0	0	2	8	4
Maestría En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	1	11	11	6	18	0
Maestría En Gestión Cultural Y Creativa	Universidad Sergio Arboleda	2	6	7	7	13	5
Maestría En Gestión De La Cultura	Universidad EAN	1	3	2	1	13	2
Maestría En Gestión De La Cultura	Universidad EAN	2	5	5	5	18	1
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	1	18	15	15	78	10
Maestría En Gestión Y Producción Cultural Y Audiovisual	Fundación Universidad De Bogotá - Jorge Tadeo Lozano	2	19	17	15	48	12
Maestría En Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	1	0	0	0	10	0
Maestría En Gestión Cultural	Universidad De Antioquia	2	0	0	0	9	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	1	0	0	0	0	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	2	1	1	1	1	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	1	1	1	1	1	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	2	0	0	0	1	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	1	5	5	5	5	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	2	5	5	5	10	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	1	1	1	1	1	0
Maestría En Industrias Culturales y creativas	Universidad Pontificia Bolivariana	2	0	0	0	1	0

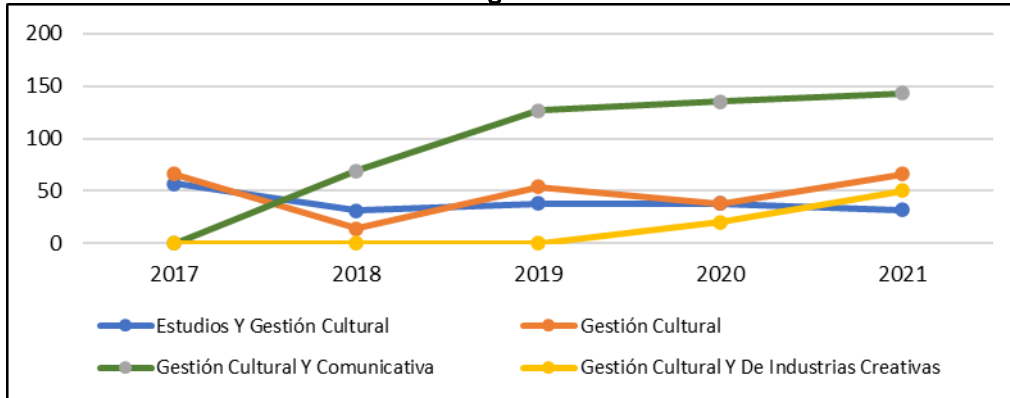
Fuente. Elaboración propia a partir de información de SNIES

Como se puede apreciar en la tabla 10 los programas con mayor número de inscritos y matriculados en el primer curso, son los referentes a formación en nivel de pregrado profesional, emergiendo también, los niveles técnico y tecnológico. Se debe tener en cuenta que no existe formación universitaria de pregrado en este campo específico a nivel regional. En cuanto al nivel de formación de posgrados, el Instituto Universitario De La Paz cuenta con la Especialización En Gerencia De Proyectos Culturales, sin embargo, no ha tenido gran acogida. Debido a lo anteriormente mencionado, no se va a tener en cuenta para la continuación del presente estudio a los programas de posgrado.

Análisis gráfico:

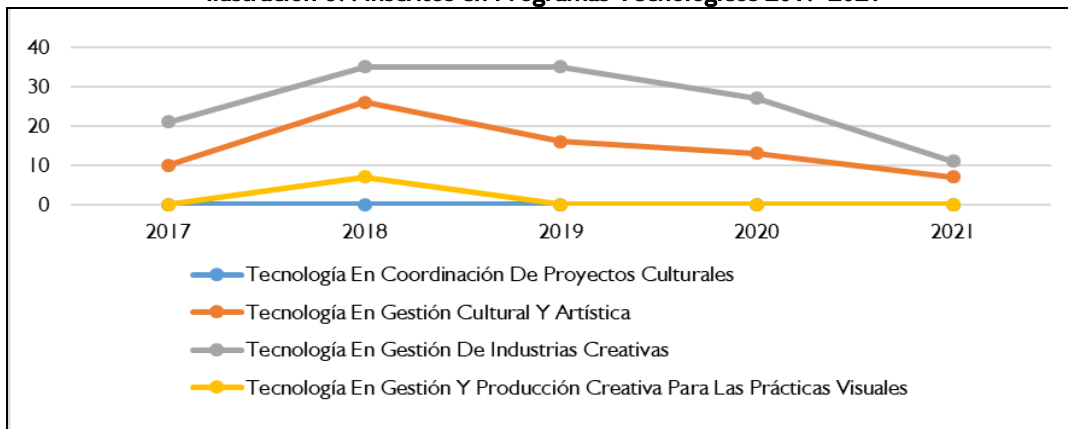
En la ilustración 55 se observa a evolución de los estudiantes inscritos en programas académicos de pregrado universitario en los años 2017 al 2021, donde a partir del 2019 se presenta un incremento en los distintos pregrados.

**Ilustración 66. Inscritos Pregrado Universitario 2017 - 2021**



Por su parte, en la ilustración 56 se puede ver la evolución de los estudiantes inscritos en programas académicos a nivel tecnológico durante los años 2017 al 2021. Se observa un decrecimiento generalizado desde el 2019 en todos los programas.

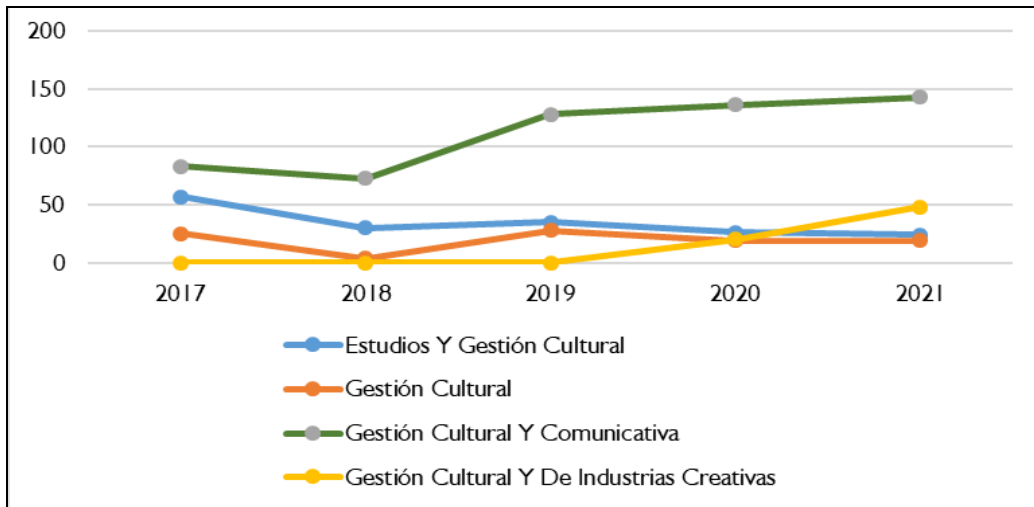
**Ilustración 67. Inscritos en Programas Tecnológicos 2017-2021**



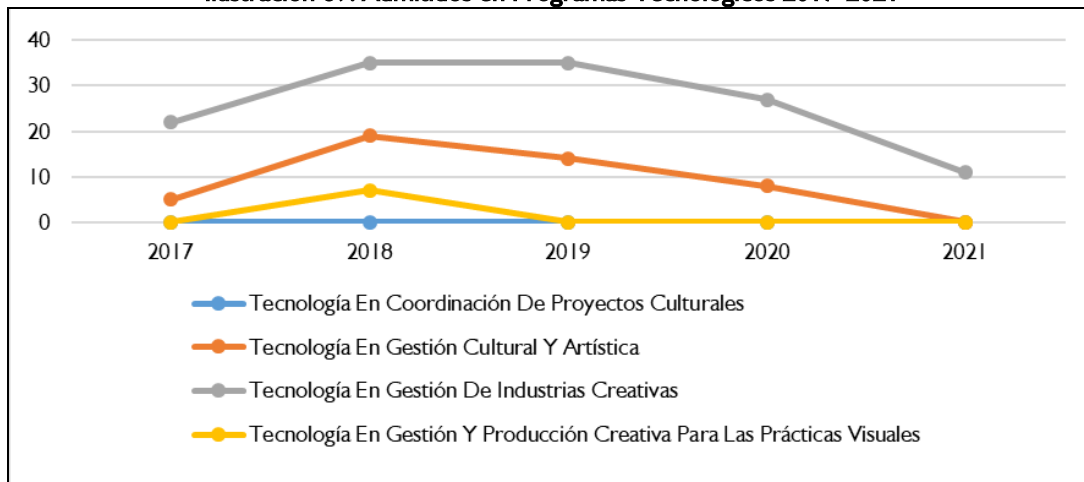
Se encuentra un programa a nivel técnico – profesional en Ejecución de Proyectos Culturales, el cual tuvo un promedio de ingresos de 14 estudiantes durante los años evaluados.

Las ilustraciones 57 y 58, referentes a los admitidos en niveles de pregrado y estudios tecnológicos, revelan un comportamiento similar a los estudiantes inscritos durante los años 2017 – 2021. Por su parte el programa profesional en Ejecución de Proyectos Culturales tuvo un promedio de admitidos de 14 estudiantes durante los años evaluados.

**Ilustración 68. Admitidos en Pregrado Universitario 2017-2021**

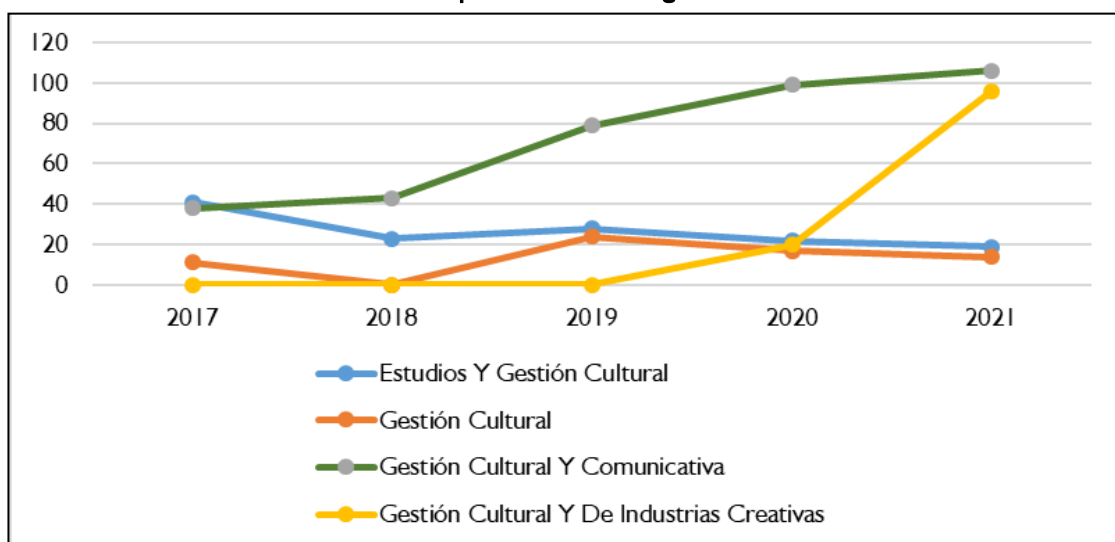


**Ilustración 69. Admitidos en Programas Tecnológicos 2017-2021**



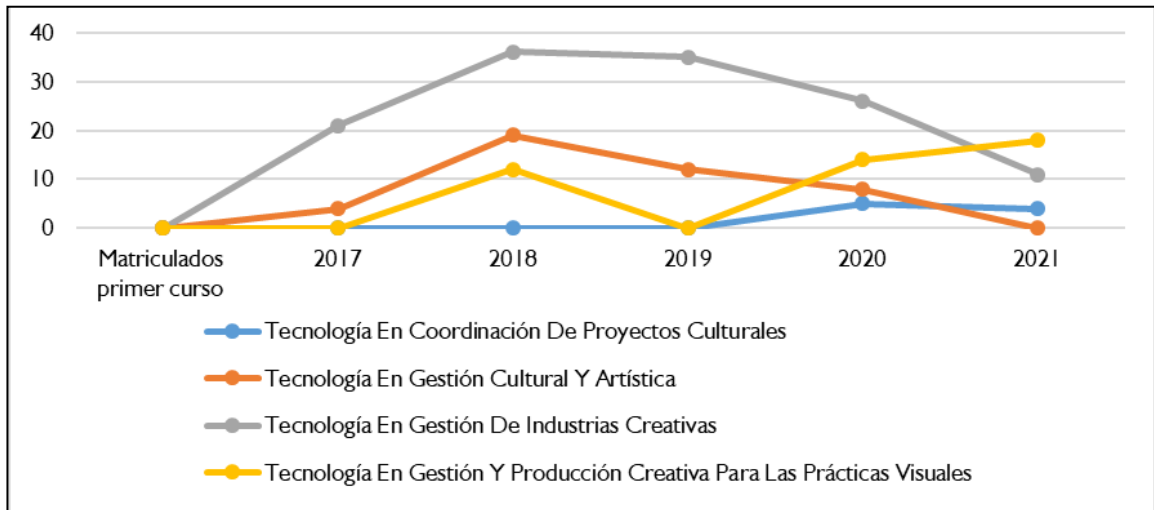
Las ilustraciones 59 y 60, muestran el comportamiento de los estudiantes matriculados en el primer curso de los programas académicos relacionados con industrias culturales y creativas en los niveles de formación pregrado universitario y nivel tecnológico. Se aprecia una tendencia similar a las anteriores, con el agregado de posibles reservas de cupo que hayan generado los estudiantes durante los años analizados. La tendencia para el programa técnico – profesional en Ejecución de Proyectos Culturales muestra un promedio de 13 estudiantes matriculados en el primer curso.

**Ilustración 70. Matriculados en el primer curso – Pregrado Universitario 2017-2021**



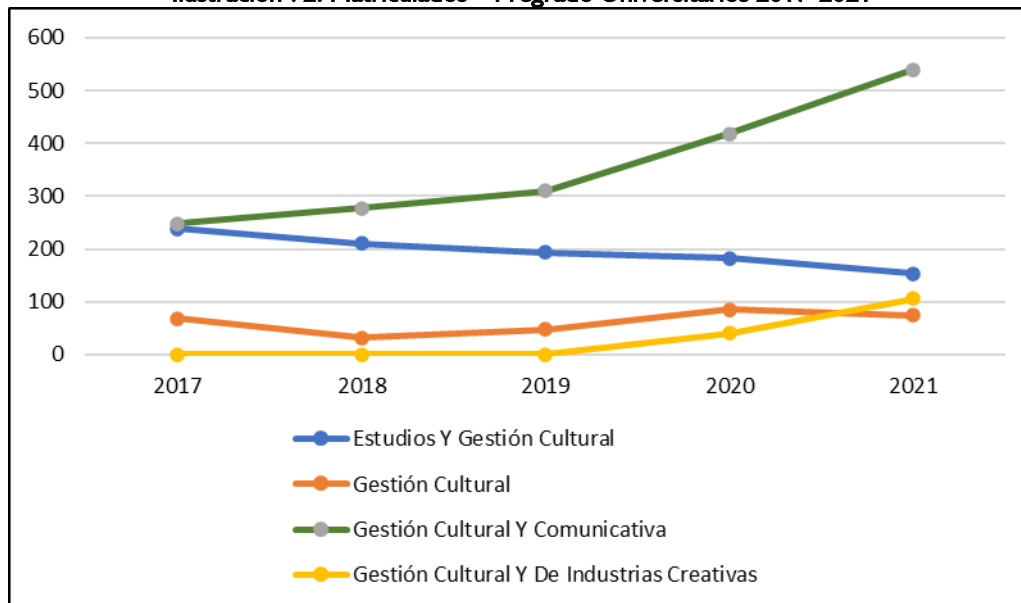
**Ilustración 71. Matriculados en el primer curso – Programas tecnológicos 2017-2021**

En



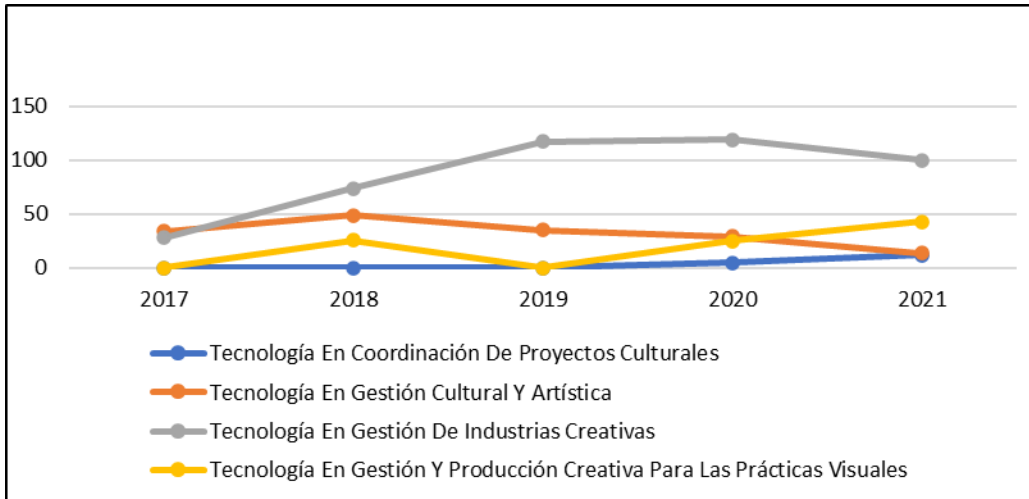
cuanto a la población total de los estudiantes matriculados, en la ilustración 61 se puede observar que los programas de pregrado profesional han venido consolidando una matrícula continua creciente en la mayoría de los programas académicos durante el periodo de tiempo considerado para este estudio.

**Ilustración 72. Matriculados – Pregrado Universitarios 2017-2021**



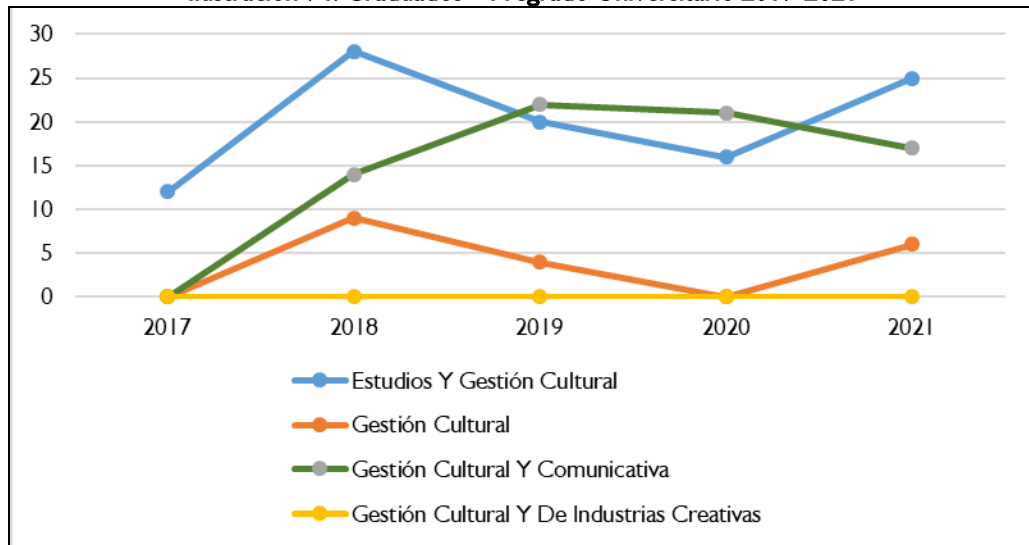
Por otra parte, los programas a nivel tecnológico han venido con una tendencia sostenida en matrícula de estudiantes continuos desde el año 2017 al año 2021 como se puede observar en la ilustración 62.

**Ilustración 73. Matriculados – Programas Tecnológicos 2017-2021**

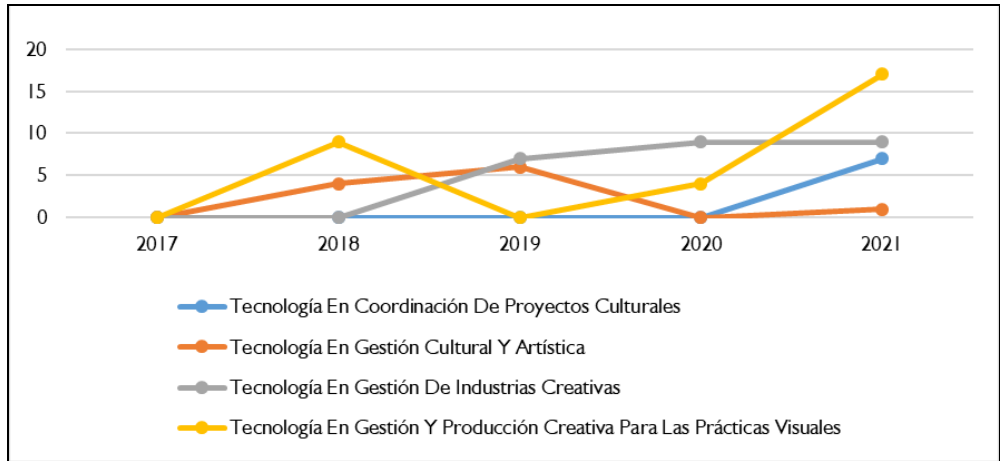


En el caso del programa técnico – profesional en Ejecución de Proyectos Culturales, muestra un promedio de 40 estudiantes matriculados de manera continua, como se observa en la tabla 9. En la ilustración 63 y en la ilustración 64, se aprecian los graduados de los programas a nivel de pregrado profesional y tecnológico respectivamente. Debido a que los registros calificados de estos programas son recientes, no se presenta un gran volumen de personas graduadas durante el período de observación. Para el programa técnico – profesional en Ejecución de Proyectos Culturales, muestra un total de 7 estudiantes graduados en el último año analizado, como se observa en la tabla 9.

**Ilustración 74. Graduados – Pregrado Universitario 2017-2021**



**Ilustración 75. Graduados – Programas tecnológicos 2017-2021**



El análisis sobre el estado de la formación en el campo de las industrias culturales y creativas, en cuanto a admitidos, inscritos, matriculados y graduados, en la ventana de observación 2017 al 2021, muestra por parte de la población un creciente interés en el campo de las economías culturales y creativas en Colombia. Durante este período, la cantidad de programas académicos disponibles en el país se ha mantenido, lo que ha permitido a más estudiantes tener acceso a una formación rigurosa y actualizada. Aunque la tasa de crecimiento en la matrícula y graduados ha sido positiva, se pueden identificar algunas áreas en las que se deben hacer mejoras, como la diversificación de los programas ofrecidos y la inclusión de una mayor cantidad de estudiantes de diferentes orígenes y regiones geográficas en este campo de estudio. En general, este análisis proporciona información valiosa para fines de la incursión de programas nuevos que impacten a la región de Santander y Norte de Santander donde no se encuentra oferta en niveles de formación técnico, tecnológico y profesional. Conforme a lo analizado en la ilustración 61 sobre los matriculados en pregrado profesional y su inminente asenso en conjunto con el análisis de mercado de estudiantes de bachillerato, se realiza una estimación del número de estudiantes que podría tener el programa que en este caso es de 64 estudiantes, es decir en la primera cohorte se recibirían 2 salones.

### 13.5 ANÁLISIS DE EMPLEABILIDAD DE LOS EGRESADOS

Con el fin de analizar la empleabilidad de los futuros egresados del programa, es necesario evaluar el contexto internacional y nacional de los aportes económicos a este sector.

En la publicación realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2023) sobre la importancia de los datos en las industrias culturales y creativas, indica que este sector genera alrededor del 3,1% de la economía mundial, y se resalta la importancia de los datos para la toma de decisiones estratégicas en el sector.

En Colombia, el DANE ha puesto a disposición del público en el Sistema de Consulta de Información de Economía Naranja / SIENA, datos relevantes sobre el empleo que genera economía cultural y creativa. En la tabla 11 se puede apreciar cómo ha evolucionado la ocupación en este sector desde el 2015 al 2021 en las áreas de artes y patrimonio, industrias culturales y creaciones funcionales teniendo en cuenta a los asalariados y a los independientes, sin embargo, no hace diferenciación entre los niveles de formación ya que se refiere a la población ocupada, discriminada únicamente por Artes y Patrimonio, Industrias Culturales y Creaciones Funcionales.

**Tabla 48. Población ocupada según actividades de inclusión total y parcial de cultura y economía naranja, por categoría ocupacional**

Actividad: Artes y patrimonio	2015
-------------------------------	------

<b>Industrias culturales Creaciones funcionales</b>	<b>Asalariados</b>	<b>Independientes</b>	<b>Total</b>
Actividades de inclusión total	184.399	165.786	350.185
Actividades de inclusión parcial	81.127	93.399	174.526
<b>Total</b>	<b>265.526</b>	<b>259.185</b>	<b>524.711</b>
<b>Actividad: Artes y patrimonio Industrias culturales Creaciones funcionales</b>	<b>2016</b>		
	<b>Asalariados</b>	<b>Independientes</b>	<b>Total</b>
Actividades de inclusión total	206.097	175.503	381.600
Actividades de inclusión parcial	95.958	107.665	203.623
<b>Total</b>	<b>302.055</b>	<b>283.168</b>	<b>585.223</b>
<b>Actividad: Artes y patrimonio Industrias culturales Creaciones funcionales</b>	<b>2017</b>		
	<b>Asalariados</b>	<b>Independientes</b>	<b>Total</b>
Actividades de inclusión total	227.334	174.704	402.038
Actividades de inclusión parcial	93.659	112.847	206.506
<b>Total</b>	<b>320.993</b>	<b>287.551</b>	<b>608.544</b>
<b>Actividad: Artes y patrimonio Industrias culturales Creaciones funcionales</b>	<b>2018</b>		
	<b>Asalariados</b>	<b>Independientes</b>	<b>Total</b>
Actividades de inclusión total	230.267	188.120	418.387
Actividades de inclusión parcial	88.388	115.734	204.122
<b>Total</b>	<b>318.655</b>	<b>303.854</b>	<b>622.509</b>
<b>Actividad: Artes y patrimonio Industrias culturales Creaciones funcionales</b>	<b>2019</b>		
	<b>Asalariados</b>	<b>Independientes</b>	<b>Total</b>
Actividades de inclusión total	229.788	193.457	423.245
Actividades de inclusión parcial	96.742	124.143	220.885
<b>Total</b>	<b>326.530</b>	<b>317.600</b>	<b>644.130</b>
<b>Actividad: Artes y patrimonio Industrias culturales Creaciones funcionales</b>	<b>2020</b>		
	<b>Asalariados</b>	<b>Independientes</b>	<b>Total</b>
Actividades de inclusión total	208.462	172.609	381.071
Actividades de inclusión parcial	67.684	91.174	158.858
<b>Total</b>	<b>276.146</b>	<b>263.783</b>	<b>539.929</b>
<b>Actividad: Artes y patrimonio Industrias culturales Creaciones funcionales</b>	<b>2021</b>		
	<b>Asalariados</b>	<b>Independientes</b>	<b>Total</b>
Actividades de inclusión total	230.178	191.829	422.007
Actividades de inclusión parcial	75.639	103.272	178.911
<b>Total</b>	<b>305.817</b>	<b>295.101</b>	<b>600.918</b>

*Fuente: Elaborada a partir de información del DANE*

Como se puede apreciar en la tabla 10, las personas ocupadas en este sector en su mayoría a través de los años son asalariados, sin embargo, hay un gran número importante de personas independientes. También, se puede ver como en el 2020 los números de ocupación disminuyeron, llegando a niveles como los del 2015, esto derivado por la afectación del COVID 19. Sin embargo, la recuperación ha sido incremental, como se observa para el año 2021. Lo anterior es coherente con lo visto en la ilustración 65 del Ministerio de Cultura, la cual muestra los datos más relevantes sobre empleabilidad del sector al 2021.

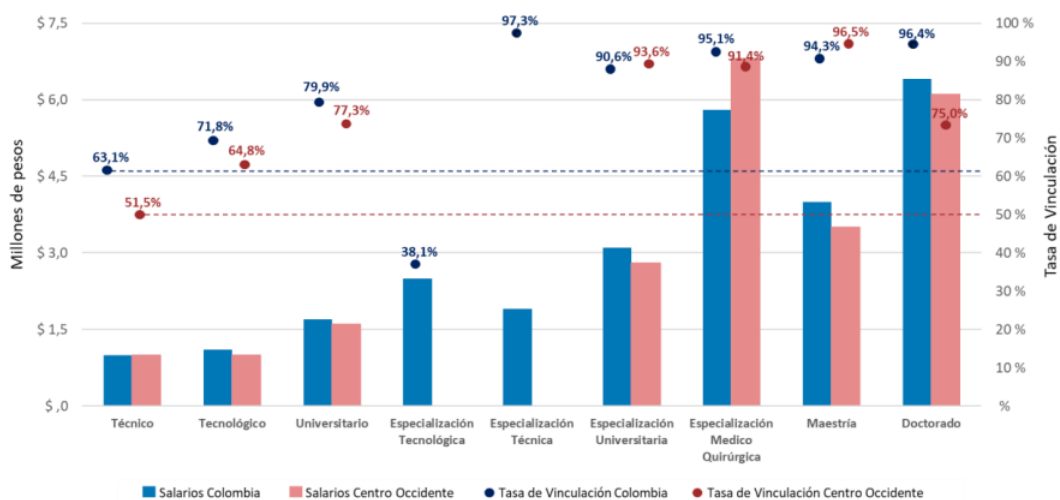
**Ilustración 76. Información sobre empleabilidad - cuenta satélite de cultura**



Fuente: Observatorio de cultura y economía

El Ministerio de Educación Nacional en su informe sobre el mercado laboral de graduados en educación superior - Análisis para la región centro oriente del 2020 indica cómo está la media salarial y tasa de vinculación de las personas en los diferentes niveles de formación (desde el técnico hasta el nivel de doctorado) la cual permite observar un incremento en salario a medida que la formación aumenta como se aprecia en la ilustración 66.

**Ilustración 77. Vinculación de personas según su nivel de formación**



Fuente: [Ministerio de Educación Nacional](#)



Respecto a la empleabilidad de las carreras enfocadas al sector cultural y creativo, el observatorio laboral para la educación OLE del Ministerio de Educación Nacional, suministra esta información, para los años 2014 – 2020 como se puede apreciar en la tabla 12 en los diferentes niveles de formación:

**Tabla 49. IBC estimado y tasa de cotizantes por programas.**

Programa Académico	Año de Medición	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gestión Cultural Universidad de Antioquia)	Tasa de cotizantes	84,55%	78,60%	83,90%	66,70%	83,30%	50%	No registra
	Ingreso	\$ 1.389.011	\$ 1.593.843	\$ 1.760.761	\$ 1.106.576	\$ 1.171.863	\$ 1.242.174	No registra
Estudios y gestión cultural (EAN)	Tasa de cotizantes	66,70%	75,00%	88,20%	50%	91,70%	50%	62,50%
	Ingreso	No registra	\$ 2.018.470	\$ 2.318.652	\$ 3.480.000	\$ 1.740.000	\$ 2.900.000	\$ 1.740.000
Gestión cultural y comunicativa (UNAL Manizales)	Tasa de cotizantes	69,00%	74,20%	76,50%	64,70%	78,60%	31,80%	66,70%
	Ingreso	\$ 1.240.595	\$ 1.445.127	\$ 1.345.275	\$ 1.106.576	\$ 1.171.863	\$ 1.242.174	\$ 1.316.705
Tecnología En Gestión De Industrias Creativas (Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales)	Tasa de cotizantes	No registra	No registra	No registra	No registra	No registra	14,30%	62,50%
	Ingreso	No registra	No registra	No registra	No registra	No registra	\$ 1.242.174	\$ 1.316.705
Tecnología En Gestión Y Producción Creativa Para Las Prácticas Visuales (Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango)	Tasa de cotizantes	No registra	No registra	53,30%	20%	33,30%	16,70%	75%
	Ingreso	No registra	No registra	\$ 1.034.183	\$ 1.106.576	\$ 1.171.863	\$ 828.116	\$ 1.316.705
Tecnología En Gestión Cultural Y Artística (Fundación Centro Colombiano De Estudios Profesionales)	Tasa de cotizantes	No registra	No registra	No registra	No registra	75%	40%	No registra
	Ingreso	No registra	No registra	No registra	No registra	\$ 1.171.863	\$ 828.116	No registra
Técnica Profesional En Ejecución De Proyectos Culturales (Escuela Superior Tecnológica De Artes Débora Arango)	Tasa de cotizantes	No registra	No registra	No registra	No registra	No registra	No registra	54,50%
	Ingreso	No registra	No registra	No registra	No registra	No registra	No registra	\$ 2.194.508
PROMEDIO POR AÑO	Tasa de cotizantes	73,42%	75,93%	80,53%	50,4%	72,4%	33,8%	64,2%
	Ingreso	\$ 1.314.803	\$ 1.685.813	\$ 1.808.22	\$ 1.699.932	\$ 1.285.49	\$ 1.408.116	\$ 1.576.925

				9		0		
	Ingreso en SMMLV	2,13	2,62	2,62	2	1,5	1,3	1,5
PROMEDIO GENERAL	Tasa de cotizantes	64,38%						
	Ingreso en SMMLV	\$ 1.539.901						

Fuente: *Observatorio Laboral para la Educación.*

Debido a que los programas relacionados fueron creados recientemente (desde el año 2010), para algunos años no se registra información debido a que aún no reportan graduados. El promedio de salario para los años analizados en la tabla 11 se encuentra entre 1 y 1,5 salarios mínimos del 2014 al 2020 para el nivel técnico y tecnológico. En el caso del nivel profesional este promedio fue de \$ 2.271.595, es decir 3,08 SMMLV. Se observa que el nivel de ocupación de estos programas no es muy diferente del promedio nacional, mientras que el salario si está por debajo.

Dando continuidad al análisis de empleabilidad, se consultaron diferentes fuentes de empleo registrados en la tabla 13:

**Tabla 50. Estudio de empleabilidad - Ofertas de empleo**

Fuente de Información	Nivel de formación	# ofertas laborales	Ciudad de oferta	Modalidad	Rango salarial
Linkedin – Gestor Cultural en Formación	Técnico – Tecnólogo o profesional	5	Florencia, Valledupar, Pasto, Ipiales, Ibagué	Presencial – Jornada completa	A convenir
Linkedin - Auxiliar asuntos cultural	Técnico – Tecnólogo	1	Sincelejo	Presencial	1.508.000
Linkedin – Gestor Cultural	Técnico	1	Bogotá	Presencial	1.160.000
El empleo – Auxiliar de Museo	Técnico	1	Bogotá	Presencial	1.200.000 a \$ 1.600.000 dependiendo de la experiencia.
Linkedin – Gestor Cultural	Tecnólogo	1	Damaquiel, Antioquia	Presencial	Sueldo base 2.094.455, puede variar según experiencia
Linkedin – Gestión Cultural	Tecnólogo - Profesional	1	Medellín, Antioquia	Presencial	SMLV + auxilio de transporte + prestaciones + comisiones
Sercanto – Gestor Cultural	Tecnólogo	1	Santa Rosa de Osos, Antioquia	Presencial	\$1.000.000
Sercanto – Auxiliar Centro Cultural Claustro	Técnico o Tecnólogo	1	Medellín	Presencial	\$1.101.482
Sercanto – Gestión Cultural	Técnico – Tecnólogo	1	Bogotá	Presencial	\$ 1.000.000 - \$1.500.000

Indeed - Facilitador Cultural Regional	Profesional	I	Puerto Berrío, Antioquia	Presencial	\$ 2.094.455 + prestaciones sociales de ley
Indeed - Gestor Cultural	Profesional	I	Medellin, Antioquia	Presencial	\$ 6.344.895
El empleo – Director de Proyección Social	Profesional	I	Medellin	Presencial	6 a 8 millones
Linkedin – Gerente de entretenimien to Cine	Profesional	I	Bogotá	Presencial	\$ 1.946.481 con todas las prestaciones de ley + beneficios de la empresa + recargos + ruta horario nocturno
Google – Gestión Cultural	Profesional	I	Medellín	Presencial	\$3.186.461 + Prestaciones sociales.
Sercanto – Analista de extensión cultural	Profesional	I	Rionegro, Antioquia	Presencial	\$2.600.000 - \$2.670.000
Sercanto – Gestor Cultural (representant e de artistas)	No especifica	I	El Carmen de Viboral	Presencial	\$ 1.500.001 - \$ 2.000.000
Sercanto – Gestión de la cultura	Profesional	I	Aguachica, Cesar	Presencial	No reporta
Sercanto – Gestor Cultural	Profesional	I	Valdivia, Antioquia	Presencial	Salario Integral Salario mensual \$ 3.500.001 - \$ 4.000.000
Sercanto – Gestor Cultural con Énfasis Comercial	Profesional	I	Medellín	Presencial	\$1.500.000 + prestaciones sociales legales y vigentes + comisiones por cumplimiento de ventas
Sercanto – Gestor cultural aeropuerto de Medellín	Profesional	I	Medellín	Presencial	\$3.800.000 a \$4.500.000 + prestaciones de ley
Sercanto – Gestión Cultural	Profesional	I	Bogotá	Presencial	2'000.000 - 2.300.000+ beneficios extralegales
Linkedin – Jefe de Orquesta y Portafolio Musical	Profesional	I	Medellín	Presencial	A convenir
Linkedin – Coordinador de servicios culturales	Profesional	I	Túlua	Presencial	A convenir

LinkedIn – Asesor de Área – Sector Creativo y Cultural	Profesional	I	Medellín	Presencial	\$ 4.068.081
--	-------------	---	----------	------------	--------------

*Fuente. Elaboración propia*

En la tabla 13 se pueden observar las diferentes ofertas laborales que se presentan en el sector, se identifican las relaciones entre los ingresos de los profesionales, los diferentes niveles de formación, las modalidades, encontrando que gran parte de la oferta se encuentra concentrada en Bogotá y Medellín. Debido a que el ejercicio de la profesión ha sido vinculado a las actividades de Artes y patrimonio, Industrias culturales y Creaciones funcionales, las personas que ejercen la labor administrativa y de gestión son las que están en ejecución de estas actividades, por tanto, aunque su formación académica es diferente a la de un administrador, se han visto en la obligación de cumplir las funciones de un perfil profesional competente en la administración y gestión de la organización. Con base en la información suministrada en las fuentes de empleo, en el nivel técnico profesional un egresado del programa puede desempeñar diferentes roles y prestar servicios relacionados con la ejecución de proyectos culturales y creativos. Algunos incluyen: puesta en marcha de proyectos culturales y creativos, operación de estrategias de financiamiento y búsqueda de recursos, seguimiento de equipos de trabajo en proyectos culturales y creativos, ejecución de proyectos, analizando su impacto y resultados, cumplimiento estrategias de marketing y difusión para proyectos culturales y creativos. En cuanto a los ingresos, estos pueden variar dependiendo de varios factores, como la experiencia, el nivel de especialización, la ubicación geográfica y el tipo de empleador o cliente. Es importante destacar que los ingresos en el campo de los proyectos culturales y creativos pueden ser variables y estar sujetos a la disponibilidad de financiamiento y recursos en el sector.

Algunas fuentes de ingresos o contratación para un técnico en proyectos culturales y creativos pueden ser: instituciones culturales y creativas, como museos, galerías, teatros o empresas de eventos culturales, participación en convocatorias y programas de financiamiento público o privado, contratos de servicios con organizaciones o empresas que requieren de la ejecución de proyectos culturales y creativos.

Por su parte, un tecnólogo en gestión cultural y creativa estará capacitado para intervenir en el planteamiento de ideas, diseño, planificación, ejecución y evaluación de actividades en el sector cultural y creativo. En el nivel tecnológico el egresado será competente en: la gestión de las organizaciones culturales y creativas, así como los eventos que éstas desarrollen, la coordinación de proyectos culturales y creativos, asegurando el cumplimiento de plazos, presupuestos y objetivos, la planeación de estrategias de marketing y comunicación para promover eventos y actividades culturales, la gestión de recursos humanos y coordinación de equipos de trabajo en el ámbito cultural y creativo, la formulación y gestión de propuestas de financiamiento y búsqueda de recursos para proyectos culturales.

Al igual que el egresado en nivel técnico, los ingresos pueden variar en función de diferentes factores, como la experiencia laboral, la ubicación geográfica, el tipo de empleador y el tamaño y la complejidad de los proyectos que gestionen. En este sentido, las fuentes de empleabilidad pueden ser: Organizaciones culturales y creativas públicas o privadas, trabajo independiente como consultor o asesor en gestión cultural y creativa, prestando servicios a diferentes organizaciones o proyectos, participación en convocatorias y programas de financiamiento público o privado para proyectos culturales y creativos, creación y gestión de emprendimientos culturales y creativos propios.

Por último, el administrador de empresas culturales y creativas proporciona una formación integral aplicada a este sector específico. Esto capacita al profesional para ofrecer una amplia gama de servicios relacionados con la planificación, dirección, organización y control de organizaciones y

proyectos en este sector. El egresado entonces será competente en el diseño y desarrollo de planes de negocio para empresas culturales y creativas, incluyendo análisis de mercado, estrategias y plan de marketing, la gestión financiera y administrativa de empresas culturales y creativas, incluyendo la elaboración de presupuestos, control de costos, gestión de recursos financieros y evaluación de viabilidad económica, el diseño e implementación de estrategias de comercialización y promoción para productos y servicios culturales y creativos, la dirección de equipos de trabajo en el ámbito cultural y creativo, asegurando el cumplimiento de objetivos y la optimización de recursos, el desarrollo de alianzas estratégicas y gestión de relaciones con actores clave en el sector cultural y creativo, como instituciones gubernamentales, organizaciones culturales y creativas, y patrocinadores.

Los ingresos de un profesional en administración de empresas culturales y creativas pueden variar en función de diferentes factores, asimismo puede desarrollar actividades como: ocupación en empresas culturales y creativas, asumiendo roles de dirección, gestión y administración, asesoramiento a empresas del sector cultural y creativo, brindando servicios de planificación estratégica, gestión financiera y dirección de proyectos, participación en proyectos y convocatorias de financiamiento público o privado, obteniendo ingresos por la ejecución exitosa de proyectos culturales y creativos, creación y gestión de emprendimientos propios en el ámbito cultural y creativo, generando ingresos a través de la comercialización de productos y servicios.

#### **14. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA**

##### **14.1 PROFESORES**

La vinculación de profesores a la Universidad Industrial de Santander ha evolucionado según la dinámica de los procesos académicos con el fin de asegurar la alta calidad del talento humano. La reglamentación establece tres (3) modalidades de vinculación de profesores de carrera: ocasional (especial y temporal), concurso de jóvenes talentos y concurso general:

La modalidad ocasional corresponde a la vinculación transitoria de profesores, sin convocatoria pública, motivada por las necesidades de una unidad académica que no se pueden atender mediante las demás modalidades de selección. El concurso de jóvenes talentos busca vincular profesionales menores de 27 años, con excelente rendimiento académico durante su proceso de formación y de quienes se espera un desempeño sobresaliente en la docencia, en la investigación y en la relación universidad-sociedad. El concurso general busca la vinculación de profesores con formación en maestría o doctorado de acuerdo con los requerimientos de cada unidad académica. Para cada una de estas modalidades están establecidos los requisitos y el procedimiento, así como la forma de evaluación y puntuación de los aspirantes.

La selección y vinculación de profesores de cátedra se realiza mediante banco de elegibles al que se accede por convocatoria pública. Los requisitos para ser profesor de cátedra en la UIS se estipulan en el reglamento del profesor cátedra. Una vez el profesor realiza la solicitud para ingresar al banco de elegibles, la unidad académica evalúa el cumplimiento de los requisitos. La inclusión a la base de profesores de cátedra la realiza la División de Recursos Humanos a partir de la resolución de Vicerrectoría Académica.

Cada año se hará convocatoria pública para concurso con el fin de adicionar nuevos candidatos a la base de profesores de cátedra elegibles.

El ejercicio de la docencia, la investigación y la extensión por parte de los profesores, en la Universidad Industrial de Santander, se realiza bajo la siguiente normatividad:

La actividad en docencia, investigación y extensión del profesor de carrera está regulada por el Reglamento del Profesor: Acuerdo 063 de 1994 del Consejo Superior y se cuantifica en puntos de actividad docente (PAD).

La actividad académica de los profesores cátedra se regula mediante el Reglamento del Profesor Cátedra: Acuerdo 68 de 2008 del Consejo Superior, modificado por el Acuerdo 033 de 2009 y 53 de 2014 del Consejo Superior y reformado por el Acuerdo 40 de 2017 del Consejo Superior.

Período de prueba: Acuerdo 59 de 2018 del Consejo Superior.

Año Sabático: Acuerdo 37 de 2010 del Consejo Superior.

Plan Institucional de Formación 2019 – 2021: Acuerdo 48 de 2018 del Consejo Superior.

En la tabla 14, se muestran los profesores que pueden apoyar al programa propuesto:

Tabla 51. Profesores con que cuentan las Unidades Académicas responsables del programa propuesto

Profesor	Unidad académica	Título profesional	Máximo nivel de formación			Categoría en el escalafón	Grupos de Investigación	Producción intelectual
			Nivel de formación	Título	Año graduación			
Vaslak Rojas Torres	Escuela de Diseño Industrial	Diseñador Industrial	Especialización y Maestría	Especialista en Docencia Universitaria (UIS) y Maestría en Diseño y Creación Interactiva (UCALDAS)	2004 y 2019	Asistente	GEPS e INTERFAZ	Obras: 1-performance in situ de 3 ilustraciones de las galas del festival XXVII de música andina UIS 2018
								2-obra imagen oficial de la versión XXVII del festival de música andina colombiana UIS 2018
								3-ilustraciones del libro cuentos y encuentros en los caminos de Santander
								4- exposición "la ilustración en la academia" enlace de portafolio: <a href="https://sites.google.com/view/vaslakrojasstorres/inicio">https://sites.google.com/view/vaslakrojasstorres/inicio</a>
Luis Alejandro Palacio García	Escuela de Economía y Administración	Economista	Doctorado	Doctor en Economía por la Universidad de Granada - España	2011	Titular	EMAR	- Juegos de negociación: estrategia para formación de competencias ciudadanas en universitarios. Educación y educadores.
								- Formación en competencias ciudadanas en educación superior
								- Filosofía moral experimental para la formación de competencias ciudadanas
								- Educación financiera gamificada como estrategia didáctica para el desarrollo de estilos de vida sostenible
Luis Eduardo Bautista Rojas	Escuela de Diseño Industrial	Diseñador Industrial	Doctorado	Doctorado en Ciencias de la Computación	2017	Asociado	INTERFAZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconstrucción 3D para el desarrollo de prótesis de miembro inferior</li> <li>- A novel approach to learning virtual engineering in the medical devices process.</li> <li>- Herramienta para el análisis de la biomecánica de las articulaciones del miembro superior en el manejo de cargas sobre la cabeza.</li> <li>- nálisis de tecnologías para la transformación de material aglomerado de madera con fines de reciclaje.</li> </ul>

Jhon Eduard Ciro Gómez	Escuela de artes y música	Músico	Maestría	Magíster en Música	2012	Titular	A Tempo	- Composición y grabación de cinco obras para percusión sinfónica basado en aires, ritmos y estructuras de la música tradicional colombiana”. (2018-2020) (investigador principal)
								- El grupo de cámara como estrategia pedagógica para el acercamiento a los procesos de investigación-creación y el desarrollo de habilidades técnicas e interpretativas en los estudiantes de trombón de la Universidad Industrial de Santander, (2018-2020) (coinvestigador)
								- Proyecto para formación musical, en derechos y habilidades complementarias, destinada a la población infantil vulnerable del área de influencia de la UIS”, (2019) (coinvestigador)
								- “Investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña”, proyecto financiado por Minciencias. (2020 a 2022) (coinvestigador) Actual.
								- Creación e implementación de un material audiovisual como apoyo a las estrategias de enseñanza y aprendizaje de la asignatura teoría y solfeo I, convocatoria INNOVA-TIC convocatoria de la Vicerrectoría Académica (abril de 2021) (investigador principal)
								- Producción fonográfica Cd “Colombia, música para solista de percusión y ensamble” grabada en 2019 con los integrantes del ensamble de percusión Saeta, perteneciente a la Escuela de Artes – UIS (2019) (investigador principal)
								- “Constelación biodiversa: confluencia de saberes en el jardín botánico experimental consentido” propuesta aprobada por la VIE para envío a evaluadores, convocatoria Portafolio de Programas VIE 2022, (mayo de 2022) (coinvestigador) Actual
Jose German Toloz	Instituto De Proyección Regional Y	Maestro en Bellas Artes	Doctorado	Doctorado en arte producción e	2022	Coordinador de Artes Plásticas	Cenivam y Grupo Hared	Libros: “Luz Mercedes: mujeres, naturaleza y espiritualidad”, José Germán Toloz Hernández, El libro Total editorial, ISBN: 978-9585582-72-9. 2021



Hernández	Educación A Distancia			investigación, universidad politécnica de valencia				<p>Artículos:Toloz Hernández, JG. (2019). Las “chicas Águila”. El uso sexista de la mujer en la publicidad colombiana. En IV Congreso Internacional de investigación en artes visuales: ANIAV 2019 Imagen [N] visible. Editorial Universitat Politècnica de València. 709-717. <a href="https://doi.org/10.4995/ANIAV.2019.2019.9019">https://doi.org/10.4995/ANIAV.2019.2019.9019</a></p> <p>Toloz Hernández, J. G. (2019). La formación machista en la academia artística: linajes paternos, estereotipos y negaciones académicas. Revista Docencia Universitaria, 20(1), 33–53. Recuperado a partir de <a href="https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistadocencia/article/view/9545">https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistadocencia/article/view/9545</a></p> <p>Toloz, J. (2019). Cómo se aproximan los artistas contemporáneos al tema de la mujer: En torno a la curaduría Iconografías femeninas. I+D Revista de Investigaciones, 14(2), 122-141. DOI: <a href="http://doi.org/10.33304/revinv.v14n2-2019011">http://doi.org/10.33304/revinv.v14n2-2019011</a></p> <p>Tesis doctoral: Toloz Hernández, JG. (2022). Apropiedades y usos de la figura femenina en la pintura contemporánea. Un estudio a partir de pinturas y muestras propias [Tesis doctoral]. Universitat Politècnica de València. <a href="https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/181950">https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/181950</a></p>
-----------	-----------------------	--	--	--	--	--	--	---

								<p>Exposiciones nacionales e internacionales: Salones Nacionales de Artistas del Ministerio de Cultura en Bogotá y Cartagena, 7 Bienal de arte de Bogotá, Museo de arte Moderno de Bogotá MAMBO, Imagen Regional del Banco de la República Bogotá, Salón Regional de artistas del Ministerio de Cultura, Salón de Arte Bidimensional de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño Bogotá, I Bienal Internacional de Arte de Medellín, Germán Toloza-Pinturas-Museo de Arte de la Universidad Nacional de Colombia, Arte Joven Planetario Distrital-Instituto Distrital de Cultura y Turismo de Bogotá, Estereotipos femeninos Museo de Arte Moderno de Bucaramanga, De Hidroitungo a Santurbán Sala Macaregua UIS Bucaramanga, Una línea de Polvo- Arte y drogas en América Latina- Instituto Municipal de Cultura de Bucaramanga, Into de nineties art- Swiss Bank Competition Mall Galleries Londres, M.A. Final Show Chelsea College of Art, Salon Nacional de Pintura Domingo Moreno Otero Museo de Arte Moderno de Bucaramanga, entre otras exposiciones.</p>
								<p>Curadurías: Salón Regional De aquí y del otro lado, Banco de la República de Bogotá, Imagen Regional 6, Banco de la República de Bogotá, varias versiones de Nuevos espacios pictóricos Sala Sedhar Sengor de la Alianza Francesa de Bucaramanga, Iconografías femeninas Museo de Arte Moderno de Bucaramanga, Mujeres en cuerpo y alma, Sala Macaregua UIS Bucarica Bucaramanga, entre otras.</p>
								<p>Premios: Mención Salón Nacional de Artistas, Primer Premio Jóvenes talentos Bienal Internacional de Arte de Medellín, Primer Premio Salón Nacional de Pintura Domingo Moreno Otero, Beca de Creación de Colcultura, Beca de Creación Gobernación de Santander, entre otros.</p>

Ginna Paola Castro Castaño	Escuela de Estudios Industriales y Empresariales	Ingeniera Industrial /	Maestría	Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación	2019	Asociado	INTERFAZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A Learning Model Proposal Focused on Challenge-Based Learning.</li> <li>- Programa de innovación y desarrollo tecnológico en Santander, cámara de comercio de Bucaramanga - corporación enlace.</li> <li>- Fortalecimiento de la Industria TI mediante la especialización de su oferta, basado en un modelo de I+D+i desarrollado, aplicado y probado por InterSoftware en empresas de la Industria TI</li> </ul>
Margarita Rodríguez Villabona	Instituto De Proyección Regional Y Educación A Distancia	Ingeniera Industrial	Maestría	Magister UNAB Maestría en E-learning	2011	Coordinadora Gestión Empresarial	Grupo de Investigación GENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisión y Análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas.</li> <li>- Concepto, enfoque y Justificación de la sistematización de experiencias educativas: Una mirada "desde" y "para" el contexto de la formación universitaria.</li> <li>- Capitulo de libro: Formación y desarrollo de competencias emprendedoras: Una experiencia de intervención en la formación universitaria en línea" Investigar la experiencia de la Formación y Evaluación de Profesores.</li> </ul>

								<p>- Libro: Camacho, Jaime; Figueroa, Jorge; Pedraza, Aura Cecilia &amp; Pradilla, Humberto (2003). Metodología Estratégica para el Desarrollo de Productos. Bucaramanga: Corporación Bucaramanga Emprendedora.</p> <p>- Capítulo de Libro: Pedraza, Aura Cecilia, Jarvenpaa, Sirka &amp; Echeverrie, Elsie (2020). "Digital innovation and entrepreneurship in and around institutional voids: the case of Fundación Cardiovascular (FCV) in Colombia". Handbook of Digital Innovation, v. , p.41 - 63. Estados Unidos: Edward Elgar Publishing .</p> <p>- Artículos: Pedraza, Aura Cecilia; Botello, Héctor Alberto; Contreras, Orlando Enrique (2015). Análisis empresarial de la influencia de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios en Colombia. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 45, 3-15.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia; Plata, Margarita María; Ortiz, Néstor Raúl (2014). Perfil gerencial y desempeño financiero en las empresas del área metropolitana de Bucaramanga. Revista Económicas CUC, Vol. 34, Fasc. 2.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia; Contreras, Carlos Humberto (2013). Sistemas de innovación soporte a emprendimientos de base tecnológica: un concepto flexible. Revista Entornos, Vol. 26, Fasc. 1.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia (2011). Cambios en las herramientas pedagógicas. Videos de casos sobre emprendimientos innovadores locales. Revista EAN, N. 71.</p> <p>- Ponencias: Pedraza, Aura Cecilia, Carreño, Roque Antonio &amp; Álvarez, Mileidy. ¿Y si endulzamos con cacao? Retos de un chocolate fino libre de azúcar para un consumidor circular. 57th Congreso Internacional CLADEA 2022. Guayaquil: Octubre 23-26 de Octubre.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia, Carreño, Roque Antonio &amp; Castro, Gina. Liberar nuestro cacao de cadmio: ventana de oportunidades en el mercado Europeo. 57th Congreso Internacional CLADEA 2022. Guayaquil: Octubre 23-26 de Octubre.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia &amp; Badillo, Luis Alfredo. 'Miradas sobre el emprendimiento ante la crisis del coronavirus. IX Congreso Internacional de Emprendimiento e Innovación. Salamanca: Noviembre 26 de 2021.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia, Torres, Martha &amp; Álvarez, Mileidy. MOTIVATIC - Herramienta gamificada para apoyar los procesos pedagógicos con alcance global. 9th International Conference on Innovation, Documentation and Teaching Technologies. Valencia: Octubre 27 - Noviembre 1 de 2021.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia, Torres, Martha &amp; Álvarez, Mileidy. Ambientes educativos basados en TIC como apoyo a los procesos de enseñanza y aprendizaje en educación superior. Encuentro Internacional de Educación en Ingeniería 2021. Cartagena: septiembre 21-24 de 2021.</p> <p>Pedraza, Aura; Albarracín, Nathaly &amp; Carreño, Roque Antonio. Snakes and Ladders: Going Through the Disciplined Entrepreneurship Theory by Bill Aulet. 16th European Conference on Innovation and Entrepreneurship ECIE 2021. Lisboa: septiembre 16-17 de 2021.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia, Arbeláez, Lina María &amp; Carreño, Roque Antonio. University Entrepreneurship as a Contribution to the Local Economy in Small cities: The case of Manizales and Bucaramanga (Colombia). 4th Business &amp; Entrepreneurial Economics Conference. Dubrovnik: mayo 15-18 de 2019.</p> <p>Pedraza, Aura Cecilia, Hernández, Silvia Lizeth &amp; Diaz, Angélica María. Better or Worst Labor in the Cultural Industry? The Case of Colombia. 4th Business &amp; Entrepreneurial Economics Conference. Dubrovnik: mayo 15-18 de 2019.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---

Fuente. Elaboración propia

#### 14.1.1 Perfiles de profesores

En la tabla 15 se muestran los perfiles de los profesores, por las áreas de conocimiento asociado al programa:

Tabla 52. Perfiles de los profesores por las áreas de conocimiento asociado al programa propuesto

Profesor	Áreas de conocimiento asociado al programa	Título profesional	Nivel de formación	Competencias Pedagógicas	Competencias Tecnológicas
Vaslak Rojas Torres	Diseño	Diseñador Industrial	Especialización y Maestría	Especialización en docencia universitaria. Curso de Formación Docente para la Enseñanza Apoyada con TIC, 2020	Uso de software y tecnologías relacionadas con estrategias visuales para dar a conocer un producto. Software para sketching, ilustración vectorial, edición digital de imágenes, modelado tridimensional y rendering
Luis Alejandro Palacio García	Economía	Economista	Doctorado	Curso de Formación Docente para la Enseñanza Apoyada con TIC, 2020	-Hace uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) disponibles durante el desarrollo de la actividad docente. -Utiliza TIC y programas lógicos de análisis de datos en procesos de investigación y docencia.
Luis Eduardo Bautista Rojas	Educación en Diseño Interacción Hombre-Maquina (I-HM)	Diseñador Industrial	Doctorado	- Práctica Proyecto Docente, mayo de 2012 – febrero de 2013. - Estrategias de Enseñanza y Aprendizaje, mayo de 2012 – febrero de 2013.	Ciencias de la Computación
Jhon Eduard Ciro Gómez	Música	Músico	Maestría	Evaluación por competencias. (septiembre-octubre de 2018) 16 horas.	-Curso de funcionalidades de la plataforma moodle. (noviembre de 2018) 30 horas. -Formación Docente para la Enseñanza Apoyada con TIC, (abril y mayo de 2020) 60 horas. -Short Film Discussion (octubre de 2022-febrero de 2023)
Jose German Toloza Hernández	Artes Plásticas	Maestro en Bellas Artes	Doctorado	Curso de Formación Docente para la Enseñanza Apoyada con TIC, 2020	
Ginna Paola Castro Castaño	Emprendimiento y empresarismo Gestión de proyectos Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación	Ingeniera Industrial	Maestría	Curso de Formación Docente para la Enseñanza Apoyada con TIC, 2020	Formulación de proyectos Transferencia de conocimiento

Profesor	Áreas de conocimiento asociado al programa	Título profesional	Nivel de formación	Competencias Pedagógicas	Competencias Tecnológicas
Margarita Rodríguez Villabona	Emprendimiento	Ingeniera Industrial	Maestría	Curso de Formación Docente para la Enseñanza Apoyada con TIC, 2020	Gerencia de Empresas de Base Tecnológica
Aura Cecilia Pedraza Avella	Emprendimiento, Marketing, Dirección de Empresas	Ingeniera Industrial	Doctorado	Curso de Formación Docente para la Enseñanza Apoyada con TIC, 2020	Ms Microsoft, STATA, SPSS

Fuente. Elaboración propia.

La planta de profesores que conforman el equipo de diseño y puesta en marcha del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, altamente capacitada y cuenta con una gran experiencia para dar soporte desde sus saberes específicos.

Asimismo, en el numeral 3.8 Estimación de recursos adicionales se hace mención a los profesores que son necesarios para la puesta en marcha del programa.

## 14.2 TALENTO HUMANO ADMINISTRATIVO

Con el fin de identificar las necesidades de personal administrativo, se hace una estimación de este en la tabla 16 para atender las labores administrativas para el buen funcionamiento del programa a continuación:

**Tabla 53. Talento humano que se requiere para el desarrollo del programa**

Profesional administrativo	Dedicación	Tiempo requerido en el semestre	Disponibilidad en la Unidad
Coordinación Académica del programa	Medio Tiempo	6 meses	No se encuentra contratado
Secretaria/o	Medio Tiempo	6 meses	No se encuentra contratado
Profesional de Calidad	Medio Tiempo	6 meses	No se encuentra contratado

Fuente. Elaboración propia.

## 15. INVESTIGACIÓN

La investigación es tenida en cuenta en la institución como un eje misional que respalda el proceso de generación de nuevo conocimiento, pero también incita a la vinculación con el entorno. En la tabla 17, se muestran los grupos, las líneas y los proyectos de investigación que respaldan el programa académico propuesto y que soportarán la participación de los estudiantes en el mismo:

**Tabla 54. Grupos, líneas y proyectos de investigación que respaldan el programa académico propuesto**

Nombre del grupo	Clasificación MinCiencias actual	Nº Proyectos de Investigación finalizados	Líneas de Investigación asociadas a la disciplina	Proyectos de investigación en curso asociadas a la disciplina
		(últimos 7 años)		
GEPS	A	- Investigación y desarrollo: Modelo de integración de tecnologías para el desarrollo de implantes para pacientes específicos 2016/1 – Actual	- Ergonomía y factores humanos - Gestión del ciclo de vida del producto - Materiales e impacto ambiental - Semillero diseño - Semiótica y Estudios culturales	- Investigación y desarrollo: Inventario y promoción del patrimonio cultural inmaterial del páramo de Berlín, Santander 2016/6 – Actual.
		- Investigación y desarrollo: Inventario y promoción del patrimonio cultural inmaterial del páramo de Berlín, Santander 2016/6 – Actual		- Investigación y desarrollo: investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña 2020/11 - actual
		- Investigación y desarrollo: modelo de innovación social orientada a víctimas de minas antipersonal (map) con amputación de miembro inferior (mi) integrando la rehabilitación basada en comunidad (rbc) y el modelo de servicio fundamentado en tecnologías virtuales para el desarrollo so 2017/3 – actual.		
		- Investigación y desarrollo: diseño de una trampa para captura, monitoreo y eliminación del gorgojo de los granos almacenados sitophilus oryzae (coleoptera: curculionidae) 2017/8 - 2019/8		

		<p>- Investigación y desarrollo: Diseño y desarrollo de sistema modular de protección respiratoria y ocular para profesionales de la salud, con novedoso nano-filtro de alta eficiencia de agentes infecciosos presentes en el aire 2020/9 – actual</p>		
		<p>- Investigación y desarrollo: diseño y desarrollo de sistema modular de protección respiratoria y ocular para profesionales de la salud con novedoso nanofiltro de alta eficiencia de agentes infecciosos presentes en el aire 2020/9 – actual</p>		
		<p>- Investigación y desarrollo: investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña 2020/11 - actual</p>		
EMAR	A	<p>- Investigación y desarrollo: Análisis de la calidad en la prestación de servicios de salud: Un enfoque Seis Sigma 2016/1 - 2017/6.</p>	<p>- Calidad de la Educación - Desigualdad y calidad de vida - Gestión del conocimiento, innovación y desarrollo Educación</p>	<p>Investigación y desarrollo: Educación financiera gamificada como estrategia didáctica para el desarrollo de estilos de vida sostenibles 2019/11 – Actual</p>
		<p>- Investigación y desarrollo: Discriminación salarial y pobreza en Colombia 2016/4 - 2017/5</p>		
		<p>- Investigación y desarrollo: Juegos de negociación: Una aplicación de la economía experimental 2016/7 – Actual.</p>		
		<p>- Investigación y desarrollo: formación y sensibilización en equidad de género para el reconocimiento de los derechos de las mujeres en Santander. Componente Observatorio de Asuntos de Mujer y Equidad de Género de Santander: Propuesta de Implementación y funcionamiento 2016/11 - 2016/12.</p>		
		<p>- Investigación y desarrollo: Apropiación Social del Conocimiento en la Universidad Industrial de Santander: un análisis de la investigación enfocada al municipio de Barrancabermeja 2017/7 - 2018/12</p>		
		<p>- Investigación y desarrollo: Determinantes de la calidad de la educación superior: un análisis desde el desempeño, la pertinencia y el valor agregado. 2017/7 - 2019/4</p>		



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Incidencia de la educación superior en el cierre de brechas por género: Análisis del desempeño académico e inserción laboral según áreas de conocimiento. 2017/7 – Actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Incidencia de la educación superior en el cierre de brechas por género: Análisis del desempeño académico e inserción laboral según áreas de conocimiento. 2017/7 – Actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Determinantes de la calidad de la educación superior: un análisis desde el desempeño, la pertinencia y el valor agregado. 2017/8 - 2019/2</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Filosofía moral experimental para la formación de competencias ciudadanas 2018/8 - 2020/9</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Filosofía moral experimental para la formación de competencias ciudadanas 2018/8 – Actual.</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Formación en competencias ciudadanas en educación superior 2018/10 - 2019/9</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Educación financiera gamificada como estrategia didáctica para el desarrollo de estilos de vida sostenibles 2019/11 – Actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Efecto de la volatilidad de la tasa de cambio sobre el crecimiento económico: Un enfoque corregido por nivel de corrupción. 2020/9 - 2021/11</li> </ul>		
A Tempo	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación + Creación: El grupo de cámara como estrategia pedagógica para el acercamiento a los procesos de investigación-creación y el desarrollo de habilidades técnicas e interpretativas en los estudiantes de trombón de la Universidad Industrial de Santander. 2018/9 - Investigación + Creación: Composición y grabación de cinco obras para percusión sinfónica basado en aires, ritmos y estructuras de la música tradicional colombiana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Folklor</li> <li>- Interpretación</li> <li>- Pedagogía</li> <li>- Tic en música</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña 2020/11 – actual.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación + Creación: El grupo de cámara como estrategia pedagógica para el acercamiento a los procesos de investigación-creación y el desarrollo de habilidades técnicas e interpretativas en los estudiantes de trombón de la Universidad Industrial de Santander 2019/2 - 2020/9</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña 2020/11 – actual.</li> </ul>		
	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Sistema de orientación usando realidad aumentada para la perforación de tuneles tibial y femoral en la reconstrucción de ligamento cruzado anterior 2016/1 – Actual.</li> </ul>	Educación en diseño. Ecodiseño y materiales sostenibles	Investigación y desarrollo: Inventario y promoción del patrimonio cultural inmaterial del páramo de Berlín, Santander 2016/6 – Actual
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Modelo de integración de tecnologías para el desarrollo de implantes para pacientes específicos 2016/1 – Actual</li> </ul>		Investigación y desarrollo: investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña 2020/11 – actual.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Inventario y promoción del patrimonio cultural inmaterial del páramo de Berlín, Santander - 2016/6 – Actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: modelo de innovación social orientada a víctimas de minas antipersonal (map) con amputación de miembro inferior (mi) integrando la rehabilitación basada en comunidad (rbc) y el modelo de servicio fundamentado en tecnologías virtuales para el desarrollo SO 2017/3 – Actual.</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: diseño de una trampa para captura, monitoreo y eliminación del gorgojo de los granos almacenados <i>sitophilus oryzae</i> (coleoptera: curculionidae) 2017/8 - 2019/8.</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: diseño y desarrollo de sistema modular de protección respiratoria y ocular para profesionales de la salud, con novedoso nano-filtro de alta eficiencia de agentes infecciosos presentes en el aire 2020/9 – actual.</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: diseño y desarrollo de sistema modular de protección respiratoria y ocular para profesionales de la salud con novedoso nanofiltro de alta eficiencia de agentes infecciosos presentes en el aire 2020/9 – actual.</li> </ul>		

		- Investigación y desarrollo: investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña 2020/11 - actual		
Aprendizaje y Sociedad de la Información (Grupo Interinstitucional)	AI	- Investigación y desarrollo: Teacher Educator Interactional Identities in ELT Classroom Interaction in Colombia 2016/7 Actual	Desarrollo cognitivo, creatividad y talento	
		- Investigación y desarrollo: El sentido de la orientación escolar en docentes orientadores de Bogotá 2018/1 - 2018/12		
		- Investigación y desarrollo: Prácticas de lectura digital en estudiantes universitarios de primer año de pregrado en Ciencias Sociales y Humanidades 2018/11 - 2021/5		
		- Investigación y desarrollo: Caracterización de la investigación en psicología en Colombia y América Latina a través de análisis bibliométricos 2020/8 - 2020/10		
Nuevas Tecnologías y Educación (GENTE)	B	- Investigación y desarrollo: estudio descriptivo sobre aprendizaje colaborativo en los procesos de formación con incorporación de tic. 2016/5 - 2017/11.	- Arte y Educación - Formación para el Emprendimiento	Investigación y desarrollo: educación financiera gamificada como estrategia didáctica para el desarrollo de estilos de vida sostenibles 2019/11 - actual
		- Investigación y desarrollo: Sistematización de experiencias educativas del programa escuela de tutores pares de la Universidad Industrial de Santander 2016/5 - 2017/8		
		- Investigación y desarrollo: construcción de paz territorial desde tres experiencias campesinas en agricultura familiar y agroecología como modelos comunitarios para el posconflicto Estudio referido al Magdalena Medio y Santander durante 2006 y 2016 2017/1 – Actual		
		- Investigación y desarrollo: estudio de las prácticas de gestión del conocimiento en el proceso de formación para el emprendimiento del programa de gestión empresarial en la sede Barbosa de la universidad industrial de Santander 2017/6 - 2018/12		
		- Investigación y desarrollo: estilos de enseñanza del profesorado novel de planta en la universidad industrial de Santander: una apuesta al desarrollo profesional docente 2017/7 - 2018/11		
		- Investigación y desarrollo: traje, clase e identidad social en Bucaramanga. El periodismo iconográfico, 1960 – 1985 2017/7 - 2019/3		

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: educación financiera gamificada como estrategia didáctica para el desarrollo de estilos de vida sostenibles 2019/11 – actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: el juego como estrategia didáctica para la comprensión lectora en educación inicial y básica primaria. Análisis de la praxis en Chile y Colombia 2020/4 – actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: propuesta para contribuir a una educación comprometida con el desarrollo sostenible que aprenda TIC, en la integración escuela-universidad 2021/8 – actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: La interacción / interactividad en prácticas docentes sincrónicas en una universidad pública, antes y durante el confinamiento por pandemia del COVID-19 2021/11 - Actual</li> </ul>		
Finance & Management (F&M)	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: evaluación de la convergencia macroeconómica de América del Sur: un análisis ex-ante para su integración monetaria 2016/3 - 2017/7</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emprendimiento</li> <li>- Gestión de Proyectos Educativos</li> <li>- Mercados Financieros</li> </ul>	Investigación, desarrollo e innovación: MOTIVATIC 2018/10 – Actual
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Análisis de las relaciones entre recursos tangibles y capacidades dinámicas de las empresas industriales de Colombia, desde la perspectiva de la Teoría de Recursos y Capacidades. 2017/7 - 2018/8</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Experiencia de aprendizaje basada en retos con incorporación de TICs. Línea: Dirección Empresarial 2017/9 - 2018/6</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Estudio experimental de variables que afectan la percepción de valor de mercados virtuales. 2018/2 – Actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación, desarrollo e innovación: MOTIVATIC 2018/10 – Actual</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Objeto Virtual de Aprendizaje OVA - La Orden 2019/4 - 2019/7</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: THE INNOVATIVE ROL OF I.S 2019/4 - 2019/7</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: DIDACTIC - Plataforma de didáctica motivacional basada en gamificación como apoyo a los programas de formación virtual de la región de Antioquia" 2019/6 - 2021/1</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Educación Financiera Gamificada como estrategia didáctica para el desarrollo de estilos de vida sostenibles 2019/11 – Actual</li> </ul>		

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: AsiSSTente de riesgos - Realidad virtual para la identificación de peligros y valoración de riesgos laborales 2020/8 - 2020/12</li> <li>- Investigación, desarrollo e innovación: MARKETHINK: Curso Interactivo de Mercadeo 2020/8 - 2020/12</li> </ul>		
Gestión de la Innovación Tecnológica y Del Conocimiento (INNOTEC)	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y desarrollo: Diseño de un modelo de gestión de proveedores para la División de Contratación de la Universidad Industrial de Santander 2016/1 - 2016/10</li> <li>- Investigación y desarrollo: Desarrollo de estrategias conducentes al fortalecimiento de la oficina de transparencia de resultados d investigación OTRI estrategia del oriente 2016/4 - 2017/12</li> <li>- Investigación y desarrollo: conceptualización e instrumentalización del modelo de cooperación para la innovación alianza UIS-ICP 2016/8 - 2017/11</li> <li>- Investigación y desarrollo: DATOS DE TURISMO EN SANTANDER 2016/9 - 2021/9</li> <li>- Investigación y desarrollo: Conceptualización e instrumentalización del modelo de cooperación para la innovación alianza UIS-ECOPETROL 2016/9 - 2017/5</li> <li>- Investigación y desarrollo: gestión de seguridad del conocimiento en los procesos administrativos de las instituciones públicas de educación superior: el caso de la universidad industrial de Santander 2017/2 - 2018/3</li> <li>- Investigación y desarrollo: Modelo de innovación social orientado a víctimas de minas antipersonal (MAP) con amputación de miembro inferior (MI), integrando la estrategia rehabilitación basada en comunidad (RBC) y el modelo de servicio fundamentado en tecnologías virtuales 2017/2 – Actual</li> <li>- Investigación y desarrollo: Diseño de un modelo de trabajo colaborativo entre actores del sector agropecuario para el desarrollo de la Agrópolis de Santander-Magdalena Medio. 2017/2 – Actual</li> <li>- Investigación y desarrollo: Diseño de un plan para el fortalecimiento de las competencias gerenciales en el programa de Ingeniería Industrial de la UIS 2017/4 - 2018/6</li> <li>- Investigación y desarrollo: Pilar de recobro rentable 2017/6 - 2018/8</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de la Innovación</li> <li>- Gestión del conocimiento</li> </ul>	<p>Investigación y desarrollo: Red Iberoamericana para la Cooperación y el Fortalecimiento de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica relacionadas o asociadas a Universidades, Parques Científicos y Tecnológicos 2016/2 – Actual</p>

		- Investigación y desarrollo: modelo de Innovación Social orientado a víctimas de Minas Antipersonal (MAP) con amputación de miembro inferior, integrando la estrategia RBC y el modelo de servicio fundamentado en tecnologías virtuales para el desarrollo de sockets. - 2018/7 - 2018/12		
		- Investigación y desarrollo: innovación en geo educación: una propuesta para el desarrollo sostenible del área de influencia del páramo de Santurban a partir de representaciones sociales y prácticas de geo conservación 2018/8 – Actual		
		- Investigación y desarrollo: El rol mediador de la fuerza de enlace entre organizaciones en la relación entre capacidad de absorción de la organización y el éxito de la transferencia de conocimiento 2018/8 – Actual		
		- Investigación y desarrollo: Identificación, desarrollo o adaptación de técnicas de caracterización de procesos EOR, desarrollo de formulaciones a la medida requerida e interpretaciones del proceso EOR diseñado y evaluado 2018/10 – Actual		
		- Investigación y desarrollo: Estudio del potencial de la economía del Hidrógeno en ECOPETROL 2019/4 – Actual		
		- Investigación y desarrollo: diseño de un laboratorio vivo rural para el fortalecimiento de la competitividad y sostenibilidad del sector citrícola en Santander 2019/10 – Actual		
		- Investigación y desarrollo: modelo para la evaluación del nivel de madurez de las spin-off universitarias srl - Spin Off Readiness Level. 2020/10 - 2021/10		

*Fuente. Elaboración propia.*

A nivel regional, Santander y Norte de Santander, presentan necesidades en cuanto al fortalecimiento de las industrias culturales y creativas, las cuales requieren de la atención y el compromiso de los diferentes actores sociales. Es allí donde se hace indispensable que la Universidad Industrial de Santander como Institución de Educación Superior, involucre su eje misional de investigación a disposición de este importante sector, con profesores y estudiantes que aporten a la construcción de soluciones. Mediante la información reportada en la tabla 18, se pueden apreciar los grupos de investigación pertenecientes a los programas de diseño industrial, economía, artes plásticas, gestión empresarial, música e ingeniería industrial, los cuales dan oportunidades de investigación para el crecimiento y fortalecimiento de la región en materia cultural, contribuyendo a la formación de profesionales más competentes y comprometidos con esta área que impacta directamente a la sociedad.

Teniendo en cuenta lo anterior se identifican temáticas necesarias a profundizar por medio de líneas de investigación nuevas como;

**Tabla 55. Grupos y líneas requeridos para el desarrollo del programa**

Líneas de Investigación del programa	Definición de la línea de investigación
Identidad y Cultura	Esta línea se centrará en el estudio de cómo las expresiones culturales y creativas contribuyen a la formación y mantenimiento de la identidad individual y colectiva en los diversos contextos socioculturales de la región. El objetivo entonces es analizar cómo la correcta gestión de la identidad cultural puede llevar a la sostenibilidad de las empresas del sector, así como influir positivamente en el desarrollo social y económico de las comunidades. Se explorarán temas como el patrimonio cultural, las prácticas culturales locales, la diversidad cultural.

Propiedad Intelectual para el Sector Cultural y Creativo	Esta línea tendrá como objetivo estudiar y analizar los aspectos jurídicos, éticos y económicos relacionados con la protección y gestión de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito del sector cultural y creativo. Examinará cómo los profesionales de la industria pueden abordar los desafíos y oportunidades asociados con la propiedad intelectual, incluidos los derechos de autor, las patentes, la gestión de marcas registradas y otros aspectos legales relacionados con la protección y comercialización de bienes y servicios creativos.
Transformación Digital en el Sector Cultural y Creativo	Su enfoque será la exploración de las oportunidades y desafíos que la era digital presenta para el sector. El objetivo de esta línea es analizar cómo las tecnologías digitales transforman los procesos de creación, producción, distribución y consumo de productos y servicios culturales y creativos. Se abordarán temas como las redes sociales, la realidad virtual, la inteligencia artificial y el impacto del big data en la gestión empresarial de la industria. Además, explorará cómo las empresas culturales y creativas utilizan las herramientas digitales para expandir su alcance, llegar a nuevas audiencias, crear modelos de negocios innovadores y promover la participación de los usuarios.

*Elaboración propia*

## 16. RELACIÓN CON PROGRAMAS AFINES UIS

A continuación, se realiza una identificación de los programas afines de la oferta actual de la Universidad y sus posibilidades de articulación con el nuevo programa.

**Tabla 56. Programas académicos UIS afines al propuesto**

Programa	UA que ofrece el programa	Objeto de estudio del programa	Elementos articuladores	Elementos redundantes
Ingeniería Industrial	Escuela de Estudios Industriales y Empresariales	Los fundamentos y conceptos generados por el Instituto de Ingeniería Industrial (IIE), con base en lo anterior, el programa de Ingeniería Industrial define su objeto de conocimiento como: Diseño, mejoramiento, optimización, gerencia, gestión e innovación de los sistemas productivos generadores de bienes y servicios.	Actividades académicas relacionadas con administración contable y financiera, dirección empresarial, investigación de mercados, talento humano y formulación y evaluación de proyectos. Articulación con los grupos y semilleros de investigación: Grupo de Investigación en Gestión de la Innovación Tecnológica y del Conocimiento (INNOTEC), Finance and Management (F&M), Grupo en Optimización y Organización de Sistemas Productivos, Administrativos y Logísticos (OPALO). Uso de laboratorios.	El programa de Ingeniería Industrial complementa al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos en las actividades académicas de: Ingeniería económica, gestión contable, gestión de mercadeo y gestión del talento humano, así como con la línea de investigación Finance & Management (F&M).
Economía	Escuela de Economía y Administración	El objeto de estudio del programa son las relaciones económicas de la producción, distribución y consumo que se crean en las sociedades, así como los principios, las teorías y los modelos que permiten identificar las posibles causas y leyes que rigen los fenómenos sociales y económicos.	Actividades académicas relacionadas con la línea de entorno económico y economía creativa. Articulación con el grupo de investigación en Economía Aplicada y Regulación (EMAR). Uso de laboratorios.	El programa de Economía complementa al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos en las actividades académicas de: la línea de económica (fundamentación), así como con el grupo de investigación Economía Aplicada y Regulación (EMAR).

Programa	UA que ofrece el programa	Objeto de estudio del programa	Elementos articuladores	Elementos redundantes
Licenciatura en Música	Escuela de Artes y música	El objeto de conocimiento del programa de Licenciatura en Música es la didáctica de la música, que exige la formación del estudiante en el área pedagógica y artística como Licenciado en Música, con competencias, conocimientos, experiencias y capacidad creadora. El programa pone en juego, en el campo artístico musical, los pilares propuestos por la UNESCO: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos.	Actividades académicas en líneas de electivas transdisciplinarias. Articulación con el grupo de investigación A Tempo. Uso de laboratorios.	El programa de Licenciatura en Música complementa al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos en las actividades académicas electivas así como con el grupo de investigación A Tempo.
Artes Plásticas	IPRED	El objeto de conocimiento del programa se centra en el estudio y puesta en práctica de los procesos técnicos y conceptuales pertinentes para la realización de obras y procesos en el campo de las artes plásticas, así como la transmisión de estos procesos en el campo de la formación artística.	Actividades académicas relacionadas con historia del arte y teoría del arte. Articulación con el grupo de investigación: Nuevas Tecnologías y Educación (GENTE). Uso de laboratorios.	El programa de Artes plásticas complementa al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos en las actividades académicas de Historia del Arte, Patrimonio Cultural y en las líneas electivas como Estudios Culturales y Gestión del Arte y la Cultura, así como con el grupo de investigación de Estudio e Investigación en Nuevas Tecnologías y Educación (GENTE).
Gestión Empresarial	IPRED	El tema central alrededor del cual se estructura el plan de estudios y las experiencias de formación del programa en Gestión Empresarial se fundamenta en la articulación de los siguientes subtemas: - La gestión de las organizaciones y su entorno; - La gerencia para el cambio con enfoque estratégico innovador en entornos complejos y dinámicos; - Los principios que orientan la creación de empresas, en el marco del desarrollo humano sustentable y la gestión de la inteligencia empresarial orientada hacia la satisfacción de demandas y expectativas de productos y servicios. - Las formas de liderazgo de una organización como un sistema interrelacionado de procesos, en el contexto de cadenas productivas específicas. - El abordaje del objeto de conocimiento se basa en el desarrollo de capacidades para la realización de proyectos de creación y fortalecimiento de empresas, en la excelencia, la innovación, la capacidad de anticipación, la competitividad y el desarrollo sostenible.	Actividades académicas relacionadas con administración contable y financiera, dirección empresarial, investigación de mercados, talento humano. Articulación con el grupo de investigación Aprendizaje y Sociedad de la Información y con el grupo Nuevas Tecnologías y Educación (GENTE). Uso de laboratorios.	El programa de Gestión Empresarial complementa al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos en las actividades académicas de Derecho Empresarial, gestión de la innovación, líneas electivas así como con el grupo de investigación de Estudio e Investigación en Nuevas Tecnologías y Educación (GENTE).



Programa	UA que ofrece el programa	Objeto de estudio del programa	Elementos articuladores	Elementos redundantes
Turismo	IPRED	El objeto de conocimiento del programa de Turismo de la Universidad Industrial de Santander, es el estudio de la prestación de los servicios, la producción de bienes, la realización de actividades, la programación de eventos, la conservación de los patrimonios naturales, culturales e históricos y la promoción, divulgación y mejoramiento de los destinos, que son usados por visitantes en diferentes lugares del país y del mundo.	Actividades académicas en líneas de electivas transdisciplinarias. Articulación con el grupo de investigación Turismo y Sociedad.	El programa de Turismo complementa al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos brindando la posibilidad a los estudiantes de participar en el grupo de investigación Turismo y Sociedad.
Diseño Industrial	Escuela de Diseño Industrial	El objeto del conocimiento del Diseño Industriales es el lenguaje del producto. El objeto de estudio son las estructuras conceptuales que permiten la configuración de productos con fundamentación ergonómica, semiótica, estética y técnico-productiva.	Actividades académicas en líneas de electivas transdisciplinarias. Articulación con el grupo de investigación Ergonomía Producto - Significado (GEPS) e Interfaz. Uso de los laboratorios.	El programa de Diseño Industrial complementa al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos en las actividades académicas que hacen parte de la gestión de la innovación, las líneas electivas y el grupo de investigación Ergonomía Producto - Significado (GEPS) e Interfaz.

Fuente. Elaboración propia.

### 1.11. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Las alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas serán indispensables para puesta en escena del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, ya que permiten aprovechar recursos y conocimientos conjuntos para generar proyectos innovadores y de alto impacto. En las tablas 57 y 58 se encuentran los convenios que existen o deben establecerse para el despliegue del programa respectivamente.

**Tabla 57. Convenios estratégicos para el programa académico propuesto**

Institución	Objeto del convenio	Estado (activo/inactivo)	Vigencia (fecha de finalización)	Impacto
Punta Diamante Premium Hotel	Establecer las bases de cooperación entre PUNTA DIAMANTE PREMIUM HOTEL para el desarrollo integrado de un programa de Pasantías o Prácticas empresariales como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar a LA UNIVERSIDAD espacio de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	22/08/2027	Desarrollo de núcleos problemáticos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Cámara De Comercio De Bucaramanga	Establecer bases de cooperación para el desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar a La Universidad espacios de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	Indefinida	Desarrollo de núcleos problemáticos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.

Institución	Objeto del convenio	Estado (activo/inactivo)	Vigencia (fecha de finalización)	Impacto
Cámara De Comercio E Integración Colombo China	Prestación del servicio de pasantía, práctica o judicatura en las dependencias de la Corporación para el desarrollo de los semestres de práctica o pasantías o judicaturas establecidas en los currículos de las carreras a nivel de pregrado de la Universidad y en las actividades propias de las carreras que cursan los estudiantes.	Activo	Renovación Automática	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Alcaldía Municipal De Santana	Establecer las bases de cooperación entre ALCALDÍA MUNICIPAL DE SANTANA y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar a LA UNIVERSIDAD espacios de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	28/09/23	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Alcaldía San José Del Guaviare	Establecer las bases de cooperación entre ALCALDÍA SAN JOSÉ DEL GUAVIARE y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar a LA UNIVERSIDAD espacios de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	15/06/2023	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Fundación Cardiovascular De Colombia Zona Franca S.A.S	Establecer las bases de cooperación recíproca, que permita la promoción y realización de actividades de interés común, dentro de la órbita propia de competencia de ambas instituciones, para lo cual se podrán organizar y desarrollar proyectos y acciones conjuntas en el marco de los planes y programas que le sean propios en los campos de docencia, investigación y extensión y en todas las demás formas de acción entre las partes	Activo	27/06/2023	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Comité Cultural De Zapamanga (Cocuzza)	Establecer las bases de cooperación entre Comité Cultural de Zapamanga (COCUZA), y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar a LA UNIVERSIDAD espacios de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de estos.	Activo	24/06/2017	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Alcaldía Municipal De Guasca Cundinamarca	Prestación del servicio de pasantía, práctica o judicatura en las dependencias de la Corporación para el desarrollo de los semestres de práctica o pasantías o judicaturas establecidas en los currículos de las carreras a nivel de pregrado de la Universidad en las actividades propias de las carreras que cursan los estudiantes	Activo	20/05/2024	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.

Institución	Objeto del convenio	Estado (activo/inactivo)	Vigencia (fecha de finalización)	Impacto
Alcaldía Municipal De Piedecuesta	Prestación del servicio de pasantía, práctica o judicatura en las dependencias de la Corporación para el desarrollo de los semestres de práctica o pasantías o judicaturas establecidas en los currículos de las carreras a nivel de pregrado de la Universidad y en las actividades propias de las carreras que cursan los estudiantes	Activo	15/05/2024	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Alcaldía Municipal De Villapinzon	Establecer las bases de cooperación entre ALCALDIA MUNICIPAL DE VILLAPINZON y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de PRÁCTICAS SOCIALES como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar LA UNIVERSIDAD espacio de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acordé con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	29/12/2023	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
El Municipio De Los Santos Santander	Establecer las bases de cooperación entre EL MUNICIPIO DE LOS SANTOS SANTANDER y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de PRÁCTICAS SOCIALES como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar LA UNIVERSIDAD espacio de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acordé con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	29/12/2023	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Gobernación Del Magdalena	Promover y apoyar conjuntamente la realización de programas y proyectos académicos y otras actividades de interés común para las partes, dentro de la órbita propia de competencias de ambas instituciones, con el fin de coordinar acciones, esfuerzos y recursos para promover la cualificación y capacitación del desarrollo del talento humano en las diferentes áreas, niveles y campos del conocimiento, orientando las actividades institucionales hacia la presentación de un óptimo servicio y ejercicio de la función administrativa de LA GOBERNACIÓN, las entidades que integran la administración pública y ejercen su jurisdicción en dicho nivel territorial incluido los órganos de control político y fiscal del orden departamental, contando con la participación de docentes y estudiantes de la UIS.	Activo	04/08/2023	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Municipio De Palmas Del Socorro	Establecer las bases de cooperación entre LA ENTIDAD y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de PRÁCTICAS SOCIALES como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar LA UNIVERSIDAD espacio de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acordé con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	7/12/2023	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.

Institución	Objeto del convenio	Estado (activo/inactivo)	Vigencia (fecha de finalización)	Impacto
Municipio De Bucaramanga	Establecer las bases de cooperación entre EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA y LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER para el desarrollo integrado de un programa de prácticas académicas con el fin de promocionará la Universidad espacio de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acordé con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	21/09/2023	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Corporación Panelera Doña Panela Ltda	Establecer las bases de cooperación entre CORPORACIÓN PANELERA DOÑA PANELA LTDA para el desarrollo integrado de un programa de Pasantías o Prácticas empresariales como modalidad libre de créditos, con el fin de proporcionar a LA UNIVERSIDAD espacio de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos.	Activo	5/10/2026	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado.
Alcaldía Municipal De San Andrés - Santander	Establecer las bases de cooperación entre LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN ANDRES - SANTANDER y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de Prácticas sociales como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar a LA UNIVERSIDAD espacios de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos	Activo	24/08/2027	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Alcaldía Municipal De Aratoca	Establecer las bases de cooperación entre ALCALDÍA MUNICIPAL DE ARATOCA y LA UNIVERSIDAD para el desarrollo integrado de un programa de PRÁCTICAS SOCIALES como modalidad de trabajo de grado, con el fin de proporcionar a LA UNIVERSIDAD espacios de práctica para la mejor formación profesional de sus estudiantes, acorde con los conocimientos, habilidades y destrezas de los mismos	Activo	30/07/2025	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Programa de intercambio de estudiantes que permita al alumno inscrito en una Universidad (Universidad de origen) cursar materias en la otra universidad (Universidad Huésped) para que le sean acreditadas como parte de los requisitos necesarios para obtener un grado académico en la Universidad de Origen. Los estudiantes propuestos por cada Universidad serán aceptados en la otra con el fin de cursar un conjunto de materias pre-acordadas	Activo	21/10/2024	Intercambio de estudiantes
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	Cooperación académica con carácter general en todos los programas académicos ofrecidos por ambas universidades, a fin de promover el intercambio de alumnos de pregrado, alumnos de posgrado, postdoctorados, personal académico y miembros del equipo técnico-administrativo de las respectivas instituciones.	Activo	01/08/2027	Intercambio de estudiantes

Institución	Objeto del convenio	Estado (activo/inactivo)	Vigencia (fecha de finalización)	Impacto
PILA (Acuerdo Específico de Intercambio Académico)	Promover el intercambio de estudiantes de carreras de grado/pregrado y posgrado, así como de académicos, investigadores y gestores de las universidades e instituciones de educación superior asociadas (IES) a "LAS PARTES", a través del programa denominado "Programa de Intercambio Académico Latinoamericano (PILA)", con el fin de enriquecer su formación académica, profesional e integral, así como promover la internacionalización de la educación superior y fortalecer los lazos de cooperación entre Colombia, México y Argentina	Activo	Indefinido	Intercambio de estudiantes

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 58, se encuentran las instituciones con las que aún no se cuenta con convenio, pero que son importantes para el desarrollo de núcleos problémicos y prácticas empresariales, entre otras.

Los administradores de empresas creativas y culturales pueden hacer prácticas en una variedad de lugares, dependiendo de sus intereses y habilidades. Algunas opciones pueden incluir instituciones culturales como museos, galerías, teatros y centros culturales. También pueden encontrar oportunidades en empresas creativas como productoras audiovisuales, agencias de publicidad y diseño, y empresas de tecnología creativa. Además, pueden colaborar con organizaciones sin fines de lucro y comunidades locales para llevar a cabo proyectos culturales y eventos. Las oportunidades para prácticas pueden variar también, por las líneas flexibles de formación del programa.

**Tabla 58. Alianzas estratégicas para el programa académico propuesto**

Institución	Objeto tentativo del convenio	Impacto
Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga	Promover y apoyar conjuntamente la realización de programas y proyectos académicos y otras actividades de interés común, incluyendo desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, entre otras.	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Biblioteca Pública Gabriel Turbay	Promover y apoyar conjuntamente la realización de programas y proyectos académicos y otras actividades de interés común, incluyendo desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, entre otras.	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Galvis Ramírez y Compañía S.A.	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Teatro Santander	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Canal TRO	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Telesantander	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados. Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.

Institución	Objeto tentativo del convenio	Impacto
Emisora La Cultura	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Caracol Radio Bucaramanga	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
RCN Radio Bucaramanga	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Blu Radio Bucaramanga	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Neomundo	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Center	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Casa de la Cultura Custodio García Rovira (Bucaramanga)	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Taller de Artes y Oficios (Barichara)	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Casa de la Cultura Francisco Mantilla de los Ríos (Girón)	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Casa de la Cultura Piedra del Sol (Floridablanca)	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Casa de La Cultura Isidora Díaz de Acevedo (Zapatoca)	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Organización Regional del Oriente Limitada Oro Visión Ltda	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.
Academia de Historia de Santander	Desarrollo integrado de un programa de prácticas empresariales, trabajo de grado y núcleos problémicos	Desarrollo de núcleos problémicos, prácticas académicas, trabajos de grado y empleabilidad de graduados.

Fuente. Elaboración propia.

## 17. MEDIOS EDUCATIVOS

Los medios educativos de la Universidad Industrial de Santander están dispuestos para apoyar las actividades misionales de formación, investigación y extensión. De esta manera, se cuenta con medios educativos de tipo bibliográfico y de apoyo tecnológico, tal como se detalla a continuación:

### 17.1 RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

La Biblioteca de la Universidad Industrial de Santander es una dependencia adscrita a la Vicerrectoría Académica. Tiene como objetivo principal actualizar, seleccionar, adquirir, conservar y difundir, las fuentes de información que complementan la formación de la comunidad universitaria para el desarrollo de sus actividades académicas y culturales. Propenderá por el intercambio bibliográfico y la capacitación de sus usuarios.

**Servicios:**

a. Conmutación Bibliográfica: Permite la recuperación de información existente en otras unidades de información o centros de investigación especializados. Se mantienen convenios de intercambio de información bibliográfica con instituciones a nivel internacional tales como icyt-cindoc, british library, inist, repidisca, cepis y patent trademark y a nivel nacional, con todas las instituciones de educación superior y centros de investigación.

b. Consulta Base de Datos: Ofrecimiento de una plataforma tecnológica para que los usuarios consulten y almacenen información en medios magnéticos o en papel, de gran cantidad de recursos electrónicos (revistas, libros, normas, conferencias, patentes, entre otras) en formato CD-ROM o con acceso on-line.

c. Difusión de Información: La Biblioteca informa a la comunidad, acerca de la documentación recibida mediante la alerta Informativa: divulgación masiva del material bibliográfico de reciente adquisición, a través de medios tradicionales como boletines, periódicos, fotocopias, exhibición del material y de tablas de contenido; y por medio de tecnologías informáticas como la página Web o por correo electrónico. Además de la diseminación selectiva de información (D.S.I.), un programa orientado a informar a los investigadores y personas que adelantan proyectos especiales, acerca del nuevo material bibliográfico recibido sobre temáticas de su interés. La Biblioteca selecciona, evalúa, recupera y organiza la información para cada usuario, de acuerdo a un perfil previamente establecido.

d. Formación de usuarios: Con este programa se busca generar espacios de cualificación y capacitación de los usuarios en lo referente al manejo de información con fundamento en nuevos enfoques pedagógicos, de forma tal que la biblioteca se constituya en apoyo a la academia para la apropiación de conocimiento. Se brinda mediante cursos de inducción para estudiantes de primer nivel, seminarios-talleres de nivel avanzado en el manejo de fuentes y herramientas de búsqueda bibliográfica y cursos organizados según necesidades específicas de grupos de usuarios. Estos programas se realizan en el auditorio de la biblioteca, adecuado logísticamente para este fin.

e. Préstamo: Posibilidad de retirar de la biblioteca por un periodo determinado y de acuerdo a la reglamentación establecida, material bibliográfico requerido por el usuario.

f. Préstamo interbibliotecario: Sistema de préstamo externo que proporciona la biblioteca a otras unidades de información, de acuerdo con convenios previamente establecidos y con procedimientos normalizados. Los usuarios de la biblioteca UIS también reciben este beneficio. Los usuarios pueden solicitar material bibliográfico a aquellas instituciones que hacen parte del convenio UNIRED.

g. Referencia: Orientación y asesoría al usuario en la búsqueda y suministro de fuentes de información bibliográfica.

En la tabla 59, se muestran los recursos bibliográficos con los que cuenta la Universidad por áreas de conocimiento, siendo las ciencias sociales las que tendrán mayor uso por parte de los estudiantes del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos.

**Tabla 59. Recursos Bibliográficos físicos disponibles por áreas de conocimiento**

Áreas	Libros		Tesis		Revistas	
	No. Títulos	No. Ejemplares	No. Títulos (PAPEL)	No. Títulos (CD)	No. Títulos	No. Ejemplares
Ciencias Aplicadas	16.478	23.390	8.783	14.818	1.086	85.019
Ciencias Básicas	11.335	19.362	745	5.113	856	79.561
Ciencias Salud	7.272	10.743	499	680	555	55.159
Ciencias Sociales	35.274	46.631	460	2.993	526	25.207

Fuente: Biblioteca UIS

**Bases de datos y recursos electrónicos disponibles para los estudiantes del programa**



- Legis Gestión Humana: Base de datos que apoya el conocimiento en las últimas tendencias en liderazgo y gerencia por su contenido especializado en el área de talento humano y desarrollo empresarial, salud ocupacional y seguridad social.  
Se apoya en herramientas como: videos de gerentes en Colombia, calculadoras (salarial y retención en la Fuente), guías y modelos (contratación, selección, salud ocupacional), diccionario de siglas métricas en RRHH y encuesta salarial.
- Emerald Insight: Acceso a colección de algunas revistas con contenido a perpetuidad 2014 a 2019. Abarca disciplinas como ciencia de la Administración, Espíritu Empresarial, Ética Profesional, Contabilidad, Finanzas, Economía, Negocios, Gestión, Estrategia, Operaciones, Logística, Calidad e Ingeniería.
- Taylor & Francis: Colección de revistas con los artículos de alto impacto y visibilidad, publicados por la editorial Taylor & Francis, con enfoque a la investigación científica y cobertura desde 1997. Abarcan las áreas del conocimiento de ciencia, tecnología, humanidades y ciencias sociales
- Virtual Pro: Proporciona información en el ámbito de los procesos industriales a partir de una gran variedad de documentos, que incluye: artículos, manuales, tesis, guías, libros, software, material multimedia, entre otros.
- Legis Comex: Base de Datos con contenido especializado para la gestión de comercio internacional. La información está organizada en 5 secciones: Bases de datos, Inteligencia de Mercados, Distribución física Internacional, Normativa y Herramientas especializadas. Esta herramienta de inteligencia comercial permite analizar la información del comercio exterior que realizan Colombia, Venezuela y México con el resto del mundo.
- Computer Science Database: Informática - artículos de revista, tablas y figuras. Área (s) temática (s): Ciencia y tecnología.
- Telecommunications Database: Telecomunicaciones: artículos de revistas, revistas y boletines. Área(s) temática(s): Ciencia y tecnología. Contiene información (1995 –actualidad)
- Business Source Ultimate: Funciona como un plan de negocios sólido, ya que ofrece una colección inigualable de recursos de texto completo, arbitrados, con información histórica y tendencias actuales en negocios que fomentan el debate sobre futuros desarrollos y cambios en el mundo de los negocios.
- Regional Business News: Amplia cobertura en texto completo de publicaciones de negocios que abarcan todas las áreas metropolitanas y rurales de Estados Unidos.
- ABI/INFORM: Negocios, gestión y comercio: artículos de revistas académicas y comerciales, disertaciones, informes de mercado, informes de la industria, casos de negocios y noticias globales y comerciales. Área(s) temática(s): Economía y negocios. Contiene información (1971 - actualidad)
- ACCOUNTING, TAX Y BANKING: Base de datos contiene publicaciones esenciales para obtener información sobre la industria de servicios financieros, incluidas las tendencias contables, fiscales, bancarias y de la industria. Área (s) temática(s): Economía y negocios. Contiene información (1971 - actualidad)
- ARTS & HUMANITIES DATABASE: Arte, arquitectura, diseño, historia, filosofía, música, literatura, teatro y estudios culturales - artículos de revistas. Área (s) temática (s): Lengua y literatura, Historia, Artes.
- ASIAN & EUROPEAN BUSINESS: Esta base de datos proporciona información pertinente para el estudio de temas de negocios y finanzas en Asia y Europa, incluidas revistas académicas, periódicos, noticias y revistas. Área (s) temática (s): Economía y negocios. Información desde (1971 - actualidad).
- BUSINESS MARKET RESEARCH COLLECTION: Información de la Colección de Investigación de Mercado Empresarial (1986 - actualidad) Esta base de datos contiene estudios de mercado de la empresa, la industria, la economía y la geopolítica de tres fuentes, incluidos los perfiles de la compañía de Hoover, OxResearch de Oxford Analytica e instantáneas. Área (s) temática (s): Economía y negocios.



- EconLit with Full Text: Contiene todos los índices disponibles en EconLit, además del texto completo de algunas publicaciones, incluidas las de la American Economic Association.
- JSTOR: Es una plataforma multidisciplinar, aunque centrada principalmente en las Humanidades y las Ciencias Sociales. Incluye investigaciones y publicaciones de Economía, Historia, Ciencias Políticas, Sociología, Música, entre otras.
- MULTILEGIS: Colección de LEGIS con información normativa actualizada, comentada y vinculada para realizar investigaciones jurídicas, contables y tributarias. Incluye códigos y regímenes actualizables, boletín de noticias jurídicas y contables, líneas jurisprudenciales y arancel electrónico.
- Alexander Street Press: es una editorial de galardonadas colecciones en línea y videos para la investigación académica, la enseñanza y el aprendizaje. El contenido está revisado cuidadosamente por expertos editores. Esta colección integral y multidisciplinaria de video, respalda toda la gama del plan de estudios, desde la antropología hasta la zoología. Incluye una variedad de material de video disponible con relevancia curricular: documentales, entrevistas, largometrajes, performances, programas de noticias y noticieros y demostraciones.
- V – Lex: Plataforma jurídica internacional, que ofrece toda clase de contenidos: legislación, jurisprudencia, libros y revistas a texto completo, formularios y noticias de más de 140 países, que permite a sus usuarios hacer búsquedas avanzadas y comparar diferentes sistemas legales del mundo. Con acceso a Vincent, el asistente virtual basado en Inteligencia Artificial.
- SpringerLink es una de las principales bases de datos interactivas del mundo en los campos de las ciencias, la técnica, la medicina y la recopilación de archivos en línea. Contenido de títulos de revistas electrónicas del alto impacto en texto completo con cobertura desde 1997 hasta la fecha y algunos títulos de libros electrónicos en todas las áreas científicas desde el año 2005 a la actualidad, con derecho completo y perpetuo de la propiedad de estos libros.
- OXFORD: Colección de revistas con los artículos publicados por la editorial OXFORD, de múltiples disciplinas, revisadas por pares y cobertura desde 1996.
- ProQuest: es un servicio global de publicaciones electrónicas. Se trata de uno de los mayores depósitos de contenidos en línea de todo el mundo y facilita una única plataforma integrada con acceso al texto completo de miles de publicaciones, periódicos, diarios y revistas, además de incluir resúmenes e índices detallados de otros tantos miles de publicaciones adicionales. En esta base de datos usted encontrará publicaciones científicas internacionales en diferentes las áreas del conocimiento. Acceso a texto completo, resúmenes de tesis doctorales, gráficos, traducciones, impresiones, envío de artículos y actualizaciones vía e-mail, entre otras.
- Newswire: Brinda acceso en tiempo real a las noticias más importantes del mundo de Associated Press, United Press International, PR Newswire, Xinhua, CNN Wire y Business Wire de manera continua.
- Science@direct: Más de 2000 títulos de revistas electrónicas con información científica que cubre todas las áreas del conocimiento, publicadas por Elsevier, uno de los principales editores internacionales. Texto completo desde 1995 hasta la fecha.
- Fuente académica plus: Colección de rápido crecimiento que contiene publicaciones académicas provenientes de Latino América, Portugal y España, en áreas temáticas principales, con mayor énfasis en agricultura, biología, economía, historia, leyes, literatura, filosofía, psicología, administración pública, religión y sociología.
- Open dissertations EBSCO: Base de datos de acceso abierto que se creó para ayudar a los investigadores a encontrar disertaciones y tesis históricas y contemporáneas.
- Proquest one: Indiza revistas de renombre mundial en las diferentes áreas del conocimiento, contenidas en 47 bases de datos, además incluye la base de datos de libros Ebook Central y Digital National Security Archive
- Booklist institucional: Solución eficaz y rápida que permite el acceso al material de la Institución, con la posibilidad de compartir apuntes propios, recomendar artículos y videos que faciliten el

entendimiento de cualquier tema o curso, en una sola interfaz amigable y familiar al estilo de una red social; lo cual genera comunidad alrededor del contenido y el conocimiento.

- Web Of Science: Servicio en línea de información científica internacional editada por el Institute for Scientific Information (ISI). Facilita el acceso a bases de datos que contienen información referencial sobre investigación multidisciplinaria de alta calidad publicada en revistas científicas líderes mundiales.
- Scopus: Herramienta para estudios bibliométricos y evaluaciones de producción científica, editada por Elsevier. Contiene referencias bibliográficas y citas de revistas científicas que proporcionan una visión general en la producción mundial de investigación, en los campos de ciencia, tecnología, ingeniería, medicina, ciencias sociales y humanidades.
- E-books 7-24: Biblioteca digital que ofrece libros ampliamente utilizados como apoyo a los procesos de enseñanza y aprendizaje en programas de ingeniería, ciencias básicas, ciencias económico-administrativas, ciencias sociales y ciencias de la salud. Contiene títulos de las editoriales más usadas en Colombia, como MCGRAWHILL, PEARSON, CENGAGE, CIB - Corporación para Investigaciones Biológicas, EDICIONES DE LA U, MACRO, ECOE EDICIONES, EDITORIAL BRUJAR, DIAZ DE SANTOS, LEGIS y otras que pueden ser consultados de forma virtual, en español y texto completo.
- Digitalia: FBase de datos de libros y revistas electrónicas de excelentes editoriales de España y Latinoamérica. Contenidos enfocados a fortalecer las áreas de ciencias sociales y humanas, ciencias políticas, filosofía, cultura, antropología, historia, sociología, educación, como también ingeniería, tecnología y medicina, entre otras.
- Odilo: Plataforma Digital que cuenta con más de 50.000 títulos en diferentes formatos de consulta (eBooks, audiolibros, videos, píldoras educativas) distintas editoriales a nivel mundial para los diversos gustos y necesidades lectoras.
- HARVARD BUSINESS eBooks EBSCO: Colección de Harvard Business Review Press incluye el catálogo completo de más de 600 libros electrónicos de este editor. Aquí pueden encontrar libros relacionados con: innovación, liderazgo, administración, estrategia, tecnología, entre otros.
- Biblio Technia: Plataforma de libros electrónicos en español y de contenido multidisciplinar, que abarca áreas como ciencias sociales, derecho, educación, ciencias administrativas y economía de diversos editores producidos especialmente para ambientes académicos. Se recomienda el registro con correo institucional para acceder a sus propias colecciones y a herramientas de lectura en línea como subrayado, inserción y revisión de comentarios.
- ICONTEC: Actualmente, se encuentran suscritas la totalidad de las Normas Técnicas Colombianas para los diferentes sectores. Nota: CONSULTA EN LÍNEA, es decir no se necesita descarga alguna.

Con el fin de visualizar de manera específica los recursos físicos y digitales disponibles en la Biblioteca para apoyar al programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, se realizó la recopilación de la información de la tabla 23 a la 26;

**Tabla 60. Material Bibliográfico y Bases De Datos**

Material Bibliográfico y Bases De Datos De Apoyo Programa De Administración De Empresas Culturales Y Creativas			
	Títulos	Ejemplares	Inversión
Referencia	326	620	\$ 38.087.320
Reserva	5	12	\$ 892.770
General	6.846	8.594	\$ 353.556.090

*Fuente: Biblioteca UIS*

**Tabla 61. Recursos electrónicos de apoyo al programa**

Recursos Electrónicos
-----------------------

Disciplinarias	21	\$ 899.873.978
Multidisciplinarias	24	
Herramientas	11	
e-Books	10	
Normas	2	
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	

*Fuente: Biblioteca UIS*

**Tabla 62. Total de recursos en biblioteca física**

Total en Biblioteca Física	
MATERIAL BIBLIOGRAFICO (General, Reserva, Referencial)	70,126 título 96,355 Ejemplares
TRABAJOS DE GRADO	43,530 título
REVISTAS	0 título
ESPECIALES	0 título

*Fuente: Biblioteca UIS*

**Tabla 63. Total de recursos en biblioteca virtual**

Total en Biblioteca Virtual	
Bases De Datos	132
Libros E-Books	827.756
Publicaciones Seriadas	103.240
Normas Y Estándares	83.615
Total Recursos	1.014.611

*Fuente: Biblioteca UIS*

El material bibliográfico y las bases de datos disponibles se encuentran en el Anexo 3. Recursos de Biblioteca.

## 17.2 RECURSOS INFORMÁTICOS

Los recursos informáticos son una herramienta clave para la educación y la investigación de los actores del proceso formativo. En la universidad, la disponibilidad de equipos y software especializado permite a los estudiantes y docentes acceder a información y herramientas que facilitan su aprendizaje y trabajo. De la tabla 27 a la 31, se muestran la cantidad, ubicación, descripción y unidades académicas sobre los diferentes equipos de apoyo docente, acceso a redes de información, medios audiovisuales, redes de información propia y Servicios de comunicaciones externas e internas.

**Tabla 64. Equipos de apoyo docente**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
----------	-----------	-------------	---

13	Campus principal, edificio CENTIC (8) y sedes regionales (Barrancabermeja, Socorro, Málaga, Barbosa)	Salas de video conferencia, con: -Codec H323 para video conferencia Sony Ipela. - 25 Video Beam interactivo. -Unidad DVD. Micrófonos -12 tableros interactivos -11 codecs de video conferencia H323	Todas las unidades académicas de la universidad.
12	Campus principal	Salas de video conferencia, con: -Codec H323 para video conferencia full HD. 12 Video Beam. Micrófonos. Amplificación BOSÉ. 12 codecs de streaming.	Todas las unidades académicas de la universidad.
2	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Trípode DOLICA, de fibra de carbono con cabeza giratoria de 60”.	Programa de Artes Plásticas.
4	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Videoprojector video beam EPSON powerlite x-29+ 3000 lumens 3LCD.	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Cámara digital LUMIX de 12.1 megapíxeles, zoom óptico de 18x, estabilizador óptico de imagen, sistema de detención de rostros	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Cámara fotográfica NIKON modelo D-90 con resolución ccd, 12.9 mega píxeles, serie 3246375, lente 18-105 mm serie 36196248.	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Grabadora periodista ICDUX512F/SC .	Programa de Artes Plásticas.
2	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Cámara digital SLR T51 18-55 mm negra, incluye: cámara reflex, lente 18-55 mm.	Programa de Artes Plásticas.
2	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Lente zoom EF CANON 75-300 F/4-5.6 (X2)	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Equipo audiovisual kit de iluminación cabeza de flash godox smart 300SDI 900 watts. Incluye: cabezas 3 GODOX 300W, 1 softbox, 1 sombrilla, 3 trípodes luces, disparador remoto.	Programa de Artes Plásticas.
1	Campus principal, Edificio Daniel Casas, 3r piso.	Equipo audiovisual exposímetro SEKONIC 758 cine digital master.	Programa de Artes Plásticas.

**Tabla 65. Acceso a redes de información**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
----------	-----------	-------------	---

118	Campus principal, biblioteca central, biblioteca Facultad de Salud, bibliotecas sedes regionales. www.uis.edu.co, Biblioteca, Recursos Electrónicos	Bibliotecas digitales (5): Pearson Educación de Colombia, ALFAOMEGA, MCGRAW HILL, CENGAGE y CID (Corporación para Investigaciones Biológicas). Bases de Datos (109): Ciencias básicas, ciencias aplicadas, ciencias de la salud, ciencias sociales y humanas, multidisciplinarias. Normas (4): ICONTEC, IEEE, ASTM, AENOR. Revistas en línea. Software Antiplagio	Todas las unidades académicas de la universidad.
-----	--	---	--

**Tabla 66. Medios audiovisuales**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
26	Salas de Videoconferencia Campus principal, Facultad de Salud, sede Guatiguará, sedes regionales (Barrancabermeja, Socorro, Málaga, Barbosa).	28 Video Beam. 10 tableros interactivos. 18 amplificadores de audio. 12 codecs de video conferencia H323.	Todas las unidades académicas de la universidad.
1	Campus principal, edificio CENTIC	Sistema M.C.U. para conexión de 10 codecs H323 y 20 usuarios telefónicos simultáneos.	Todas las unidades académicas de la universidad.
10	Campus principal, edificio CENTIC	Video Beam	Todas las unidades académicas de la universidad.
2	Campus principal, edificio Daniel Casas, 3r piso.	Televisor Smart TV, 3D, LED FHD 120HZ. Pantalla: 40 pulgadas. Resolución de 1.920 x 1.080. Marca SAMSUNG.	Programa de Artes Plásticas.

**Tabla 67. Redes de información propias**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
3	Campus principal, Facultad de Salud, sede Guatiguará, sede Bucarica y sedes regionales (Socorro, Barrancabermeja, Málaga, Barbosa).	LIBRUIS: Base de datos de recursos digitales de la biblioteca. Intranet UIS: acceso a documentos internos y sistemas de información institucionales. CALUMET: red social para las unidades académicas de la universidad.	Todas las unidades académicas de la universidad.

**Tabla 68. Servicios de comunicaciones externas e internas**

Cantidad	Ubicación	Descripción	Unidades académicas a las que presta servicio
----------	-----------	-------------	---

7	Campus principal, Facultad de Salud, sede Guatiguará, sede Bucarica y sedes regionales (Socorro, Barrancabermeja, Málaga, Barbosa).	<p>Internet: Conexión dedicada, reuso 1:1, 4000 Mbps, 2 ISPs. RENATA: 200 Mbps.</p> <p>LAN: fibra óptica enlaces troncales 10 Gbps, conexión usuarios: 1 Gbps, 7500 salidas de red.</p> <p>Wi-Fi: 630 access points, 15000 usuarios concurrentes</p> <p>Telefonía VoIP: 1850 extensiones IP, 10 E1, 264 líneas directas.</p> <p>EDUROAM: Roaming internacional entre redes de datos de instituciones educativas y de investigación desplegado en 600 access points.</p> <p>STREAMING: 1 servidor para 1000 usuarios externos.</p>	Todas las unidades académicas de la universidad.
---	---	---	--

### Centro de Tecnologías de Información y Comunicación, CENTIC.

En el centro del campus universitario está ubicado el Centro de Tecnologías de Información y Comunicación, Centic, que se ha diseñado bajo el concepto de edificio inteligente – seguro (circuito cerrado de televisión), automatizado (sistemas de control de activos, control de accesos, detección de incendios, control de iluminación, control de aire acondicionado) y agradable (aire acondicionado, música ambiental, espacios) -con un respaldo 100% de energía eléctrica y red telemática de alta velocidad. Este edificio además de entregarle a la comunidad seguridad y confort, pretende maximizar la creatividad y productividad de sus usuarios.

A continuación, se realiza una descripción de los servicios y recursos que ofrece el CENTIC:

- Portal de reservas y servicios: [https://www.uis.edu.co/recursos\\_centic/](https://www.uis.edu.co/recursos_centic/)
- Lobby de ingreso (2 salas de descanso con acceso a internet Inalámbrico)
- Pantalla de información de asignación de salas e información institucional
- Equipos para la realización de reservas y/o servicios, accediendo al portal del CENTIC se puede gestionar una reserva.
- Recepción principal: ubicación del personal que entrega y recibe las tarjetas de ingreso del edificio y registro de eventos.
- 26 salas de informática distribuidas así: Piso 1 cuenta con 6 (seis) salas, con un total 168 equipos, Piso 2 cuenta con 9 (nueve) salas con un total de 250 computadores y el Piso 3 cuenta con 11 (once) salas con un total de 301 computadores, para un gran total de 719 equipos de cómputo.
- 4 recepciones de piso donde se encuentra personal técnico para la atención y soporte a los diferentes usuarios. (Dificultades de acceso, falla en el funcionamiento del software)
- 4 salas escualizables (se pueden armar pequeños grupos de trabajo con los equipos), con disponibilidad de 55 puestos de trabajo o al correr la división se obtienen 2 salas de 27 y 28 equipos respectivamente.
- 1 (una) sala Linux por piso con 27 equipos de cómputo cada una.
- Cada piso cuenta con un hall o sala de descanso con disponibilidad de internet inalámbrico.
- 10 Cabinas multimedios (2do y 3er piso) con televisor y reproductor de DVD, 2 de ellas, ubicadas en el segundo piso, cuentan con computador para estudiantes invidentes (por el momento la usan 4 estudiantes invidentes y 2 con limitación visual) el cual pueden acceder a través del software JAWS (Tiburón) el cual convierte en sonido todo los textos encontrados en Word y le permite ubicarse por medio de indicaciones auditivas dentro del escritorio de Windows o cualquier programa que estén ejecutando.
- Cada piso cuenta con una sala con sistema operativo Linux.
- Pantallas para la presentación de información institucional en cada sala de descanso
- Videoconferencia: Auditorio Alberto Elías Hernández con capacidad para 80 personas 3 pantallas de proyección, tablero digital, sistema de videoconferencia a 3 cámaras
- 3 salas de reuniones, con video beam, sistema de video conferencias.

Medios audiovisuales:

- 9 cámaras filmadoras, 9 cámaras fotográficas digitales, 2 pantallas de plasma de 50 pulgadas, 7 video proyectores de 3000 lúmenes, 1 video proyector inalámbrico 2500 lúmenes, 1 video proyector 4000, pantalla lcd de 40 pulgadas, 10 tv de 19 pulgadas, 13 lcd tv de 29 pulgadas, 11 grabadores de dvd, 8 tableros de galerías de exposiciones, 4 telones móviles proyección, 4 tableros de vidrio antirreflejo, 26 mesas móviles, 20 porta pendones, 10 video proyectores, 2 sistemas de vhs a dvd,

Impresión y captura de información

- 1 impresora tecnología láser color, 1 impresora tecnología láser monocromática, 1 scanner de alta resolución, 1 plotter de impresión a color, sala Mac 29 equipos i Mac de escritorio, un servidor Mac para de streamen, diseño audiovisual estación de trabajo Mac pro, una tableta digitalizadora

Adicionalmente, el edificio cuenta con los siguientes servicios automatizados y de monitorización:

- Aire acondicionado central, Control de accesos por medio de tarjetas de acceso de aproximación, Sistema contra incendios, Sistema Central de Música Ambiental, Circuito Cerrado de televisión.

### **Servicio de mantenimiento a los recursos**

La División de Mantenimiento Tecnológico de la UIS es la encargada de realizar el mantenimiento a equipos de cómputo, impresoras y equipos audiovisuales, se les debe efectuar de acuerdo con los protocolos de mantenimiento preventivo y correctivo establecidos.

La División de Planta Física de la UIS, tiene a su cargo la realización del mantenimiento de la Planta física, y de los muebles y enseres existentes en las diferentes dependencias de la Universidad. En la medida que se requiera, y en los casos en que esta dependencia no lo pueda realizar, se contrata el servicio externo, acorde a las recomendaciones dadas por la División de Planta Física de la UIS.

## **17.3 LABORATORIOS Y TALLERES**

La Universidad cuenta con una amplia variedad de laboratorios para estudiantes de diferentes programas. Los siguientes espacios serán utilizados por los estudiantes de Administración de Empresas culturales y creativas para desarrollar sus habilidades en un entorno práctico:

- Talleres teórico-prácticos: Tres aulas (107, 209 y 211), con mobiliario de mesas y butacas para prácticas de dibujo y pintura, con capacidad cada salón de 25 estudiantes.
- Centic: El Centro de Tecnologías de la Información y la Comunicación CENTIC de la UIS es un espacio que está abierto a todos los programas de la universidad, pero hay allí una sala de especial interés para Artes Plásticas, la cual puede ser usada por los estudiantes del programa. La sala MAC que cuenta con 28 computadores con software de Final Cut, cuya herramienta es especial para las asignaturas que tienen que ver con la edición de video arte y fotografía digital.
- Sala de exposiciones Prada Ardila en División Cultural: Esta sala permite funcionar como un laboratorio de exposición para los estudiantes del programa, donde se preparan para asumir la responsabilidad expositiva.
- Laboratorio de Inteligencia Creativa SEMIOSIS LAB - Aula 503: El Laboratorio de Inteligencia Creativa - Semiosis Lab es un espacio que permite fomentar la motivación de los estudiantes por el aprendizaje como una actividad, facilitar un ambiente personalizado y prepararlos para los desafíos del futuro mediante la flexibilidad de sus recursos, es decir de su ambiente y filosofía de trabajo, el estilo y las herramientas utilizadas, logrando de esta forma que los estudiantes participen de espacios creativos, vivan la transdisciplinariedad y los efectos que estas experiencias tienen en los procesos de aprendizaje.
- Laboratorio DE 2D y 3D: Impresora 3D (PGC SmarTech), Plotter corte vinilo (Roland Camm1), Tabla Digitalizadora (CalComp), 15 cámaras fotográficas Referencias EasyShare C142 Kodak, Scanner móvil 3D con estación de remoción 3DCUBE y Impresora 3D con estación de remoción 3DCUBE.
- Laboratorio taller de materiales y procesos cerámicos: Área:77.37m<sup>2</sup>, 1 Torno de mesa, 3 Hornos, 2 Bancos de trabajo, 2 Taladros, 1 Caladora, 3 Juegos de morteros, 3 Mesones de trabajo, 3 Muflas.
- Plexuslab: laboratorio de innovación en sostenibilidad, cuyo objetivo es crear soluciones innovadoras que respondan a las necesidades de problemáticas actuales.
- Laboratorio de Factores Humanos

- Laboratorio GALEA
- Laboratorio de Higiene Industrial
- Laboratorio de Ingeniería de Calidad
- Talleres del programa de Artes Plásticas: Taller de Dibujo, Taller de Escultura, Taller de Serigrafía, Taller de Grabado.

#### 17.4 SITIOS DE PRÁCTICA

La formación académica en el espacio del aula es fundamental para desarrollar habilidades y conocimientos científicos que promueven el fortalecimiento cognitivo de un profesional en formación. Teniendo esto en cuenta, contar con lugares de práctica es esencial para complementar y articular lo aprendido, aplicándolo a contextos reales. La importancia recae, en permitir que la persona en formación conozca de primera mano las dinámicas de trabajo, las demandas del mercado y las necesidades del entorno. En este sentido, los sitios de práctica cobran relevancia como espacio de afianzamiento para fortalecer y complementar la formación de los estudiantes y mejorar su inserción en el mercado laboral por medio de los retos alojados en las actividades académicas de investigación creación. En el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas se hace indispensable contar con diferentes espacios que permitan el aprendizaje experiencial durante todos los momentos formativos y en los diferentes ciclos. Es por esto que la integración en primera medida al interior de la Universidad de la dirección cultural, los medios cómo: producción audiovisual, periódicos y publicaciones, las emisoras, el auditorio Luis A. Calvo, ediciones UIS, comunicaciones UIS, Musilab. Así mismo, en la tabla 21 y en la tabla 22 se encuentra la información de alianzas y convenios estratégicos respectivamente, en las cuales se detalla los convenios activos y los requeridos como sitios de práctica.

### 18. INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA

#### Infraestructura física

La Universidad Industrial de Santander cuenta con nueve (9) sedes: tres en Bucaramanga (Campus Principal, campus de la Facultad de Salud y sede Bucarica) y una sede en cada uno de los siguientes municipios del departamento de Santander: Floridablanca, Piedecuesta, Barbosa, Barrancabermeja, Málaga y El Socorro.

En Bucaramanga, el campus universitario principal está ubicado en un área de 337.000 metros cuadrados en la zona nororiental de la meseta, alberga los edificios de las Facultades de Ingenierías, Ciencias y Ciencias Humanas; Bienestar Universitario, Administración I y II, Instituto de Lenguas, Biblioteca Central; diversos centros de investigación; el Centro de Tecnologías de Información y Comunicación (CENTIC), y demás espacios de apoyo a la actividad académica como: auditorios, talleres, laboratorios, museos, áreas deportivas y zonas verdes.

La Facultad de Salud tiene un área de 9.500 metros cuadrados y está ubicada junto al Hospital Universitario de Santander (HUS). Allí funcionan las Escuelas de Medicina, Microbiología y Bioanálisis, Fisioterapia, Enfermería y Nutrición; además, el Instituto de Programas Interdisciplinarios en Atención Primaria de la Salud (PROINAPSA). Igualmente, cuenta con la Biblioteca de la Facultad de Salud, los auditorios Luis Carlos Galán Sarmiento y Fundadores.

La Sede Bucarica está ubicada en el centro de la ciudad y cuenta con aproximadamente 14.000 metros cuadrados para el funcionamiento de dependencias universitarias como: las oficinas alternas de la Rectoría, las emisoras universitarias UIS Estéreo y UIS A.M, el Instituto de Estudios Interdisciplinarios y Acción Estratégica para el Desarrollo (IDEAD), la Oficina de Control Interno Disciplinario, el Consultorio Jurídico, el Centro de Conciliación de la Escuela de Derecho, los auditorios Santander, Hormiga y Río de Oro; la sala de exposiciones Macaregua, y algunas entidades del sector productivo que funcionan en convenio con la Universidad.

En Floridablanca se construye una edificación de 14 mil metros cuadrados, que contará con 33 aulas de clase, siete (7) salas de informática, nueve (9) laboratorios, cuatro (4) aulas múltiples, una (1) cafetería, un (1)



auditorio con capacidad para 212 personas y una biblioteca con acceso independiente para facilitar el ingreso de la comunidad local.

En Piedecuesta, en el Valle de Guatiguará, la sede tiene una extensión de 13.55 hectáreas en las cuales se ubican tres edificios: Un edificio de Investigaciones con 39 laboratorios, dotados con modernos equipos de investigación y cuatro (4) salas de cómputo. Dos edificios de Gestión Empresarial en Ciencia y Tecnología, el primero con un área construida de 5000 m<sup>2</sup> y el segundo con un área de 7000 m<sup>2</sup> (actualmente en construcción), los cuales albergarán las empresas que participarán en el programa Universidad – Empresa - Estado. Además, se cuenta con 86 laboratorios y talleres especializados, el auditorio y la granja para las prácticas docentes en el área agroindustrial.

En Barbosa, se encuentra otra de las sedes de la universidad con una extensión de 5.400 metros cuadrados. Esta cuenta con 21 aulas de clase, una (1) biblioteca, ocho (8) salas de cómputo, un (1) laboratorio de informática y un (1) laboratorio de química.

En Barrancabermeja la planta física de 10.790 metros cuadrados la constituye un edificio que consta de 39 aulas, tres (3) laboratorios, seis (6) salas de cómputo, además del edificio de la biblioteca Alejandro Galvis Galvis.

En Málaga se cuenta con un área de 15.000 metros cuadrados donde se dispone de: 16 aulas, nueve (9) laboratorios (Física, Química, Lácteos, Biología, Suelos, Anatomía Animal, Maderas, Fotointerpretación y Silvicultura), cuatro (4) salas de cómputo, una (1) sala de Internet, una (1) biblioteca, dos (2) salas de lectura, una (1) sala de profesores, una (1) sala de dibujo, un (1) centro de estudios forestales y ambientales, dos (2) salas de audiovisuales y un (1) auditorio.

En el Socorro, la sede se ubica sobre un área de 1.7 hectáreas dotada con 22 aulas de clase, dos (2) laboratorios, seis (6) salas de informática, una (1) biblioteca, un (1) aula especial con capacidad para 60 personas, un (1) aula múltiple con capacidad de 150 personas, una (1) sala de profesores, 10 oficinas de administración, un (1) almacén, áreas deportivas, cafeterías, parqueaderos, zonas verdes y un teatro al aire libre.

Adicionalmente cuenta con un campus denominado “Bicentenario”, el cual tiene un área de 3.5 hectáreas ubicado en el costado oriental del municipio del Socorro dentro del perímetro urbano. Este predio fue entregado en donación por el Municipio del Socorro a la Universidad Industrial de Santander en el 2011. Entre las construcciones que se encuentran en este campus, está la Biblioteca Bicentenario, en su primer nivel funciona una (1) sala general con capacidad para 120 personas, una (1) sala de exposiciones; en el segundo nivel una (1) sala infantil con capacidad para 35 personas; en el tercer nivel, tres (3) oficinas administrativas y una (1) sala de juntas. En este campus se tiene proyectado la construcción de nuevas aulas, laboratorios y espacios para el bienestar universitario.

## **18.1 INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA**

### **Infraestructura red de datos LAN:**

La Universidad Industrial de Santander cuenta con una red de datos de área local con topología en estrella y tecnología Gigabit utilizando enlaces de fibra óptica multimodo y monomodo para el cableado que comunica el centro de cableado principal de la red LAN y los centros de cableado en cada uno de los edificios y sedes de la UIS.

En el centro de cableado principal se encuentra el switch núcleo principal de la red LAN de la Universidad conformado por dos equipos switch marca HPE Modelo 5940 48SFP+ configurados en stacking con 96 puertos gigabit Ethernet en fibra óptica que permiten conectar todos los centros de cableado de los edificios del campus central, así como la Facultad de Salud, la sede Guatiguará, la sede Bucarica y los canales dedicados de Internet.

Las sedes regionales (Barrancabermeja, Barbosa, Socorro y Málaga) se encuentran interconectadas con el centro de cableado principal a través de enlaces contratados con las empresas Colombia Telecomunicaciones S.A.S. E.S.P. y Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. E.S.P. – ETB. El ancho de banda de cada uno de estos canales es actualmente de 50 Mbps (megabits por segundo). Los centros de cableado de los edificios

de la Universidad cuentan con switches de borde marca HP 3Com modelos 4500, 4800 y 5500, de 24 o de 48 puertos, con o sin tecnología PoE, según las necesidades de cada edificio.

Actualmente, todos los enlaces entre los centros de cableado de los edificios del campus principal y el centro de cableado principal disponen de un ancho de banda de 1000 Mbps. Teniendo en cuenta los crecimientos esperados en la demanda de servicios de red, la universidad está adecuando y certificando estos enlaces de fibra óptica para soportar anchos de banda de 10 GE (10 gigabits por segundo),

En año 2012 la Universidad adquirió e instaló una solución Wi-Fi para conexión inalámbrica a la red de datos LAN institucional lográndose un cubrimiento de aproximadamente el 80% de las áreas exteriores a los edificios de todos sus campus y sedes.

**Infraestructura de cableado estructurado:**

La Universidad Industrial de Santander cuenta con una red de datos de área local con topología en estrella extendida, utilizando enlaces de fibra óptica multimodo y monomodo para el backbone que comunica el centro de cableado principal de la Universidad y los centros de cableado principales en cada uno de los edificios y sedes de la UIS. A su vez, dentro de algunos edificios y sedes, esta estrella se extiende hacia otros centros de cableado satélites, ya sea en cableado de cobre o de fibra óptica. El ancho de banda disponible en estos enlaces es de un Gigabit por segundo (1Gbps).

En la actualidad, tanto en el Campus Principal Universitario como en las demás sedes de la Universidad, existen sistemas de cableado estructurado categoría 5E, 6A y 7A. Todas las nuevas salidas de telecomunicaciones se construyen en categoría 6A y 7A. Existen setenta y cuatro (74) centros de cableado ubicados en todas las sedes de la Universidad.

**Plataforma de telefonía IP:**

La Universidad cuenta en la actualidad con una plataforma de telefonía VoIP marca AVAYA para ofrecer a toda la comunidad universitaria los servicios de telefonía IP sobre la red LAN institucional; instalada en el año 2009, incluyendo su garantía y soporte durante 5 años.

**Canal de internet:**

Para conexión a Internet la Universidad dispone de dos canales contratados con las firmas UNE EPM Telecomunicaciones S.A. y Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP, con un ancho de banda de 650 y 600 Mbps respectivamente, balanceados y simétricos.

**Equipos de cómputo:**

La Universidad cuenta con aproximadamente 5900 equipos de cómputo conectados a la red LAN para uso de estudiantes, profesores y personal administrativo.

**Infraestructura de servidores de misión crítica:**

La infraestructura de equipos servidores de misión crítica de la Universidad se encuentra instalada en sus data centers, cada uno de los cuales cuenta con un Data center principal, ubicado en el campus principal y Data center alternativo, ubicado en la sede Bucarica.

La universidad cuenta con sistemas de información para la gestión académico - administrativa de los procesos misionales y de apoyo. A partir del desarrollo tecnológico, la División de Servicios de Información implementó nuevos estándares para el desarrollo de aplicaciones seguras, estables y escalables para la Universidad. Esta labor es realizada por un equipo de profesionales de esta división que tienen como objetivo ofrecer al usuario soluciones informáticas de fácil uso y operación.

**Tabla 69. Sistemas de información con que cuenta la institución**

Nº	Nombre	Descripción
1	Recursos Humanos	Sistema de Información que permite mantener para el personal vinculado a la Institución, el registro histórico en línea de información referente a la hoja de vida, manejo de personal, información de pagos, información de actividad docente y programas de desarrollo con base en el cual permite realizar procesos como vacaciones colectivas, evaluación de desempeño y docente, procesos de liquidación y proyección de pagos, de dotación de personal y trámites de solicitudes de personal.
2	Académico	Sistema que permite la administración y ejecución de los procesos académicos de la Universidad en todas sus modalidades y seccionales. Estudiantes web, Admisiones, Matrículas, Registro de notas para docentes, Detección de estudiantes en riesgo, Solicitudes Académicas, Trabajos de Grado, Ser pilo paga, Certificados Académicos y validación de estos por entidades externas, Integración

		plataforma Moodle, Sedes regionales
3	Financiero	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las transacciones que integran el movimiento de ingresos y gastos, generando los reportes requeridos por las entidades de control, usuarios internos de la institución, proveedores y clientes externos.
4	Bienestar Universitario	Sistema de información soporte de los diferentes servicios ofrecidos por la División de Bienestar Universitario: minutas de comedores y cafetería, manejo de ventas de servicios de cafetería, beneficios que ofrece la Universidad a los estudiantes, servicio de comedores estudiantiles y combos saludables.
5	Sistema Integrado de Salud de Bienestar Universitario - SIMSIS	Sistema de información para el registro de historias clínicas de las diferentes especialidades (médicas, odontológicas, trabajo social, programas preventivos), seguimiento y control de tratamientos, consultas e informes. Administración de agendas de los profesionales en salud. Reportes y estadísticas. Test Psicosociales a los estudiantes.
6	SIVIE	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las solicitudes que hacen los investigadores sobre los proyectos asociados a la Vicerrectoría de Investigación, generando los contratos que afectan la ejecución del sistema financiero.
7	Gestión de Solicitudes	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las solicitudes que hacen los usuarios a las diferentes dependencias de la Universidad que hacen uso del mismo.
8	CIARP	Sistema que permite el registro y control en línea de todas las solicitudes que hacen los docentes para su reconocimiento de la producción intelectual.
9	SIOCID	Sistema de información soporte de los procesos disciplinarios que se llevan para personal de planta y para estudiantes de la Universidad Industrial de Santander
10	SIMANRED	Sistema de información para la administración de la red de datos institucional, el cual asocia: planta física, centros de cableado, salidas de telecomunicaciones, equipos conectados a la red, direcciones IP asociadas, entre otros.
11	PQRS	Sistema de información que le permite a la comunidad en general registrar sus quejas, preguntas, reclamos o sugerencias hacia la Universidad Industrial de Santander; así como hacer su seguimiento, realizar todo el trámite para resolver las inquietudes y consultar su respuesta.
12	Elecciones	Permite la realización del proceso votación en forma electrónica, registrando la información del voto y del votante en forma independiente para garantizar la confidencialidad del mismo. Permite registrar los procesos a realizar por los jefes de las unidades responsables de los mismos, especificando el detalle de la población autorizada: docentes planta, docentes cátedra, administrativos, estudiantes. Permite la realización del escrutinio de los procesos luego del cierre de la votación. Permite la activación de votantes cuando los procesos son con coordinadores de votación, realiza el control de IPs autorizadas y permite la reapertura de procesos cuando la duración es de más de un día. Soporta el proceso de Consulta de opinión para la elección de Rector, generando el resultado del Factor de Opinión del proceso completo

## 19. ESTIMACIÓN DE RECURSOS ADICIONALES

Para la puesta en marcha del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, se relacionan en la tabla 33 los recursos (profesores, de planta física, medios educativos, tecnológicos) que se consideren necesarios

*Tabla 70. Estimación de recursos adicionales*

Recurso	Tipo	Justificación / Utilidad
Profesor	Tiempo completo	Es necesario contar con un profesor tiempo completo que lidere la línea de gestión organizacional en los diferentes niveles de formación.
Profesor	Tiempo Completo	Es necesario contar con un profesor tiempo completo que lidere la línea de Financiera en los diferentes niveles de formación.
Profesor	Cátedra	Apoyará las competencias sobre derecho empresarial y Laboral y propiedad intelectual

Fuente. Elaboración propia.

## 20. CONCLUSIONES

El programa en Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos, es una propuesta coherente con el proyecto educativo institucional y los objetivos de formación de la Universidad, pues busca promover la formación de profesionales capaces de generar soluciones innovadoras y creativas en el ámbito de la administración cultural y artística, necesidad identificada en la región de Santander y Norte de Santander.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos se alinea con la identidad de la Universidad Industrial de Santander, pues encuentra en este programa una oportunidad para fomentar la creatividad, la innovación y fortalecimiento del sector en su entorno.

El programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas articulado mediante Ciclos propedéuticos se enmarca en las políticas nacionales de fomento a la cultura y el emprendimiento cultural, así mismo se encuentra alineado con lo establecido en el Decreto 1330 y la Ley 1108 de 2008 promoviendo titulaciones en diferentes niveles de formación. Además, el programa se ajusta a los lineamientos institucionales de la UIS, que buscan formar líderes comprometidos con el desarrollo sostenible, la responsabilidad social y la promoción de la cultura y las artes.

La investigación sobre oferta y demanda y estado de las propuestas académicas en todos los niveles de formación, sobre programa en relación con las economías culturales y creativas, fortalece la creación de este dentro del portafolio a ofrecer a las nuevas generaciones que enfocan su interés en temas relevantes como este sector en crecimiento, no solo a nivel internacional, sino nacional, regional y local. Este programa permitiría desarrollar habilidades y competencias específicas en los estudiantes para la gestión y administración de proyectos culturales y creativos con especial interés en lo concerniente a lo financiero y relaciones públicas. Además, el enfoque en ciclos propedéuticos permitiría una formación integral, brindando la posibilidad de que los estudiantes obtengan diferentes títulos según cada uno de los niveles de formación, conectándolos rápidamente con el entorno laboral.

La articulación con los programas académicos de la Universidad Industrial de Santander será una de las grandes fortalezas del programa, ya que propende por la transversalidad y conversación armónica entre disciplinas generando un profesional integral, que adquiera competencias a nivel gerencial, pero que comprenda y promueva la diversidad de líneas en las que se desarrolla el ecosistema de la industria cultural y creativa.

El análisis del contexto actual y futuro de la disciplina y la profesión de la administración de empresas culturales y creativas en revisión de cada uno de los niveles de formación respalda la pertinencia del programa y la relevancia del futuro egresado. Se debe tener en cuenta que el valor económico y social del sector cultural y creativo está en constante aumento, lo que se traduce en nuevas oportunidades laborales y emprendedoras para aquellos capacitados en esta área. La combinación de conocimientos empresariales con la sensibilidad y apreciación de los productos culturales y la creativos posiciona al egresado como un agente de cambio capaz de impulsar los proyectos a nivel sectorial e incluso de las organizaciones y empresarios que inician su actividad. El estudio de empleabilidad refleja la necesidad de los artistas por tener personas formadas en administración y gestión enfocadas al sector, las cuales intervengan desde la creación y gestión de empresas culturales y creativas, hasta la consecución de recursos, la promoción cultural, la gestión de eventos y la innovación en el ámbito cultural, los egresados estarán preparados para liderar estas iniciativas y contribuir al crecimiento y la sostenibilidad de este sector.

El enfoque del programa contiene rasgos que lo diferencian de la oferta nacional, los cuales están enfocados a las competencias en administración de empresas con profundidad en la formulación, evaluación y gestión de proyectos basados en datos y aplicados al sector creativo y cultural, permitiendo a los estudiantes aplicar sus conocimientos en situaciones reales y desarrollar habilidades relevantes para el sector desde el aula por medio de núcleos problémicos, una oferta que en la actualidad no existe en la región.

Es importante resaltar que la universidad tiene una gran experiencia en la oferta académica ya existente, por ende, se pretende la articulación de las actividades académicas y la investigación para fortalecer la oferta actual e incluso fomentar la posibilidad de estudiar programas simultáneamente.

En la encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato, se evidencia que la modalidad en que prefieren formarse actualmente es presencial, también se identificó que el 35% (mayor porcentaje) tienen preferencia por el ciclo propedéutico, 22,4% personas optarían por una carrera técnica profesional, 20,2% seleccionaron un pregrado profesional, mientras que la combinación tecnólogo profesional fue preferida por el 14,5%, y al final se tiene al nivel tecnológico con 8%. Al tener dispersión de respuestas se puede concluir que los diferentes niveles son acogidos por el público encuestado fortalece la decisión de ofertarlo por medio de ciclos propedéuticos, teniendo una vinculación desde muy temprano en su carrera al sector real supliendo también, las necesidades sociales del sector y de la población que se vincularía al programa.

Por su parte, la encuesta aplicada a las personas vinculadas al sector resalta en un 90% la importancia del Pregrado para el sector cultural y creativo, mientras que el 91% afirma que contribuiría a la profesionalización del sector y oferta de un programa de pregrado.

Las dos encuestas reflejan el interés en que el programa se oferte actualmente, ya que logran identificar las necesidades de formación en el área administrativa que tiene el sector entendiendo la dinámica propia de este.

Para el desarrollo del programa, es importante el apoyo de diferentes actores como el Ministerio de Cultura, el Consejo profesional de Administración de Empresas CPAE, adscrito al despacho del Ministro de Comercio, Industria y Turismo, el Instituto Municipal de Cultura, las alcaldías y gobernaciones regionales como bien se menciona en el apartado de alianzas estratégicas.

La planta profesoral para el diseño de la propuesta es diversa y altamente cualificada, sin embargo, en la ejecución de este, se deben tener en cuenta perfiles necesarios en coherencia con la estimación de recursos adicionales para un correcto funcionamiento del programa a futuro.

Cabe destacar que tanto los convenios estratégicos existentes en la universidad, como las propuestas de alianzas estratégicas, serán un eje articulador clave con el sector, ya que se espera que el estudiante en todo su proceso formativo genere propuestas y proyectos en pro de la mejora de las organizaciones ya creadas o la formalización del sector en general.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anijovich, R., & Cappelletti, G. (2018). Mas Allá de las pruebas: La retroalimentación. La Evaluación Como Oportunidad, 85–100.
- Bandas Educativas. (2011). ¿Cómo se hace una historieta? <http://www.bandaseducativas.com/como-se-hace-una-historieta/>
- Brindle, M., & DeVereaux, C. (2011). *The Arts Management Handbook: New Directions for Students and Practitioners* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315700243>
- Buitrago, F. & Duque, I. (2013). La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración: una visión integral de la moderna administración de las organizaciones*. 10th Edición. McGraw Hill.
- Cisneros, Y. S. (2019). El desarrollo cultural, complicidad necesaria. En *Revista Estudios Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 88–99.
- Colombia. Congreso de la República (1997). Ley 397 de 1997. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.
- Colombia. Ministerio de Educación Nacional [MEN], Subdirección de Análisis, Monitoreo y Prospectiva Laboral. (2022). Documento de Brechas de Capital Humano del Grupo Artes y Patrimonio - Sector de las Artes Escénicas y Espectáculos – Subsectores Música y Teatro. <https://publicacionessampl.mintrabajo.gov.co/handle/123456789/104>
- "Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL)/ Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). (2021). La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47444-la-contribucion-la-cultura-al-desarrollo-economico-iberoamerica>".
- Congreso de Colombia. (2002). Ley 749 de Julio 19 de 2002. Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades de formación técnica profesional y tecnológica, y se dictan otras disposiciones.
- Council, B. (2016). Resumen de la Investigación sobre Capacidades en el Sector Cultural Examinando las deficiencias y escasez de capacidades sectoriales en Colombia.
- DANE - Economía Cultural y Creativa. (2022) <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-cultural-y-creativa>
- Decreto 1330 de 2019 [Ministerio de Educación Nacional]. Por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 -Único Reglamentario del Sector Educación. Julio 25 de 2019.
- Departamento Nacional de Planeación (2010, 26 de abril). Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia (Documento CONPES 3659). Bogotá D.C., Colombia: DNP
- Duran Salvatierra, S. (2021). Gestión cultural: aprender y desaprender para potenciar la cultura. *Periférica*, 22, 358–367. <https://doi.org/10.25267/periferica.2021.i22.31>
- Fernández García, C. M., Torío López, S., Viñuela Hernández, M. P., Molina Martín, S., & Bermúdez Rey, T. (2008). La comunicación oral como competencia transversal de los estudiantes de pedagogía y magisterio: presentación del diseño metodológico de una innovación para su trabajo en el aula. *Revista de Enseñanza Universitaria*, 31, 26-38.
- Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81–112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. First Edition. Penguin.
- López Solís, O. P., Lara Haro, D. M., Villacís Uvidia, J. F., & Pérez Briceño, J. C. (2019). Administración y Gestión Empresarial. En *Administración y Gestión Empresarial*. 10.23857/978-9942-816-18-4 <https://doi.org/10.23857/978-9942-816-18-4>

- Luna, M. M. (2022). La retroalimentación reflexiva y logros de aprendizaje en educación básica: una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 3242–3261. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2086](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2086)
- Luzardo, A., de Jesús, D & Pérez, M. (2017). Economía naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://webimages.iadb.org/publications/spanish/document/Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Marina, R., Baena, C., Marín, Y. P., Londoño, D. I., & Sanchez, M. P. (2020). Capital Humano Del Grupo Artes Y Patrimonio Sector De Las Artes Escénicas Y Espectáculos – Subsectores Música Y Teatro.
- Martos García, A. (2013). Ecosistemas de la lectura. En Martos & Campos (Eds.). *Diccionario nuevas formas de lectura y escritura* (pp. 189- 193). España: Santillana.
- Meleán, R., & Arrieta, X. (2009). Modelo de ecología intelectual de Toulmin para el estudio de la evolución del infinitésimo y su repercusión en la enseñanza del límite. *Taurus*, 15(30), 187-206.
- Ministerio de Cultura (2019). Informe de Gestión Enero-Diciembre 2019. <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Patrimonio/INFORME%20GESTION%202019%20MINCULTURA%20V31012020.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2016). Economía naranja. Espacio Came, 245, <https://webimages.iadb.org/publications/spanish/document/Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Misión de Sabios. (2019). Arte, cultura y conocimiento. Propuestas del foco de industrias creativas y culturales.
- Montoya Hernández, L. A. (2017). La administración, su relación e importancia en la gestión cultural, Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia 16, 19 y 20 de octubre de 2017. 1–9.
- Moreira, M. A. (2017). Aprendizaje significativo como un referente para la organización de la enseñanza. *Archivos de Ciencias de la Educación*, 11(12).
- OCDE. (2022b). Repensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479>
- OECD. (2022). *Culture and the Creative Economy in Colombia: Leveraging the Orange Economy, Local Economic an Employment Development (LEED)*, OECD Publishing, París. <https://doi.org/10.1787/184f1e07-en>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [UNESCO]. (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [UNESCO]. (2022). Re|pensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479>
- Pérez-Chaverri, J., & Salas-Soto, M. (2016). Características de la retroalimentación como parte de la estrategia evaluativa durante el proceso de enseñanza aprendizaje en entornos virtuales: una perspectiva teórica. *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior*, 7(1), 175–204. <https://doi.org/10.22458/caes.v7i1.1381>
- Petrella, J., & Jung, A. (2008). Undergraduates research: Importance, benefits, and challenges. *International Journal of Exercise Science*, 1(3), 91–95. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4739295/>
- Redondo Méndez, A. C., & Hernández Acosta, J. (2019). Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica: Desarrollo económico y social en la región. In *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica: Desarrollo económico y social en la región*. <https://doi.org/10.28970/9789585498143>.
- Rodríguez Marín, J. C., Gamboa Vesga, Y. A., & Ortiz Isarra, D. R. (2019). Mapeo del sector creativo y cultural - área Metropolitana de Bucaramanga 2019.

- Silva Ramírez, E. D. (2017). Debatir para aprender. Instituto Para El Futuro de La Educación, 1–8. <https://observatorio.tec.mx/edu-bits-blog/2017/4/3/debatir-para-aprender%0Ahttps://observatorio.tec.mx/edutrendsgamificacion>
- UDLA. (2020). Estrategias didácticas para el uso de Foros. [Archivo de video]. YouTube. [https://youtu.be/05XIBwKU6o?si=gX\\_CeOdMJYIEfADL](https://youtu.be/05XIBwKU6o?si=gX_CeOdMJYIEfADL)
- UNDP. (2013). Creative Economy Report > Widening Local Development Pathways 2013 Special Edition (p. 190).
- UNESCO. (2016). Hacer del aprendizaje a lo largo de toda la vida una realidad. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384098>
- Unigarro, R. N. (2015). La historieta: estrategia didáctica para mejorar la comprensión lectora. En Maestros que dejan huellas Vol. 2, num. 1. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rhuellas/article/view/2336>
- Universidad Industrial de Santander (2020) Acuerdo del Consejo Superior No. 046 de 2020, por el cual se aprueba la Política de Investigación de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2005). Acuerdo del Consejo Superior 070 de 2005. Por el cual se crea la Dirección de Control Interno de la UIS.
- Universidad Industrial de Santander. (2005). Acuerdo del Consejo Superior No 072 de 2005. Reorganiza la Vicerrectoría académica y crea mediante ARTICULO 4º: Crear la Coordinación de Evaluación de la Calidad Académica
- Universidad Industrial de Santander. (2006). Acuerdo del Consejo Académico No. 100 del 2006. Por el cual se establece la Estrategia Organizacional.
- Universidad Industrial de Santander. (2010). Acuerdo del Consejo Superior No. 63 de 1994 (octubre 5) Reglamento del profesor. Compilación de normas vigentes.
- Universidad Industrial de Santander. (2012). Estatuto General. Acuerdo del Consejo Superior No. 166 de 1993 (diciembre 22). Compilación de normas vigentes.
- Universidad Industrial de Santander. (2014). Acuerdo del Consejo Académico No. 222 Criterios de admisión para los programas académicos de pregrado presencial de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2015). Acuerdo del Consejo Superior No. 73 de 1982, Reglamento Académico estudiantil de pregrado. Compilación de Normas Vigentes.
- Universidad Industrial de Santander. (2018). Acuerdo del Consejo Superior No. 022 de 2018, por el cual se aprueba la Política de equidad de género de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2018a). Acuerdo del Consejo Superior No. 026 de 2018 por el cual se aprueba el Proyecto Institucional.
- Universidad Industrial de Santander. (2018b). Resolución de Rectoría No. 269 de 2018. Definición del Comité Coordinador del Sistema de Control Interno.
- Universidad Industrial de Santander. (2021). Acuerdo del Consejo Académico No. 233 de 2021, por el cual se aprueba el Modelo Pedagógico de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2021). Acuerdo del Consejo Superior No. 046 de 2021, por el cual se expide el Reglamento para la selección de profesores de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2022). Acuerdo del Consejo Académico No. 023 de 2022, por el cual se aprueban los referentes institucionales para la creación, la reforma y la modificación de programas académicos de la Universidad Industrial de Santander.
- Universidad Industrial de Santander. (2022). Lineamientos para la internacionalización Universidad Industrial de Santander.
- Yáñez Canal, C. (2018). Praxis de la gestión cultural. 150. [http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/705/Praxis de la gestión cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/705/Praxis%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Yrene, M., Guzmán, L., María, A., & Alvarez, H. (2022). Evaluación formativa como desafío de la educación universitaria ante la virtualidad en tiempos de pandemia. Revista de Ciencias Sociales, XXVIII, 1–3. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37673>







ANEXO 2. PROGRAMAS DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS

**PRIMER SEMESTRE**



**Universidad Industrial de Santander**  
**Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos**

**Cálculo**

<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 12 horas</b>					
		<b>HIP</b>					<b>HTI</b>
<b>Número de créditos:</b>	<b>4</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>		
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>	<b>Asincrónicas</b>	
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>	
		<b>4</b>					<b>8</b>

**Justificación**

La incorporación de esta actividad académica en el programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas y sus ciclos propedéuticos, se fundamenta en la esencia misma de la economía como disciplina, la cual ha experimentado una evolución constante en su relación con las matemáticas y el análisis cuantitativo. A medida que las actividades económicas se han vuelto más complejas y globalizadas, se ha vuelto imperativo que los profesionales de la administración tengan las herramientas necesarias para comprender, modelar y resolver problemas con precisión. Históricamente, el cálculo y el análisis matemático han sido los pilares sobre los cuales se han construido los fundamentos de la teoría económica moderna, permitiendo abordar fenómenos económicos complejos, optimizar decisiones y proponer soluciones informadas a los desafíos económicos y empresariales. Así, la inclusión del curso de Cálculo en el programa de Administración busca proporcionar a los estudiantes las bases matemáticas que les permitirán comprender y aplicar las técnicas cuantitativas esenciales para el análisis económico, la toma de decisiones estratégicas y la resolución efectiva de problemas en el entorno organizacional.

**Propósito**

Una de las necesidades fundamentales en el ámbito de las ciencias económicas y administrativas, se vincula con la búsqueda de valores máximos o mínimos en funciones que involucran una o varias variables. Esta actividad académica se enfoca en abordar estos procedimientos de optimización que están relacionados con funciones que dependen de una sola variable. Además, en estrecha conexión con modelos dinámicos, resulta esencial comprender una función a través de su tasa de cambio, lo que conduce al concepto de integración como el proceso inverso de la derivación. Por esta razón, se profundiza en el estudio de la integral, su significado, sus diversas formulaciones, así como en su cálculo y aplicaciones en el contexto organizacional.

**Micro competencias a desarrollar**

<b>Micro competencias (mC)</b>		<b>ID MC asociadas a las mC</b>
<b>ID mC</b>	<b>mC</b>	
mGCPI49	Reconoce el lenguaje matemático como herramienta de comunicación que permite interpretar, comprender, construir y comunicar el conocimiento matemático.	<b>MGC3</b>
mGCPI50	Utiliza diversos procesos de cálculo, de forma secuenciada y sistemática e interpreta los resultados obtenidos.	
mGCPI51	Resuelve problemas movilizando un conjunto de recurso	
mGCPI52	Analiza la situación de un contexto particular a un modelo matemático para dar solución a esta	
mGCA153	Comprende el alcance de las matemáticas en la solución de problemas económicos y se interesa vivamente por estudiarlas y aplicarlas.	

Nota. La actividad matemática realizada en el salón de clase dará especial énfasis a los contextos empresariales.

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. La recta y sus representaciones
2. Pendientes de curvas y la derivada.
3. Tasa de variación y su significado económico
4. Álgebra de derivadas. Derivadas de orden superior
5. La regla de la cadena y derivación implícita
6. Métodos de integración: por sustitución y por partes

#### Contenidos procedimentales:

1. Límites
2. Optimización de funciones reales de una variable.
3. Máximos y mínimos locales y globales
4. Funciones cóncavas y convexas, puntos de inflexión y el método de la segunda derivada para hallar máximos y mínimos locales
5. Aplicaciones en la economía
6. La integral definida y la integral indefinida
7. Aplicaciones económicas de la integración
8. Función exponencial y logarítmica
9. Sucesiones y series. Valor actual descontado e inversión.

#### Contenidos actitudinales:

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
3. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Se asume una pedagogía basada en la resolución de problemas.

- La idea, al menos, para introducir los temas conceptuales y generar la necesidad de resultados teóricos, es iniciar con el planteamiento de un problema en contexto que motive a los estudiantes a buscar su solución dando lugar a las necesidades teóricas que se quieren enseñar.
- Trabajo en grupos pequeños con puesta en común con todo el grupo.
- Aula invertida: Se asignarán actividades tarea que el estudiante debe realizar antes de asistir a clase.

### Evaluación del aprendizaje

La evaluación es una acción permanente que tiene como propósito apreciar, valorar para emitir juicios críticos sobre el proceso formativo de los estudiantes o sobre los procesos pedagógicos o administrativos, así como sobre los resultados de éstos con el propósito de definir planes que favorezcan el logro de las metas formativas (perfil de egreso, resultados de aprendizaje, macro competencias y micro competencias) y el mejoramiento continuo de la calidad de los procesos. La evaluación ha de ser un proceso reflexivo, crítico y permanente que debe aportar información para conocer, comprender y transformar la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación.

Es importante que en el proceso de evaluación se utilicen diversas estrategias e instrumentos, se favorezca el reconocimiento de sí mismo y de los otros, se obtenga información para la **realimentación** y el mejoramiento continuo del proceso educativo. La evaluación del aprendizaje tiene en cuenta la **evaluación diagnóstica, la formativa y la sumativa. La evaluación exige la recolección de evidencias suficientes que permitan medir, explicar y valorar el proceso de aprendizaje de cada estudiante.**

En el diseño del sistema de evaluación se deben incluir los indicadores de aprendizaje, las estrategias de evaluación y la equivalencia cuantitativa.

- **Indicadores de aprendizaje**

Son las acciones observables que permitirán evidenciar durante el desarrollo del curso el nivel de aprendizaje alcanzado por los estudiantes en relación con los objetivos de aprendizaje o las competencias formuladas según el caso.

- **Estrategias de evaluación**

Indique la forma en que se valorará el nivel de aprendizaje de los estudiantes. Pueden utilizarse estrategias como el estudio de casos, la resolución de problemas, el desarrollo de proyectos, la lectura y composición de textos, el trabajo colaborativo, las intervenciones en el aula, los textos, los artículos, ensayos, etc.

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCP149	Comprende los conceptos y el lenguaje matemático para traducir una situación particular a un modelo matemático.	10%	Resolución de Problemas
mGCP150	Desarrolla funciones y procedimientos con algoritmos matemáticos con el fin de plantear y resolver problemas.	10%	Resolución de Problemas/Trabajo Colaborativo
mGCP149	Entiende el concepto y las propiedades de la derivada y la integral.	10%	Resolución de Problemas/Trabajo Colaborativo
mGCP150	Utiliza los métodos para derivar e integrar y realiza aplicaciones económicas.	15%	Resolución de Problemas/Trabajo Colaborativo
mGCP151	Resuelve problemas y ejercicios con límites en situaciones de carácter económico.	10%	Examen Escrito
mGCP150	Calcula e interpreta máximos y mínimos locales y globales.	10%	Examen Escrito
mGCP152	Reconoce los objetivos del razonamiento matemático, para interpretar información y obtener conclusiones.	5%	Examen Escrito
mGCP152	Interpreta datos y gráficos para exponer información matemática	5%	Examen Escrito
mGCP149	Distingue con claridad el alcance de las matemáticas en la solución de problemas organizacionales	15%	Análisis de Caso
mGCA153	Autoevaluación	10%	Examen Escrito

- **Equivalencia cuantitativa**

- 1 parcial 25%
- 2 parcial 25%
- 3 parcial 40%
- 4 Autoevaluación 10%

### Bibliografía

- Sydsaeter, Kanut y Hammond, P. J. (2000). *Matemáticas para el Análisis Económico*, Prentice Hall, Madrid.
- Chiang, Alpha C. (2006). *Métodos fundamentales de economía matemática*, 4ª edición, Mc Graw Hill Interamericana de México, México D.F.
- Draper, Jean y Klingman, Jane (1984). *Matemáticas para Administración y Economía*. Editorial Harla, Harper and Row Latinoamericana, México.
- Weber, Jean (1984). *Matemática para Administración y Economía*. Editorial Harla. México.
- Hoffmann, L.; Bradley, G. (2001). *Cálculo aplicado a administración, economía, contaduría y ciencias sociales*, 7ª edición. McGraw-Hill, Madrid.
- Budnick, Frank (1994). *Matemáticas aplicadas para administración y economía y ciencias sociales*. Mc Graw Hill, Madrid.
- Taro, Yamane. (1968). *Mathematics for Economists*. Prentice Hall.
- Haeussler, Ernest y Paul, Richard (2002). *Matemáticas aplicadas a la Administración y Economía*. Editorial Iberoamérica, Prentice Hall, México.

Universidad Industrial de Santander							
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos							
Principios de Mercadeo							
Código:		Intensidad horaria semanal: 6 horas					HTI
		HIP					
Número de créditos:	2	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea	
		2			1		3
Justificación							
<p>El campo del mercadeo en la actualidad es sumamente valioso para los profesionales en formación en las áreas administrativas y económicas lo cual los lleva a establecer una base sólida en la comprensión de los principios esenciales del mercadeo estratégico. Esto se logra al analizar las necesidades y deseos tanto de consumidores individuales como de organizaciones, permitiendo así la formulación de una propuesta de valor atractiva. A través de esta propuesta, la organización busca atraer y expandir su base de clientes. Los estudiantes, por ende, deben adquirir competencias de los factores y variables que influyen en las estrategias de mercadeo, aplicándolos en la planificación estratégica de la organización.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de esta actividad académica es brindar a los estudiantes los conocimientos fundamentales de marketing aplicados a las economías culturales y creativas. Se busca que los estudiantes comprendan las particularidades de este sector y adquieran las habilidades necesarias para desarrollar estrategias de marketing efectivas y adaptadas a las características propias de las economías culturales y creativas. Además, se pretende lograr el conocimiento de los factores y variables que afectan el quehacer del mercadeo y su aplicación en la planeación estratégica en la organización, por medio de herramientas tradicionales y novedosas de tecnología de información en línea, redes sociales y dispositivos móviles dando forma a experiencias y mercados en torno a una marca de producto o servicio.</p>							
Micro competencias a desarrollar							
ID mC		Micro competencias (mC)				ID MC asociadas a las mC	
mCC26	Define la fundamentación de mercadeo y sus tendencias, así como la importancia de los sistemas de información en la toma de decisiones en este campo, teniendo en cuenta la segmentación de mercados.					tMCE3	
mCC27	Explica las variables del marketing mix y las estrategias de mercadeo para el logro de los objetivos propuestos, dentro de un marco ético y de responsabilidad social.						
mCA7	Asume una actitud responsable y autónoma en ejecución de sus actividades					tMCE1	
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.					MGC7	

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. Panorama del mercadeo: Evolución del concepto Conceptos básicos de mercadeo (necesidades, deseos, satisfactores, demanda, oferta, mercado) Los actores y las fuerzas del mercado (tipos de consumidor, usuario, cliente, las empresas, el entorno) Sistemas de información de marketing, Entorno de Marketing, tendencias de consumo y marketing.
2. Segmentación: Concepto Variables y bases de segmentación, estrategias para definir un mercado meta, perfilación de consumidores y posicionamiento desde el sector cultural y creativo.

#### Contenidos procedimentales:

1. Estrategia de Producto: Conceptos. Niveles de producto Características: Marca, diseño y envase, tipos de producto, ciclo de vida del producto.
2. Estrategia de Precio: Concepto e importancia - Beneficios y percepciones de los precios, teoría del valor, clasificación de los precios, estrategias para la asignación de precios.
3. Estrategia de Distribución: Conceptos básicos de distribución, canales de distribución, estrategias de distribución, tipos de comercio minorista Formas especiales de comercio minorista (comercio electrónico) aplicado al sector cultural y creativo
4. Estrategia de Comunicación: Concepto Comunicaciones integradas de marketing Venta personal Promoción de ventas Publicidad Relaciones Publicas Merchandising.

#### Contenidos actitudinales:

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Creatividad e innovación: Estimular la creatividad y la búsqueda de nuevas ideas y enfoques en la apreciación y producción musical.
3. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
4. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Clase magistral: Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

Aula invertida: El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

Trabajo colaborativo: Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante, proponiendo un trabajo de aplicación sobre los contenidos del curso.

Foros: Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento utilizando la plataforma Moodle de manera asincrónica para luego expresar de forma oral en clase sus conclusiones.

Mapa Conceptual: Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.

Informes: Integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales en un documento que dé cuenta de lo aprendido del total del curso.



### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC26	Identifica los elementos clave en la evolución del concepto de mercadeo diferenciando entre necesidades, deseos, demanda y oferta en el contexto del mercadeo.	15%	la lectura y composición de textos - Foros
mCC26	Reconoce y clasificar a los diferentes actores y fuerzas que operan en el mercado.	15%	Estudio de Caso
mCC26	Explica la importancia y el funcionamiento de los sistemas de información de marketing y las tendencias actuales en el entorno de marketing y consumo.	15%	Resolución de Problemas
mCC26	Define los diferentes niveles de producto y su relación con las estrategias de mercadeo.	35%	Trabajo aplicado y Examen
mCC27	Reconoce los conceptos de precio y su importancia en la estrategia de marketing.		
mCC27	Selecciona las estrategias adecuadas para la distribución de productos en el sector.		
mCC27	Diferencia y describe los componentes de una estrategia de comunicación integral.		
mGCA166	Participa en actividades de grupo, demostrando habilidades de colaboración y comunicación	20%	Informe Final
mGCA166	Genera ideas creativas e innovadoras en la resolución de problemas relacionados con el mercadeo.		
mCA7	Cumple con las tareas y responsabilidades asignadas, mostrando compromiso y responsabilidad.		

• **Equivalencia cuantitativa**

Foros: 15%

Estudio de caso: 15%

Resolución de Problemas: 15%

Trabajo Aplicado y Examen: 35%

Informe Final: 20%

#### Bibliografía

Marketing- Lamb, Hair, McDaniel. Cengage Learning 11e  
 Marketing – Philip Kotler, Gary Armstrong. Pearsons 14e  
 Marketing – Versión para Latinoamérica, Philip Kotler, Gary Armstrong. Pearsons 11e  
 Mercadotecnia. Laura Fischer, Jorge Espejo. McGraw Hill 4ed  
 Fundamentos de Marketing. Stanton, Etzel, Walker. McGraw Hill 14e  
 Marketing - Roger A. Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius MKTG :  
 Marketing Charles W. Lambin, Joseph F. Hair, Carl McDaniel ; traducción Pilar Mascaró Sacristán, María Paulina Suárez Moreno  
 Administración de la mercadotecnia – Michael Czinkota  
 Consulta de bases de datos: Ebsco, Euromónitor.  
 Se sugiere consulta de revistas especializadas en el tema.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b> <b>Introducción a la Administración Cultural y Creativa</b>							
<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 6 horas</b>					
		<b>HIP</b>					<b>HTI</b>
<b>Número de créditos:</b>	<b>2</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>		
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>	
		<b>2</b>			<b>1</b>		<b>3</b>
<b>Justificación</b>							
<p>La creciente importancia de los sectores culturales y creativos en la economía y la sociedad contemporánea en un mundo donde la cultura y la creatividad desempeñan un papel crucial en la generación de empleo, el desarrollo económico sostenible y la identidad cultural, es fundamental formar a los estudiantes en las competencias necesarias para gestionar eficazmente este sector. Este curso proporcionará a los estudiantes una comprensión sólida de los principios y conceptos fundamentales de la administración en el contexto cultural y creativo y la interacción con diversos actores en el sector. A través de esta introducción, los estudiantes estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que presenta este campo en constante evolución, contribuyendo así al desarrollo sostenible de sus comunidades y la sociedad en general.</p>							
<b>Propósito</b>							
<p>El propósito de esta actividad académica es familiarizar a los estudiantes con diferentes teorías administrativas desarrolladas a través del tiempo, las cuales van dando respuesta a retos planteados por el contexto económico, social, político y cultural en el ámbito nacional e internacional. Además, se pretende que los estudiantes reconozcan el proceso administrativo y su aplicación en el ámbito de la cultura y la creativo. Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para aplicar los principios de la administración en contextos culturales y creativos, contribuyendo así al desarrollo sostenible y la gestión efectiva del sector.</p>							
<b>Micro competencias a desarrollar</b>							
<b>Micro competencias (mC)</b>							<b>ID MC asociadas a las mC</b>
<b>ID mC</b>	<b>mC</b>						
mCCI	Comprende las teorías administrativas y las diferencias que genera su implementación en el direccionamiento de una organización, teniendo en cuenta las funciones administrativas básicas.						tMCEI
mCC2	Identifica las variables del contexto interno y externo de la organización, los fundamentos de administración, el diseño organizacional y su evolución.						
mCC3	Expone las características organizacionales del sector cultural y creativo, así como el lenguaje específico de este.						
mGCA140	Reconoce su responsabilidad profesional y personal en la sociedad						MGC1
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.						MGC4
mGCA154	Expresa verbalmente con claridad y argumenta con propiedad para dar a conocer su punto de vista						MGC7

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. Enfoque clásico de la administración
2. La Teoría de las Relaciones Humanas
3. Modelo Burocrático de la Organización
4. Panorama general de la administración
5. El sector cultural y creativo y su entorno

#### Contenidos procedimentales:

1. Planeación y estrategia en el sector cultural y creativo.
2. Fundamentos de la toma de decisiones.
3. Planeación y apoyos para la toma de decisiones.
4. Control en las organizaciones.
5. Diseño organizacional.
6. Administración de recursos humanos en el sector cultural y creativo.

#### Contenidos actitudinales:

1. Motivación para el trabajo.
2. Dinámica del liderazgo.
3. Comunicación organizacional.
4. Administración de equipos de trabajo.
5. Culturas organizacionales y diversidad cultural

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

**Línea de tiempo:** Con el fin de que los estudiantes ordenen una secuencia de eventos o de hitos sobre un tema, con el fin de visualizar con claridad la relación temporal entre ellos.

**Clase magistral:** Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

**Aula invertida:** El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

**Salidas de campo:** Organizar visitas a estudios de grabación, conciertos o eventos culturales relacionados con la música, para enriquecer la experiencia de aprendizaje y conectar con el entorno profesional.

**Trabajo colaborativo:** Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante.

**Foros:** Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento.

**Macro Laboratorios.**

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC1	Identificar las teorías fundamentales de la administración en el contexto de los sectores culturales y creativos, diferenciando sus aplicaciones y alcances específicos	25%	Línea de tiempo - Macro Laboratorios
mCC2	Reconoce las funciones administrativas básicas y su aplicación en el sector cultural y creativo	30%	Examen 1
mCC2	Variables del entorno cultural y creativo	25%	Taller
	Elementos de la administración del talento humano	15%	Examen 2
mCC3	Colabora en equipos interdisciplinarios para la generación de soluciones creativas a desafíos y oportunidades en el campo de la administración cultural y creativa, demostrando habilidades de comunicación efectiva y trabajo colaborativo	5%	Auto y Coevaluación

- **Equivalencia cuantitativa**

Exámenes 1: 30%

Examen 2: 15%

Taller: 25%

Línea de tiempo y Macro Laboratorios: 25%

Auto y Coevaluación: 5%

#### Bibliografía

HELLRIEGEL Don, JACKSON Susan E. y SLOCUM John W. Administración: un enfoque basado en competencias. 14ª Edición. Thomson Learning. Bogotá: 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. Séptima edición. México: McGraw – Hill, 2006.

KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz. Administración, Una perspectiva global. 13ª Edición. McGraw-Hill. México: 2008.

DAFT, Richard. Teoría y diseño organizacional. 6ª Edición. Thomson Learning. Bogotá: 2000.

Román García, L. E. (2011). Una revisión teórica sobre la gestión cultural.

Recaman Mejía, A. L., & Ruiz Gutiérrez, J. A. (2018). Organizaciones culturales y creativas: gerencia e implicaciones prácticas. Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Técnico profesional en Proyectos Culturales y Creativos</b>							
<b>Economía Colombiana</b>							
Código:	<b>Intensidad horaria semanal: 9 horas</b>						
	<b>HIP</b>						<b>HTI</b>
Número de créditos:	<b>3</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>		
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>
Requisitos:	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>			<b>En físico</b>	
				<b>3</b>			
<b>Justificación</b>							
<p>Los desafíos que enfrentan las empresas culturales y creativas en la actualidad requieren profesionales que posean una profunda comprensión de la dinámica económica y legal, así como la capacidad de aplicar conceptos y herramientas analíticas específicas para abordar problemas complejos. La actividad académica "Economía Colombiana" está diseñada para identificar oportunidades, tomar decisiones informadas y estratégicas en la gestión de organizaciones culturales y creativas.</p> <p>En este contexto, es una respuesta directa a la necesidad de formar profesionales versátiles y capacitados, capaces de navegar eficazmente por el complejo entorno económico y legal que impacta a las industrias culturales y creativas. Por lo tanto, se erige como un puente esencial que conecta el entendimiento profundo de los fenómenos económicos y sociales con la operatividad efectiva del entorno político y jurídico, con el propósito de fomentar el bienestar general y la consolidación de una sociedad democrática.</p>							
<b>Propósito</b>							
<p>En un entorno empresarial en constante evolución, las empresas culturales y creativas se destacan como motores fundamentales para la innovación, la expresión cultural y el desarrollo económico en nuestra sociedad. Sin embargo, enfrentan desafíos únicos que demandan una combinación de conocimientos económicos, legales y habilidades estratégicas. Por lo tanto, el propósito de esta actividad académica trasciende la mera transmisión de conceptos económicos; busca preparar a los estudiantes para el entorno económico en el que operan las industrias culturales y creativas.</p> <p>En este sentido, los estudiantes lograrán una comprensión profunda de los factores económicos que influyen en estas industrias, como la demanda cultural, los modelos de financiamiento, los patrones de consumo y los impactos de las políticas gubernamentales. Esta habilidad se traduce en la capacidad de tomar decisiones estratégicas informadas y proactivas que fomenten el crecimiento sostenible y la competitividad en el mercado. A través de casos de estudio, análisis de tendencias y ejercicios prácticos, los estudiantes aprenderán a aplicar conceptos económicos y herramientas analíticas para diseñar estrategias innovadoras que potencien el impacto y la viabilidad de estas empresas.</p>							

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC35	Identifica las fuerzas que imperan en el entorno para determinar su incidencia en el desarrollo regional y su impacto en las actividades sectoriales y empresariales.	tMCEI
mCC36	Reconoce las características de la economía colombiana, así como el papel de las instituciones en su funcionamiento.	
mCC37	Reconoce herramientas tecnológicas básicas de análisis de problemas y políticas económicas.	
mCC38	Interpreta la información estadística y documental de la economía.	
mGCA143	Comprende discursos en contexto demostrando a los demás que están siendo escuchados.	MGC2

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos Conceptuales:

#### Módulo 1: Fundamentos de economía en las empresas culturales y creativas.

Introducción a la economía colombiana: Evolución histórica, principales sectores económicos y tendencias actuales.

Conceptos económicos esenciales: Oferta y demanda, competencia, costos y beneficios, elasticidad.

Marcos legales y regulatorios: Propiedad intelectual, contratos culturales, regulación fiscal y laboral.

### Contenidos Procedimentales:

#### Módulo 2: Análisis económico de las empresas culturales y creativas.

Economía de la cultura y la creatividad: Análisis de la demanda cultural, externalidades, bienes culturales y creativos.

Financiamiento y gestión financiera: Modelos de financiación, inversión en proyectos culturales, presupuesto y flujo de caja.

Evaluación de proyectos culturales: Metodologías para medir viabilidad económica y social, riesgos y beneficios.

Emprendimiento cultural: Cómo iniciar y desarrollar un proyecto cultural, estrategias de crecimiento y escalabilidad.

#### Módulo 3: Dinámicas económicas y políticas en el sector cultural y creativo.

Economía colaborativa y plataformas digitales: Análisis de modelos de negocio digitales, desafíos legales.

Internacionalización de empresas culturales: Comercio exterior, acuerdos comerciales, adaptación cultural y retos transnacionales.

Economía circular y sostenibilidad: Estrategias para minimizar impactos ambientales, generar valor y promover la sostenibilidad en el sector.

Políticas públicas culturales: Análisis de iniciativas gubernamentales, incentivos fiscales y su impacto en la industria.

#### Módulo 4: Estrategias y toma de decisiones en el entorno cultural y creativo.

Estrategias de marketing y comercialización: Segmentación de mercado, branding cultural, promoción y distribución de bienes culturales.

Innovación y creatividad en los negocios: Fomento de la innovación, gestión de la creatividad, propiedad intelectual en la cultura.

Análisis de casos de éxito: Estudio de casos reales en los que se apliquen conceptos económicos y legales en la gestión de empresas culturales y creativas.

### Expresión Oral:

Técnicas de pronunciación, entonación y ritmo.

Preparación y estructura de discursos y presentaciones.

Prácticas de expresión oral en situaciones profesionales simuladas.

### Expresión Escrita:

Organización y coherencia en la escritura.

Desarrollo de párrafos y ensayos persuasivos.

Retroalimentación y revisión de textos escritos.

**Proyecto final:** Desarrollo de un plan estratégico que integre los conocimientos adquiridos para abordar desafíos específicos en una empresa cultural o creativa.

### Contenidos Actitudinales:

#### Empatía y Escucha Activa:

Valoración de la perspectiva del receptor.

Habilidad para escuchar y comprender.

Sensibilidad a las necesidades y emociones de los demás. | 63

#### Pensamiento Crítico:

Cuestionamiento de fuentes y mensajes.

Evaluación de la calidad y confiabilidad de la información.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

**Talleres de expresión oral y escrita:** Organizar sesiones interactivas donde los estudiantes practiquen la expresión oral y escrita a través de ejercicios estructurados. Se les proporcionará retroalimentación constructiva para mejorar la coherencia, persuasión y creatividad en la comunicación.

**Análisis de comunicación en contexto:** Estudiar ejemplos de comunicación efectiva en diversos contextos profesionales y sociales. Los estudiantes analizarán discursos, presentaciones, artículos y campañas comunicativas para identificar estrategias persuasivas y técnicas utilizadas.

**Debates simulados:** Organizar debates en los que los estudiantes asuman roles específicos y defiendan puntos de vista en discusiones estructuradas. Esto desarrollará sus habilidades de argumentación y la capacidad de presentar sus ideas de manera clara y persuasiva.

**Comunicación digital:** Explorar herramientas tecnológicas y digitales que mejoren la comunicación en entornos virtuales. Los estudiantes aprenderán a utilizar plataformas de presentación, diseño gráfico y redes sociales para adaptar su mensaje a diferentes plataformas.

**Proyectos de comunicación creativa:** Fomentar la creatividad a través de proyectos que desafíen a los estudiantes a comunicar ideas de manera innovadora. Esto podría incluir la creación de videos, podcasts, infografías u otros medios para expresar conceptos de manera impactante.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC35	Identifica las fuerzas que imperan en el entorno para determinar su incidencia en el desarrollo regional y su impacto en las actividades sectoriales y empresariales.	20%	Análisis de comunicación en contexto - Debates simulados
mCC36	Reconoce las características de la economía colombiana, así como el papel de las instituciones en su funcionamiento.	20%	Proyectos de comunicación creativa - Debates simulados
mCC37	Reconoce herramientas tecnológicas básicas de análisis de problemas y políticas económicas.	20%	Comunicación digital
mCC38	Interpreta la información estadística y documental de la economía.	20%	Talleres de expresión oral y escrita
mGCA143	Comprende discursos en contexto demostrando a los demás que están siendo escuchados.	20%	Debates simulados - Talleres de expresión oral y escrita

- **Equivalencia cuantitativa**

Promedio de las pruebas escritas: 40%

Debates: 30%

Promedio de los talleres: 30%



### Bibliografía

- ARANGO LONDOÑO, Gilberto. Estructura Económica Colombiana. 10° Edición. 2005 Ed. McGraw Hill.
- BARRAGAN, Abel Antonio. Apuntes Básicos de Economía. 1ª ed. Bogotá.: Universidad Libre de Colombia. Marzo 2011.
- BERNAL, R., CAMACHO, A., FLÓREZ, C., GAVIRIA, A., JARAMILLO, C., NUPIA, O., PEÑA, X., CARDENAS, Mauricio. Introducción a la Economía Colombiana. 3° Edición. 2013 Ed. Alfa omega. CEDE, Universidad de los Andes.
- century: A Markov Switching Regime Model”. Borradores de Economía, Banco de la República (340).
- CLAVIJO, S. (2011). “Estructura Fiscal de Colombia y Ajustes Requeridos (2010-2020)”. Fondo
- DEATON, A. (2008). “Income, health and wellbeing around the world: evidence from the Gallup
- ECHEVERRY, J., & ESCOBAR.A., & SANTA MARÍA. M (2002). “Tendencia, ciclos y distribución del ingreso en Colombia: Critica al concepto de “Modelo de Desarrollo”. En Departamento Nacional de
- En Documentos CEDE, Universidad de los Andes.
- GARCÍA. H., & HERNÁNDEZ. A. (2012). “Elaboración de una Evaluación Integral de Sostenibilidad (EIS)
- GAVIRIA, A. (2005). “Los efectos sociales del TLC”. Webpondo.org.
- Germán Botero de los Ríos. Fedesarrollo.
- IBÁÑEZ, A. (2012). “Medio ambiente: un tema más allá de la belleza”. Focoeconomico.org
- KALMANOVITZ, S. (1999). “Las instituciones colombianas en el siglo XX”. Banco de la República.
- LORA, Eduardo, PRADA, Sergio, Técnicas de medición económica: metodología y aplicaciones en Colombia – 2016 Quinta edición
- MISAS. M., & RAMÍREZ. M. (2005). “Depressions in the Colombian economic growth during the XX
- NAMEN. O., & URRUTIA. M. (2011). “Historia del crédito hipotecario en Colombia”. En Documentos para Colombia”. Nueva Serie de Cuadernos Fedesarrollo No 40. Planeación. Revista del Banco de la República.
- RODRÍGUEZ, C., SÁNCHEZ, F., URRUTIA, M. (2009). “Desarrollo económico: retos y políticas públicas”.
- URRUTIA, M. (2002). “Una visión alternativa: La política monetaria y cambiaria en la última década”.
- VALENZUELA, L. (2008). “Bienestar y Riqueza”. Revista del Buen Gobierno # 10. World Poll”. Journal of Economic Perspectives, 22 (2): 53 – 72.

Formato para el programa de las actividades académicas nivel técnico

Universidad Industrial de Santander Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos Apreciación Producción I (Música)							
<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 6 horas</b>					
		<b>HIP</b>					<b>HTI</b>
<b>Número de créditos:</b>	<b>2</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>		
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>			<b>En físico</b>	
				<b>2</b>			<b>1</b>
<b>Justificación</b>							
<p>La importancia de comprender la esencia y el valor artístico desde su historia y su proyección a futuro permitirá que los estudiantes obtengan las herramientas para apreciar e identificar el lenguaje y expresión del arte en sus diferentes facetas.</p> <p>La actividad académica de Apreciación - Producción I, sienta las bases fundamentales para comprender y abordar las artes desde una perspectiva integral. Durante esta etapa inicial de su formación, los estudiantes tendrán la oportunidad de familiarizarse con la terminología propia de la música, analizar obras de referencia y entender su contexto histórico y cultural para desarrollar una apreciación más profunda y significativa de la música, lo que resulta crucial al gestionar proyectos culturales y creativos relacionados con este campo.</p> <p>A su vez, está experiencia temprana, busca que los estudiantes adquieran competencias técnicas enfocadas al arte y su expresión, fomentando su creatividad y capacidad de innovación. Los estudiantes estarán mejor preparados para enfrentar los retos y oportunidades que se presenten en su futuro desempeño profesional en este campo, comprometiéndose con la productividad y competitividad del sector cultural y creativo.</p>							
<b>Propósito</b>							
<p>El propósito de esta actividad académica es la de concientizar a los estudiantes y despertar su interés por el conocimiento, análisis y comprensión de cada tópico del proceso musical, desde su inicio hasta la actualidad, propiciar un mayor compromiso participativo en los diversos trabajos grupales y en el desarrollo de futuras investigaciones. A través de la exploración de la terminología, conceptos y elementos esenciales de la música, así como de la práctica activa en la generación de valores artísticos y culturales, los estudiantes serán empoderados para desarrollar una comprensión y holística de la música. Este curso aspira a cultivar la sensibilidad artística y el pensamiento crítico en los estudiantes, incentivándolos a interactuar con la música de manera activa y reflexiva, y a contribuir al enriquecimiento y diversidad del panorama musical en su entorno regional, nacional e internacional.</p>							

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC16	Describe las principales corrientes artísticas a lo largo de la historia, sus características y su influencia en las manifestaciones artísticas contemporáneas visualizando el futuro de su ejercicio.	tMCE3
mCC17	Utiliza lenguaje apropiado para comunicar y expresar apreciaciones estéticas sobre obras y eventos culturales.	
mCC18	Identifica los fundamentos teóricos y metodológicos de la semiología y sus principios en el análisis de signos, símbolos y significados en diferentes contextos culturales y comunicativos.	
mCC19	Reconoce técnicas de crítica y análisis estético en la apreciación de la cultura.	
mCC20	Contrasta las diferentes expresiones artísticas, desarrollando la sensibilidad estética y la capacidad de reflexionar sobre la importancia del arte en la sociedad.	
mCA22	Valora la calidad artística y estética de diversas expresiones culturales y creativas.	
mCP21	Examina recursos técnicos y humanos generales para la producción y gestión de espacios, eventos y espectáculos.	
mGCA145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	MGC2
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7

## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos Conceptuales:**

1. Introducción a la historia de la música.
2. Inicios de la notación musical.
3. Los periodos de la música y sus características. Relación con las demás artes y la sociedad.
4. El Rock, el Jazz y la Música Latina
5. Música colombiana I
6. Música colombiana II
7. La música hoy, retos y desafíos.

### **Contenidos Procedimentales**

1. Producción fonográfica.
2. Organología, clase teórico - práctica sobre la historia de los instrumentos musicales.
3. La música en Latinoamérica, desde lo tradicional a la formación académica en conservatorios.
4. Solfeo I, clase de iniciación musical, el pentagrama, las figuras rítmicas, las tonalidades, entre otros.
5. Análisis musical: reconoce las características de los diversos estilos musicales.
6. Examina los elementos de la producción musical y los roles que intervienen en este proceso.
7. Producción audiovisual.

### **Contenidos Actitudinales:**

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Apreciación y respeto por la diversidad musical: Valorar y comprender la riqueza y variedad de la música en sus diferentes formas y estilos.
3. Creatividad e innovación: Estimular la creatividad y la búsqueda de nuevas ideas y enfoques en la apreciación y producción musical.
4. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
5. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.
6. Sensibilidad artística: Fomentar una actitud sensible y reflexiva hacia la música como una forma de expresión artística y cultural.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

**Línea de tiempo:** Con el fin de que los estudiantes ordenen una secuencia de eventos o de hitos sobre un tema, con el fin de visualizar con claridad la relación temporal entre ellos.

**Clase magistral:** Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

**Aula invertida:** El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

**Salidas de campo:** Organizar visitas a estudios de grabación, conciertos o eventos culturales relacionados con la música, para enriquecer la experiencia de aprendizaje y conectar con el entorno profesional.

**Trabajo colaborativo:** Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante.

**Debates:** Los debates pretenden forjar competencia para los estudiantes dentro de la comunicación oral y escrita, dado que allí se debe evidenciar la oratoria, modo de expresión, entonación y por supuesto mostrar una postura clara y respetuosa sobre la situación problema.

**Foros:** Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento

**Mapa Conceptual:** Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.

**Informes:** Integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales en un documento que dé cuenta de lo aprendido en un tema o el total del curso.

**Sesiones de Laboratorio y Edición:** Se llevarán a cabo sesiones prácticas en laboratorios con equipos fonográficos y audiovisuales para los procesos de preproducción. Los estudiantes practicarán la edición de video, el ajuste de color y la aplicación de efectos visuales bajo la guía del profesor.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCCI6 mCC20	Describir los principales movimientos y estilos musicales a lo largo de la historia, identificando sus características distintivas y su contexto cultural.	10%	Exposición
mCCI6	Comprender los conceptos básicos de teoría musical comprendiendo su estructura.	10%	Trabajo en clase
mCCI8	Explicar la importancia epistemológica de la historia musical, relacionando la evolución de la música con los cambios socioculturales y su influencia en la identidad de diferentes comunidades.	10%	Trabajo colaborativo
mCC17	Clasificar y diferenciar entre diversos géneros y estilos musicales, demostrando comprensión de sus características musicales y su relevancia cultural.	10%	Exposición
mCC19 mCA22	Relacionar la música con su contexto cultural y social, examinando cómo las expresiones musicales reflejan y moldean las identidades y los valores de una sociedad.	10%	Exposición
mCP21	Conocer los roles y responsabilidades de los diferentes actores involucrados en la producción musical, desde compositores hasta productores y técnicos de sonido, así como los diferentes instrumentos musicales.	10%	Taller teórico-práctico
mGCA166	Participar activamente en proyectos y tareas de grupo, colaborando de manera efectiva con los compañeros y compartiendo ideas para lograr objetivos comunes.	15%	Trabajo colaborativo
mGCA145	Expresar aprecio y respeto por la diversidad musical, demostrando una actitud abierta hacia una amplia variedad de géneros y estilos musicales de diferentes culturas.	10%	Trabajo en clase
mCP21	Generar propuestas creativas e innovadoras en la apreciación y producción musical, demostrando la capacidad de explorar nuevas ideas y enfoques en proyectos relacionados con la música.	15%	Examen

● **Equivalencia cuantitativa**

Exposiciones: 30%

Exámenes: 15%

Trabajo colaborativo: 25%

Talleres: 10%

Trabajos en Clase: 20%

### Bibliografía

- ALAIN, Oliver, BAINES, Anthony ,otros. La Música. Etnomusicología y Organología. 2 Tomos. Ed. Planeta. Barcelona 1990.
- ARDLEY, Neil, CLARKE, Mary, otros. El Libro de la Música. Guía ilustrada. Ed. Parramón 1982.
- BELTRANDO-PATIER, Marie-Claire, otros. Historia de la Música. 5 Tomos. Espasa Siglo XXI, 2001.
- BERTELÉ, Antonio, BERTOLAZZI, Rossella, otros. La Opera. Historia del Arte Lírico. Ed. Aguilar. Madrid 1996.
- BRENET, Michel. Diccionario Histórico y Técnico de la Música. Edit. Iberia. Barcelona 1981.
- COPLAND, Aaron. Como escuchar la música. Fondo de Cultura Económica. México 1972.
- DELLA CORTE, A. y PANNAIN, G. Historia de la Música. 3 Tomos. Edit. Labor. Barcelona 1985.
- MATAS, J. Ricart. Diccionario Biográfico de la Música. Edit. Iberia. Barcelona 1980.
- MENUHIN, Yehudi y DAVIS, Curtis. La Música del hombre. Fondo Educat. Interamericano 1981.
- ROMBO, Editorial. Música Maestro. Diccionario Enciclopédico. 24 Tomos. Barcelona 1995
- OCEANO, Grupo Editorial. El Mundo de la Música. Grandes Autores y Grandes Obras. Barcelona 2003.
- SUBIRÁ, J. y CASANOVAS, J. Breve Historia de la Música. Editorial Daimon. Barcelona 1983.
- SALAZAR, Adolfo. La Música como proceso histórico. Fondo de Cultura Económica México 1987
- SALVAT, EDITORES. Los Grandes Compositores. 5 Tomos. Correspondiente registro sonoro. Pamplona 1983.
- SALVAT, EDITORES. Los Instrumentos Musicales. I Tomo. Registro sonoro. Pamplona 1984
- SALVAT, EDITORES. Musicalia. Guía de la Música Clásica. 100 folletos. Registro sonoro 1.000 obras clásicas complementarias. Barcelona 1986.
- GALERA, M. y GUTIÉRREZ, R. (2010). Tecnología musical en los centros educativos. En Arte y ciencia: Creación y responsabilidad. F. Ramos (Ed.). Coimbra: CIMA.
- GARCÍA-VALCÁRCEL, A. (2003). Tecnología educativa: implicaciones educativas del desarrollo tecnológico. Madrid: La Muralla.
- BERZ, W. L., y BOWMAN, J. (1994). Applications of research in music technology. Reston, VA: Music Educators National Conference.

Universidad Industrial de Santander							
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos							
Expresión y Comunicación							
Código:		Intensidad horaria semanal: 6 horas					
		HIP					HTI
Número de créditos:	2	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico	
		3					
Justificación							
<p>La capacidad de comunicarse de manera efectiva y expresarse claramente es una habilidad esencial para cualquier profesional, pero en el contexto de la industria cultural y creativa, adquiere una relevancia aún mayor.</p> <p>En la actualidad, la comunicación es la piedra angular para el éxito en cualquier ámbito laboral. Los profesionales que se desempeñan en la administración de empresas culturales y creativas deben ser capaces de transmitir ideas, proyectos e iniciativas de manera coherente, persuasiva y creativa. La comunicación efectiva es esencial para establecer relaciones sólidas con clientes, colaboradores, socios y audiencias, lo que contribuye a la construcción de una red sólida de contactos y a la promoción exitosa de productos y servicios.</p> <p>La actividad académica de Expresión y Comunicación brindará a los estudiantes las herramientas necesarias para desarrollar su capacidad de expresión oral y escrita, así como para utilizar medios visuales y digitales de forma efectiva. Además, se fomentará el desarrollo de habilidades de escucha activa y empatía, elementos esenciales para la comprensión de las necesidades y expectativas de diferentes audiencias.</p>							
Propósito							
<p>El propósito del curso de Expresión y Comunicación es proporcionar a los estudiantes las habilidades y competencias necesarias para desarrollar una comunicación efectiva y expresarse de manera clara, persuasiva y creativa en diferentes contextos profesionales y sociales. A lo largo del curso, los estudiantes aprenderán técnicas de expresión oral y escrita para transmitir mensajes de forma coherente y persuasiva. Se fomentará el desarrollo de la capacidad de argumentación y la estructuración de ideas para comunicar de manera clara y concisa. Además, se abordará la importancia de la comunicación no verbal y la habilidad para adaptar el lenguaje y el mensaje según la audiencia y el propósito de la comunicación. Los estudiantes también explorarán el uso de herramientas tecnológicas y digitales para mejorar la comunicación en el entorno digital y virtual.</p>							
Micro competencias a desarrollar							
Micro competencias (mC)							ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC						
mGCC143	Comprende discursos en contexto demostrando a los demás que están siendo escuchados.						MGC2
mGCC144	Expresa las necesidades, intereses, posiciones, derechos e ideas propias de maneras claras y enfáticas, evitando herir a los demás o hacer daño a las relaciones.						
mGCA145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.						
mGCC146	Comprende una situación desde otras perspectivas y se pone mentalmente en los zapatos de los demás.						
mGCP147	Propone creativamente diferentes maneras de resolver un conflicto o un problema social.						
mGCC148	Reconoce los distintos efectos que puede tener cada alternativa de acción.						



## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos Conceptuales

#### Fundamentos de la Comunicación:

- Definición y modelos de comunicación.
- Elementos clave: emisor, receptor, mensaje, canal y retroalimentación.
- Barreras y facilitadores de la comunicación efectiva.

#### Tipos de Comunicación:

- Comunicación verbal y no verbal.
- Comunicación oral y escrita.
- Comunicación visual y digital.

#### Estrategias de Expresión y Argumentación:

- Estructuración de ideas y argumentos.
- Técnicas de persuasión y habilidades retóricas.
- Uso de ejemplos y evidencias para respaldar argumentos.

#### Adaptación y Contextualización:

- Audiencia y propósito de la comunicación.
- Lenguaje y tono según el contexto.
- Comunicación intercultural y sensibilidad cultural.

#### Tecnología y Comunicación Digital:

- Herramientas tecnológicas para la comunicación efectiva.
- Redes sociales, blogs, presentaciones digitales, etc.
- Etiqueta y ética en la comunicación en línea.

### Contenidos Procedimentales

#### Expresión Oral:

- Técnicas de pronunciación, entonación y ritmo.
- Preparación y estructura de discursos y presentaciones.
- Prácticas de expresión oral en situaciones profesionales simuladas.

#### Expresión Escrita:

- Organización y coherencia en la escritura.
- Desarrollo de párrafos y ensayos persuasivos.
- Retroalimentación y revisión de textos escritos.

#### Comunicación Visual y Digital:

- Diseño gráfico básico para presentaciones visuales.
- Creación de contenido multimedia y presentaciones digitales.
- Edición y mejora de imágenes y videos.

#### Análisis y Adaptación:

- Análisis de audiencias y contextos de comunicación.
- Práctica de adaptación del mensaje según la audiencia.
- Juego de roles y simulaciones de situaciones comunicativas.

### Contenidos Actitudinales

#### Empatía y Escucha Activa:

- Valoración de la perspectiva del receptor.
- Habilidad para escuchar y comprender.
- Sensibilidad a las necesidades y emociones de los demás.

#### Pensamiento Crítico:

- Cuestionamiento de fuentes y mensajes.
- Evaluación de la calidad y confiabilidad de la información.
- Análisis de discursos y argumentos desde diferentes perspectivas.

#### Confianza y Autoexpresión:

- Desarrollo de la confianza en la presentación y expresión personal.
- Fomento de la autenticidad en la comunicación.
- Aceptación de la retroalimentación constructiva.

#### Responsabilidad Digital:

- Ética en la comunicación en línea.
- Conciencia de la repercusión de las palabras y contenido digital.
- Respeto por los derechos de autor y la privacidad en línea.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

**Talleres de expresión oral y escrita:** Organizar sesiones interactivas donde los estudiantes practiquen la expresión oral y escrita a través de ejercicios estructurados. Se les proporcionará retroalimentación constructiva para mejorar la coherencia, persuasión y creatividad en la comunicación.

**Análisis de comunicación en contexto:** Estudiar ejemplos de comunicación efectiva en diversos contextos profesionales y sociales. Los estudiantes analizarán discursos, presentaciones, artículos y campañas comunicativas para identificar estrategias persuasivas y técnicas utilizadas.

**Debates simulados:** Organizar debates en los que los estudiantes asuman roles específicos y defiendan puntos de vista en discusiones estructuradas. Esto desarrollará sus habilidades de argumentación y la capacidad de presentar sus ideas de manera clara y persuasiva.

**Comunicación digital:** Explorar herramientas tecnológicas y digitales que mejoren la comunicación en entornos virtuales. Los estudiantes aprenderán a utilizar plataformas de presentación, diseño gráfico y redes sociales para adaptar su mensaje a diferentes plataformas.

**Proyectos de comunicación creativa:** Fomentar la creatividad a través de proyectos que desafíen a los estudiantes a comunicar ideas de manera innovadora. Esto podría incluir la creación de videos, podcasts, infografías u otros medios para expresar conceptos de manera impactante.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCC143	Comprende discursos en contexto demostrando a los demás que están siendo escuchados.	15%	Análisis de comunicación en contexto
mGCC144	Expresa las necesidades, intereses, posiciones, derechos e ideas propias de maneras claras y enfáticas, evitando herir a los demás o hacer daño a las relaciones.	20%	Debates simulados - Comunicación digital
mGCA145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	15%	Debates simulados - Comunicación digital
mGCC146	Comprende una situación desde otras perspectivas y se pone mentalmente en los zapatos de los demás.	15%	Talleres de expresión oral y escrita
mGCP147	Propone creativamente diferentes maneras de resolver un conflicto o un problema social.	20%	Análisis de comunicación en contexto
mGCC148	Reconoce los distintos efectos que puede tener cada alternativa de acción.	15%	Proyectos de comunicación creativa

● **Equivalencia cuantitativa**

Prueba escrita 1: 20%

Prueba escrita 2: 20%

Debates: 30%

Promedio de los talleres: 30%

### Bibliografía

- Atchison, J. (2010). The Art of Debate [Libro]. The Great Courses.
- Carnegie, D. & Berg Esenwwin, J. (2017). El arte de hablar en público. Talle del Éxito, Inc.
- Donovan, J. (1981). Método TED para Hablar en Público (3.a ed.). Ediciones Culturales Paidós, S.A de C.V.
- García Amado, J. A., Bonorino Ramírez, P. R., Igartua Salaverría, J., Iturralde, V., Gimeo Presa, M. C., Garcia Figueroa, A., Bustamante, T., Campione, R. & Gómez-Aller, J. D. (1979). Teoría del Derecho y decisión judicial [Libro]. Bubok Publishing.
- García Obando, P. A. & Aguirre Román, J. O. (s. f.). Lógica y Teoría de la Argumentación. División Editorial y de Publicaciones UIS.
- Shuster, K. & Meany, J. (2005). Speak Out. International Debate Education Association.
- Toulmin, S. E. (2007, enero). Los usos de la argumentación (Vol. I) [Libro]. Grupo Editorial 62, S.L Ediciones Penínsulas.
- Van Eemeren, F, Grootendorst, R. & Snoeck Henkemans, F. (2006, marzo). Argumentación, análisis, evaluación, presentación (2.a ed.)
- Van Eemeren, FH. (2018). Argumentation Theory: a Pragma-dialectical perspective (33.a ed.) [Libro]. Springer International Publishing AG.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Técnico profesional en Proyectos Culturales y Creativas</b>							
<b>Cátedra UIS</b>							
Código:		<b>Intensidad horaria semanal: 3 horas</b>					
		<b>HIP</b>					
Número de créditos:	<b>I</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>		
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónica<sup>s</sup></b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>
Requisitos:	<b>Ninguno</b>	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>	
				<b>2</b>			
<b>Justificación</b>							
<p>La UIS, en ejercicio del Proyecto Institucional, requiere de un espacio académico en el cual se aborde, de un lado, los referentes de identidad institucional, organizacional y normativa, y por el otro, la apropiación y profundización en las competencias ciudadanas. Es parte de la formación integral, ética, con sentido político e innovador, de los estudiantes de primer nivel de los programas de pregrado presencial, en la búsqueda de una sociedad democrática, participativa, deliberativa y pluralista, con justicia y equidad social, comprometida con la preservación del medio ambiente y el buen vivir. Asignatura aprobada mediante Acuerdo N° 443 de 2020 del Consejo Académico.</p>							
<b>Propósito</b>							
<p>Ofrecer un espacio de análisis, comprensión y apropiación dialógica del modelo de ciudadanía creado y asumido por la sociedad colombiana, en articulación con la identidad y el Proyecto Institucional de la Universidad (PI), con un enfoque retrospectivo (de dónde venimos) y prospectivo (hacia dónde vamos), que les permita a los estudiantes de primer nivel identificarse como herederos de un patrimonio educativo y cultural que reciben, y recrearán durante el proceso de formación y en el ejercicio de la futura profesión.</p>							

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mGCAI35	Reconoce y asume el modelo político jurídico del Estado colombiano.	MGCI
mGCAI36	Reconoce dilemas y situaciones asociadas a problemas actuales: ambientales, sociales, culturales, económicos.	
mGCAI37	Identifica los dilemas éticos ante diferentes situaciones y contextos.	
mGCAI38	Reconoce la dimensión estética y funcional en las diversas manifestaciones de las culturas humanas.	
mGCAI39	Participa en discusiones y promueve acuerdos sobre las acciones a seguir en organismos colegiados a nivel local, regional, nacional e internacional.	
mGCAI40	Reconoce su responsabilidad profesional y personal en la sociedad	
mGCAI41	Decide y actúa de manera autónoma con base en el conocimiento que tiene de los problemas del entorno.	
mGCAI42	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa	

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

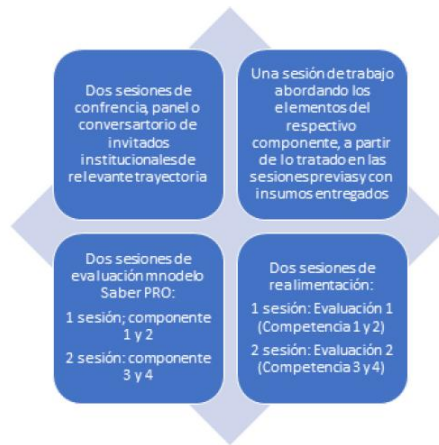


La Cátedra UIS se estructura alrededor de cuatro (4) componentes, según se indica en el gráfico anterior, los cuales se desarrollarán, a lo largo del período académico, de la primera a la décima sexta semana, así:

COMPONENTES	SEMANA	ELEMENTOS DEL COMPONENTE
I. SOCIEDAD NACIONAL, ESTADO Y CONSTITUCIÓN	1°-3°	Colombia: una sociedad nacional en construcción
		Modelo político y jurídico del Estado colombiano
		Estructura organizacional y normativa del Estado Colombiano
2. CIUDADANÍA Y CIVILIDAD COLOMBIANA	4°-6°	Valores y principios fundantes de la ciudadanía
		Asunción de la ciudadanía: los derechos y los deberes
		Referentes de identidad colombiana
EVALUACIÓN	7°	Metodología PRUEBAS SABER PRO
REALIMENTACIÓN	8°	Ejercicio de revisión participativa de la evaluación
3. LA UIS	9°-11°	Los entornos de la universidad: · identidad regional y local
		Origen y configuración institucional: · Origen y pilares institucionales · Estructura y funcionamiento
4. IDENTIDAD UIS Y CIUDADANÍA UNIVERSITARIA	12°-14°	Referentes institucionales de identidad: · Valores y principios · Referentes y espacios · La UIS en el mundo y el mundo en la UIS
		Ejercicio de la ciudadanía Universitaria: participación
		Ejercicio de la ciudadanía Universitaria: historia, retos y prospectiva
EVALUACION	15°	Metodología PRUEBAS SABER PRO
REALIMENTACIÓN	16°	Ejercicio de revisión participativa de la evaluación

Las sesiones plenarias y de trabajo grupal, así como las sesiones de evaluación y realimentación se organizarán por el equipo de profesores de la CÁTEDRA y la Vicerrectoría Académica, y dichas actividades específicas deberán someterse a evaluación interna que determinará los efectos esperados y los resultados evidenciados semestralmente, con el fin de que la Cátedra se ajuste permanentemente su objetivo.

## Estrategias de enseñanza y aprendizaje



La metodología ilustrada en estos cuatro tipos de sesiones las plenarias, las de trabajo grupal, las de evaluación, y las de realimentación de la evaluación se desarrollarán, para cada componente, con la siguiente distribución:

COMPONENTES	SEMANA	TIPO DE SESIÓN
1. SOCIEDAD NACIONAL, ESTADO Y CONSTITUCIÓN	1	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	2	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	3	Sesión de trabajo, abordando los elementos del respectivo componente, a partir de lo tratado en las sesiones previas, y con los materiales de aprendizaje entregados (textos, multimedia, etc.)
2. CIUDADANÍA Y CIVILIDAD COLOMBIANA	4	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	5	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	6	Sesión de trabajo, abordando los elementos del respectivo componente, a partir de lo tratado en las sesiones previas, y con los materiales de aprendizaje entregados (textos, multimedia, etc.)
EVALUACION	7	Metodología PRUEBAS SABER PRO
REALIMENTACIÓN	8	Ejercicio de revisión participativa de la evaluación
3. LA UIS	9	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	10	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	11	Sesión de trabajo, abordando los elementos del respectivo componente, a partir de lo tratado en las sesiones previas, y con los materiales de aprendizaje entregados (textos, multimedia, etc.)
4. IDENTIDAD UIS Y CIUDADANÍA UNIVERSITARIA	12	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	13	Sesión de conferencia, panel o conversatorio de invitados institucionales de relevante trayectoria.
	14	Sesión de trabajo, abordando los elementos del respectivo componente, a partir de lo tratado en las sesiones previas, y con los materiales de aprendizaje entregados (textos, multimedia, etc.)
EVALUACION	15	Metodología PRUEBAS SABER PRO
REALIMENTACIÓN	16	Ejercicio de revisión participativa de la evaluación

### Evaluación del aprendizaje

La evaluación se hará utilizando la metodología de la PRUEBA SABER PRO, aplicada por el ICFES, para medir los procesos de calidad de la formación universitaria, y como ha venido siendo hasta el momento, la calificación será cualitativa APROBADA O PENDIENTE DE APROBACIÓN, y dicho juicio estará sujeto al desempeño demostrado en la prueba 1 (50% - componentes 1 y 2) y la prueba 2 (50% componentes 3 y 4).

El nivel de participación/asistencia a las sesiones plenarias y de trabajo grupal, según las normas institucionales aplicables, se determina si el estudiante acudió o no al 80% de dichas sesiones. Una participación inferior deberá reportarse como pendiente de aprobación por inasistencia.

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCA 135	Reconoce y asume el modelo político jurídico del Estado colombiano.	15%	Metodología de la PRUEBA SABER PRO
mGCA 136	Reconoce dilemas y situaciones asociadas a problemas actuales: ambientales, sociales, culturales, económicos.	15%	Metodología de la PRUEBA SABER PRO
mGCA 137	Identifica los dilemas éticos ante diferentes situaciones y contextos.	15%	Metodología de la PRUEBA SABER PRO
mGCA 138	Reconoce la dimensión estética y funcional en las diversas manifestaciones de las culturas humanas.	15%	Metodología de la PRUEBA SABER PRO
mGCA 139	Participa en discusiones y promueve acuerdos sobre las acciones a seguir en organismos colegiados a nivel local, regional, nacional e internacional.	10%	Sesiones plenarias y de trabajo grupal
mGCA 140	Reconoce su responsabilidad profesional y personal en la sociedad.	10%	Sesiones plenarias y de trabajo grupal
mGCA 141	Decide y actúa de manera autónoma con base en el conocimiento que tiene de los problemas del entorno.	10%	Sesiones plenarias y de trabajo grupal
mGCA 142	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa.	10%	Sesiones plenarias y de trabajo grupal

- **Equivalencia cuantitativa**

La calificación será cualitativa APROBADA O REPROBADO.



### Bibliografía

- Constitución Política de Colombia. Enlace:  
<http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>
- Estatuto General de la Universidad. Enlace:  
<http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/reglamentos/estatutoGeneral.pdf>
- Proyecto Institucional - UIS. Enlace:  
<http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/proyectoInstitucional.pdf>
- ACEVEDO TARAZONA, A. La experiencia histórica del cogobierno en la Universidad Industrial de Santander. Universidad Industrial de Santander. 2016.
- ACEVEDO TARAZONA, A. Historia de un acontecimiento. Utopía y revolución en la universidad colombiana. Universidad Industrial de Santander. 1968.
- MARTÍNEZ GARNICA, ARMANDO. Historia de la Universidad Industrial de Santander. En: Informe de Autoevaluación Institucional. Universidad Industrial de Santander. 2004.
- LEÓN GUARÍN, L; DÍAZ OSORIO, A. Historia de una universidad del medio siglo. Universidad Industrial de Santander. 2008.

## SEGUNDO SEMESTRE

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos</b>								
<b>Derecho Empresarial y Laboral</b>								
Código:		<b>Intensidad horaria semanal: 9 horas</b>						HTI
	<b>HIP</b>							
Número de créditos:	3	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>			
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		
				4				
<b>Justificación</b>								
<p>Como producto de la evolución de la sociedad, de la economía, la tecnología y la organización del Estado entre otros, el ordenamiento jurídico varía y regula las relaciones comerciales, técnicas, financieras, laborales e institucionales entre los diferentes actores de cualquier organización y por ende modifican las formas de contratación en las empresas con terceros, incluida allí las relaciones individuales de trabajo.</p> <p>Hoy en día, un profesional integral debe tener la capacidad de asesorar a las empresas en aspectos relacionados con su disciplina, involucrando conceptos, elementos e instituciones jurídicas básicas relacionadas con el derecho empresarial y laboral.</p> <p>Es importante que un profesional no abogado, tenga la capacidad para identificar y comprender los posibles riesgos jurídicos empresariales que se pueden presentar en el sector de la económica en la que esté realizando su labor profesional, así como sus efectos y consecuencias jurídicas, de manera que, una vez identificados estos, tenga la posibilidad de estructurar una metodología o plan de mitigación de estos riesgos; pero así mismo, de verificarse o materializarse los riesgos jurídicos identificados, tener la capacidad de aplicar planes de acción idóneos de manera oportuna y conjurar o mitigar de alguna manera los efectos jurídicos negativos que ello implicaría, mediante la toma de decisiones oportunas, convenientes y pertinentes.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>En el desarrollo de esta actividad académica los estudiantes obtienen los conocimientos jurídicos básicos en el contexto específicamente del derecho empresarial y laboral, para entender las diferentes relaciones con terceros que puedan surgir en el desarrollo de actividades propias del sector de desempeño adquiriendo así, un conocimiento de aspectos legales para aplicarlo en el ejercicio de su profesión en el área de administración en el sector cultural y creativo.</p>								
<b>Micro competencias a desarrollar</b>								
<b>ID mC</b>		<b>Micro competencias (mC)</b>				<b>ID MC asociadas a las mC</b>		
<b>mC</b>								
mCC32	Identifica la estructura y organización del estado, la ubicación del derecho laboral en el marco general del derecho público, como parte integral de este, las diferencias entre el derecho público y privado, el campo en el que se desenvuelve cada uno, los sujetos y su actuar.					tMCE4		
mCC33	Reconoce los aspectos generales del derecho comercial que le permite entender los efectos de las decisiones en la empresa, así como diversas modalidades de obligaciones y contratos civiles y mercantiles.							
mCP34	Identifica las diversas formas de organización empresarial, sus elementos, finalidades y funciones.							
mGCA135	Reconoce y asume el modelo político jurídico del Estado colombiano.					MGC1		
mGCPI59	Analiza, corrige y mejora los procesos de aprendizaje que operan a partir de la reflexión permanente sobre las estrategias adoptadas y los resultados obtenidos, en términos de eficiencia y calidad.					MGC5		
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.					MGC7		

### **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

#### **Contenidos conceptuales:**

1. Derecho Público General: Concepto de Derecho, clases de derecho, estructura del Estado, Principios, acciones constitucionales.
2. Derecho Laboral Principios Constitucionales: Principios del Derecho Laboral y La tutela en derecho laboral.
3. Comercial General: Concepto de derecho comercial, principios generales del derecho, fuentes del derecho empresarial, concepto de comerciante, obligaciones, del comerciante, registro mercantil, títulos valores.
4. Organizaciones empresariales: Clases de organización (Persona natural – personas jurídicas: sociedades comerciales, entidades sin ánimo de lucro) contratos de colaboración empresarial elementos, características, socios o participantes, capital o aportes, órganos de dirección y administración, decisiones societarias.

#### **Contenidos procedimentales:**

1. Derecho Laboral Individual: Contrato de trabajo, elementos del contrato de trabajo, modalidades de contrato de trabajo, jornada laboral, salario, prestaciones sociales, suspensión y terminación del contrato de trabajo.
2. Derecho comercial: Fuentes de las obligaciones, clases de las obligaciones, elementos de las obligaciones, partes de las obligaciones, formas de extinguir las obligaciones, concepto de contrato, clases de contrato, partes del contrato, principales contratos civiles y mercantiles, incluidos allí las diferentes formas de organización empresarial
3. Propiedad Industrial: Derechos de autor, marcas, patentes, competencia desleal, nombres comerciales, enseñas comerciales, secreto empresarial, diseño industrial, contratos en la propiedad intelectual.

#### **Contenidos actitudinales:**

5. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
6. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
7. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Clase magistral: Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

Aula invertida: El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

Trabajo colaborativo: Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante, proponiendo un trabajo de aplicación sobre los contenidos del curso.

Foros: Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento utilizando la plataforma Moodle de manera asincrónica para luego expresar de forma oral en clase sus conclusiones.

Estudio de caso – Análisis de Sentencias: Con el fin de preparar al estudiante en posibles situaciones que se le presenten en su ejercicio profesional.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCA135	Define los diferentes tipos de derecho y explicar la estructura básica del Estado.	12%	Lectura y composición de textos
mCP34	Describe y compara los principios del Derecho Laboral y su relación con la tutela en el ámbito laboral.	12%	Trabajo Colaborativo
mCC33	Diferencia el derecho comercial y sus fuentes, incluyendo el concepto de comerciante y las obligaciones correspondientes.		
mCC32	Clasifica las diversas formas de organizaciones empresariales y comprender sus elementos y funciones.		
mCC33	Reconoce los elementos de los contratos laborales, sus modalidades y las condiciones de trabajo.	25%	Examen acumulativo
mCC33	Reconoce los conceptos y características de las obligaciones y contratos, identificando formas de extinguirlas.	13%	lectura y composición de textos
mCP34	Describe los derechos de propiedad industrial, como derechos de autor, marcas y patentes, y sus implicaciones legales.	25%	Estudio de caso – Análisis de Sentencias
mGCA166	Participa activamente en actividades de grupo, demostrando habilidades de colaboración y comunicación.	13%	Trabajo Colaborativo
mGCA166	Cumple con las tareas y responsabilidades asignadas, mostrando compromiso y responsabilidad.		
mGCP159	Acepta de manera constructiva las críticas y sugerencias para mejorar las habilidades y el desempeño.		

- **Equivalencia cuantitativa**

Lectura y composición de textos: 25%

Trabajo Colaborativo: 25%

Estudio de caso – Análisis de Sentencias: 25%

Examen: 25%

### Bibliografía

- Constitución Política de Colombia de 1991.
- Código Sustantivo del Trabajo.
- Cartilla de Derecho Laboral 2022.
- DELGADO, Carlos Ignacio. Régimen laboral colombiano. Bogotá: Legis Editores S.A., 8ª ed., 2011.
- LINARES VEGA, J.A. (2013) Curso de Derecho Comercial, Bogotá. Ibañez.
- NARVÁEZ GARCÍA, J.I. (1.996) Introducción al Derecho Mercantil, 6º edición, ediciones Leyer.
- MADRIÑAN DE LA TORRE R.E. (2013) Principios de Derecho Comercial. Bogotá. Universidad Pontificia Javeriana.
- VELÁSQUEZ RESTREPO, C A. (2.001) Instituciones de derecho comercial. Medellín: Dike.
- Código De Comercio Actualizado
- Legislación en materia de propiedad intelectual. Ley 23 de 1982 con sus modificaciones y actualizaciones; Decisión Andina 351 de 1993; Decisión Andina 486 de 2000, entre otras.
- Propiedad Intelectual. El moderno Derecho de Autor. Ernesto Rengifo García. Universidad Externado de Colombia. Bogotá. 1996.
- Derechos de autor y derechos conexos. Delia Lipszyc. Unesco y Cerlac. 2001.
- Cartillas de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia.
- TAMAYO JARAMILLO, J. : (1.996) Manual de Obligaciones. Colombia: Temis.
- NARVÁEZ, GARCÍA J.I., (1.996), Teoría General de las Sociedades. Ediciones Leyer.
- Sentencias de las Altas Cortes.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos</b>								
<b>Gestión Contable</b>								
Código:	Intensidad horaria semanal: 9 horas							
	HIP							HTI
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea		5
		4						
Justificación								
<p>La contabilidad se reconoce como el idioma global de los negocios. Su presencia es fundamental para que las empresas puedan fijar metas, evaluar resultados, minimizar riesgos, explorar oportunidades y evaluar su posición financiera en términos absolutos y comparativos. Además, les brinda la capacidad de asegurar recursos para sus operaciones, inversiones o financiamientos. Este logro solo es viable si las entidades cuentan con un sistema integral de información financiera que recolecte, ordene y registre las operaciones diarias de la empresa, ajustándose a las especificidades y contexto de cada organización y considerando los diferentes participantes involucrados en cada etapa del proceso contable. Esto debe respaldarse mediante la creación de un sistema contable y financiero adecuado, basado en las Normas Internacionales de Información Financiera, generando los Estados Financieros, los cuales constituirán el fundamento para la toma de decisiones estratégicas, el análisis de la situación empresarial y la efectiva obtención de recursos financieros tanto internos como externos. De este modo, las empresas podrán agregar valor, expandirse y mantenerse de manera sostenible en el tiempo.</p>								
Propósito								
<p>En el desarrollo de esta actividad académica los estudiantes comprenderán el sistema contable y financiero, basado en las Normas Internacionales de Información Financiera para generar los estados financieros de una organización, los cuales serán la base para la toma de decisiones estratégicas, el análisis de la situación de la empresa y la exitosa atracción de recursos financieros a nivel interno y externo, permitiendo generar valor, crecer y permanecer en el tiempo en forma sostenible.</p>								
Micro competencias a desarrollar								
Micro competencias (mC)								ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC							
mCC45	Reconoce las Normas Internacionales de Información Financiera u otras normas relevantes, a las transacciones y otros eventos, así como los elementos que la componen.							tMCE8
mCP46	Interpreta la información financiera a analizar desde el punto de vista de la Norma Internacional de información Financiera.							
mGCC156	Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica de manera ética y responsable.							MGC4
mGCP159	Analiza, corrige y mejora los procesos de aprendizaje que operan a partir de la reflexión permanente sobre las estrategias adoptadas y los resultados obtenidos, en términos de eficiencia y calidad.							MGC5
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.							MGC7

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. Sistema De Información Financiera – SIF: El concepto de Sistema de Información Financiera y Las 4 P del Sistema de Información Financiera (Press-Ambiente, Personas, Proceso, Producto).
2. Empresa y Entorno: Definición de empresa, objetivo financiero empresarial (maximización beneficio financiero y social), tipos de empresas, objetivos de la generación de información financiera (enfoque a usuarios), cualidades de la información financiera, principio de negocio en marcha, ambiente Fiscal, responsables y no de IVA, autorretenedor, gran Contribuyente, régimen simple, grupo 1 NIIF, grupo 2 NIIF, Grupo 3 NIIF, sociedad Anónima S.A, sociedad Limitada LTDA., sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, sociedad en comandita por acciones S.C.A, sociedad colectiva
3. El rol de las personas como garantes del SIF: Gobierno corporativo en las empresas y su papel en frente a los Estados Financieros, stakeholders de los Estados Financieros (administradores, empleados, proveedores, clientes, bancos, inversionistas, gobierno, contadores, auditores), responsabilidades de la Junta y la asamblea general de accionistas como usuarios de la información financiera, el gerente como responsable en la preparación de los estados financieros, el contador como responsable en la preparación y certificación de los estados financieros

#### Contenidos procedimentales:

1. Identificación de las transacciones, sucesos y condiciones financieras: Normas Internacionales de Información Financiera y su papel en el ciclo transaccional, partida doble y ecuación patrimonial, principio de devengo o acumulación, elementos de los estados financieros (activo, pasivo, patrimonio, ingreso y gasto) según el marco conceptual para la información financiera 2018, definición y reconocimiento de los Estados Financieros bajo NIIF para Pymes, medición de los Estados Financieros según el marco conceptual para la información financiera 2018
1. Información financiera para la toma de decisiones: Concepto de estado financiero, definición de políticas contables, estado de situación financiera, Estado de resultados, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujos de efectivo, notas a los estados financieros, interrelación en el análisis de los estados financieros (análisis vertical y horizontal), Identificación y análisis de ratios financieros relevantes, informe de gestión empresarial bajo documento NIIF comentarios de la gerencia.

#### Contenidos actitudinales:

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
3. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Clase magistral: Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

Aula invertida: El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

Trabajo colaborativo: Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante, proponiendo un trabajo de aplicación sobre los contenidos del curso.

Foros: Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento utilizando la plataforma Moodle de manera asincrónica para luego expresar de forma oral en clase sus conclusiones.

Mapa Conceptual: Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.

Informes: Integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales en un documento que dé cuenta de lo aprendido del total del curso

**Evaluación del aprendizaje**

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC45	Identifica los componentes de las 4 P del Sistema de Información Financiera (Pres-Ambiente, Personas, Proceso, Producto).	15%	Trabajo Colaborativo
	Define el concepto de Sistema de Información Financiera y su importancia en las organizaciones.		
	Clasifica los diferentes tipos de empresas según su naturaleza y objetivos financieros.		
	Distingue las principales cualidades de la información financiera y su relevancia en la toma de decisiones empresariales.		
mCC45	Relaciona los conceptos fiscales y tributarios con su impacto en el ambiente empresarial.	15%	Análisis de Caso y Trabajo Colaborativo
	Identifica las partes interesadas de los Estados Financieros y sus roles en la gestión y análisis financiero.	15%	Examen Parcial
	Enumera las responsabilidades de la Junta y la asamblea general de accionistas en relación con la información financiera.		
	Explica las responsabilidades del gerente y el contador en la preparación y certificación de los estados financieros.		
mCP46	Describe el principio de partida doble y su relación con la ecuación patrimonial.	30%	Taller práctico de construcción de Estados Financieros
	Reconoce el principio de devengo o acumulación en el registro contable.		
	Clasifica elementos financieros (activo, pasivo, patrimonio, ingreso y gasto) siguiendo el marco conceptual para la información financiera.		
	Diferencia los estados financieros (estado de situación financiera, estado de resultados, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujos de efectivo).	15%	Examen Final
	Describe políticas contables y cómo afectan la presentación de los estados financieros.		
	Explica la importancia de las notas a los estados financieros en la comprensión de la situación financiera de la empresa.		
mGCA166	Participa activamente en actividades colaborativas, demostrando cooperación y habilidades de comunicación efectiva.	10%	Trabajo Colaborativo e Individual
mGCP159	Cumple con las tareas asignadas de manera responsable y demostrar compromiso con el proceso de aprendizaje.		
mGCC156	Asimila la retroalimentación de manera positiva, utilizándola como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.		

• **Equivalencia cuantitativa**

- Trabajo Colaborativo: 25%
- Análisis de Caso: 15%
- Taller Práctico: 30%
- Exámenes: 30%



## Bibliografía

- Base de Datos: Compite 360 (2021) Base de datos con información financiera de empresas santandereanas.
- Guajardo Cantú, G., Andrade de Guajardo, N. E.(2018). Contabilidad financiera.
- Fierro Martínez, A., & Fierro Celis, F. (2015). Contabilidad de activos con enfoque NIIF para las pymes (3a ed.). Ecoe Ediciones.
- Herz Gherzi, J. (2015). Apuntes de contabilidad financiera. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- IFRS for SMEs\* (2015) NIIF para las PYMES. Disponible en español en <http://www.ifrs.org>
- IFRS (2015) Normas Internacionales de Contabilidad e Información financiera. Traducciones oficiales. Disponibles en: <http://www.ifrs.org/IFRSs/Pages/Official-Unaccompanied-IFRS-Translations.aspx#es>
- IFRS (2017) Making Materiality Judgements. Practice Statement 2. Disponible en: <http://www.ifrs.org/-/media/project/disclosure-initiative/disclosure-intiative-materiality-practice-statement/mps-project-summary-and-practice-statement.pdf>
- IFRS (2017) Definition of Material. Proposed amendments to IAS 1 and IAS 8. Comments to be received by 15 January 2018. Exposure Draft ED/2017/6. Disponible en <http://www.ifrs.org/-/media/project/definition-of-materiality/exposure-draft/ed-definition-of-material.pdf>
- IFRS (2010) Documento práctico de las NIIF comentarios de la Gerencia. Disponible en <https://www.ifrs.org/projects/work-plan/management-commentary/>
- Mendoza Roca, C., & Ortiz Tovar, O. (2016). Contabilidad financiera para contaduría y administración. Universidad del Norte.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019) Aplicativo descarga Normas Internacionales de Información Financiera: <http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/ifac/login.php>
- Label, W., León Ledesma, J., & Ramos Arriagada, R. (2012). Contabilidad para no contadores: una forma rápida y sencilla de entender la contabilidad. Ecoe Ediciones.
- Superintendencia de Sociedades (2019) Sistema Integrado de Información Societaria-SIIE, disponible en: <https://siis.ia.supersociedades.gov.co/>
- Randall, P. (2013) Material didáctico NIIF Pymes. Disponible en <http://www.niifpymes.com/>
- Ross, S. A., Jordan, B. D., Westerfield, R. W. (2018). Fundamentos de finanza corporativas. McGraw-Hill

**Universidad Industrial de Santander**  
**Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos**

**Economía de la Cultura**

<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 9 horas</b>						<b>HTI</b>
		<b>HIP</b>						
<b>Número de créditos:</b>	<b>3</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>			
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	
<b>Requisitos:</b>	Economía Colombiana	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>5</b>
		<b>3</b>			<b>1</b>			

**Justificación**

La economía de la cultura constituye un espacio integrador donde convergen los debates económicos, sociales y culturales. Analizar esta dimensión permite profundizar en los sistemas de valoración y apropiación inherentes al ámbito cultural y creativo. En este contexto, no solo se pueden definir los modelos de gestión administrativa y financiera, sino también complementarlos con los ciclos de negocio que contribuyen al crecimiento económico y a la generación de empleo en diversos espacios territoriales.

La industria cultural y creativa destaca no solo por su papel como motor económico en la generación de ingresos y empleo, sino también por su influencia en la construcción de identidades sociales y la formación de parámetros culturales. Comprender las implicaciones y desafíos de la economía cultural demanda la fluidez en conceptos y el empleo de herramientas de valoración. Esto posibilita la evaluación y formulación de políticas públicas y privadas que potencien los efectos positivos en la creación de una sociedad moderna e innovadora

**Propósito**

El propósito de esta actividad académica es familiarizar a los estudiantes con los conceptos y teorías fundamentales de la economía de la cultura, así como con las herramientas y métodos utilizados para analizar el valor económico de las actividades culturales. Se espera que, los estudiantes sean capaces de analizar el impacto económico de las economías culturales y creativas y fomentar la reflexión crítica sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta la economía de la cultura en el contexto actual.

**Micro competencias a desarrollar**

<b>Micro competencias (mC)</b>		<b>ID MC asociadas a las mC</b>
<b>ID mC</b>	<b>mC</b>	
mCP4	Examina los datos relevantes sobre las actividades culturales y creativas de la organización y del sector.	tMCE1
mCC5	Reconoce metodologías de investigación económica para evaluar el impacto de las industrias culturales en el crecimiento económico.	
mCC6	Identifica estrategias, políticas y programas que impulsen la economía cultural y creativa.	
mCA7	Asume una actitud responsable y autónoma en ejecución de sus actividades	
mCA8	Trabaja en equipo para fomentar la colaboración y el networking en el ámbito de la economía cultural y creativa.	
mGCA143	Comprende discursos en contexto demostrando a los demás que están siendo escuchados.	MGC2
mGCC156	Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica de manera ética y responsable	MGC4

## **Contenido conceptual**

- I. Introducción
  - I.1. Bienes públicos y privados
  - I.2. Política sectorial
  - I.3. Nuevas definiciones para contextos modernos.
  - I.4. Precio y valor.
  - I.5. Economía de la cultura.
2. Economía de la cultura: discusiones teóricas
  - 2.1. Patrimonio. ¿Activo o pasivo territorial?
  - 2.2. Bienes culturales. Valoración económica y aprecio social.
  - 2.3. Turismo cultural. Mas allá de una ruta.
  - 2.4. Industria creativa. ¿Retos del presente o del futuro?
3. Economía de la cultura: Retos contemporáneos
  - 3.1. Internacionalización, desarrollo regional y desarrollo local.
  - 3.2. Política cultural y estrategia de desarrollo: Internacional y nacional.
  - 3.3. Modelos económicos contemporáneos. La cultura como eje de cambio social.
  - 3.4. Tendencias emergentes de un mundo cambiante.

## **Contenido procedimental**

4. Economía creativa: técnicas de análisis.
  - 4.1. Análisis de Emprendimientos, modelos de negocio y creación de empresas.
  - 4.2. Técnicas de valoración económica.
  - 4.3. Análisis de beneficios económicos y sociales.
  - 4.4. Análisis de innovación y creatividad en nuevos productos.
5. Construcción de casos
  - 5.1. Modelos de gestión y financiamiento de las artes visuales y escénicas.
  - 5.2. Tendencias en producción y consumo de contenido audiovisual.
  - 5.3. Modelos de negocios de la industria musical.
  - 5.4. Mercado, producción y consumo de la economía del diseño y la moda.

## **Contenido Actitudinal:**

- Participación comprometida en los espacios de aprendizaje.
- Búsqueda constante de conocimiento y aprendizaje continuo.
- Habilidades de liderazgo y comunicación efectiva.
- Valorar y respetar la diversidad de perspectivas.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La presente actividad académica se utilizarán las siguientes estrategias de enseñanza – aprendizaje:

- Aula inversa: Semanalmente se dispondrá de información (texto escrito, presentaciones visuales, contenido audiovisual, material de lectura, recursos en línea y actividades interactivas) sobre temas específicos relacionados con la asignatura, en los diversos momentos de su desarrollo, con el objeto de construir, presentar y difundir conocimiento por parte del estudiante.
- Debates: Por medio de los cuales se espera que los estudiantes participen de manera activa, el pensamiento crítico y la habilidad de expresión oral.
- Talleres prácticos: Mediante equipos de trabajo busca la aplicación del conocimiento y el desarrollo de habilidades prácticas en los estudiantes. Adicional al formato tradicional de informe, se propenderá por el desarrollo de videos documentales, campañas de conciencia y sensibilización, creación de espacios virtuales, exposiciones innovadoras.
- Análisis de caso y discusión de resultados: Se crearán espacios para diálogos abiertos y colaborativos que permitan al estudiante reflexionar y debatir sobre los elementos de discusión. El objetivo de esta estrategia es fomentar la formulación de criterios técnicos en torno a los análisis y conclusiones generadas.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP4	Comprende los conceptos básicos de la economía cultural	10	Prueba escrita
mCC5	Demuestra comprensión de los aspectos teóricos de la asignatura.	20	Taller práctico- colaborativo (pieza audiovisual). Análisis y discusión de resultados.
mCC6	Posee conocimiento actualizado sobre los retos de la economía de la cultura.	20	Taller práctico- colaborativo (pieza audiovisual). Análisis y discusión de resultados
mCC5	Aplica de manera efectiva las técnicas y métodos para el análisis de la economía creativa.	25	Prueba escrita
mCA8 mGCA143 mGCC156	Evidencia habilidad en la construcción, formulación, presentación y difusión de casos de estudio relacionados con la economía creativa	25	Taller práctico- colaborativo (pieza audiovisual). Análisis y discusión de casos,

#### • Equivalencia cuantitativa

Señale la manera como se obtendrá la calificación final de la actividad académica.

Pruebas escritas:	35%
Taller práctico:	30%
Análisis y discusión de casos:	35%

## Bibliografía

- ci, Cássia Chrispiniano, Alda Regina Ferreira de Araújo, y Luis Fernando Novais. «The Creative Economy in the State of São Paulo». *Brazilian Journal of Operations & Production Management* 15, n.º 3 (11 de junio de 2018): 343-54. <https://doi.org/10.14488/BJOPM.2018.v15.n3.a1>.
- iza, Aníbal Monasterio. «¿Qué es cultura en la “economía de la cultura”? Definiendo la cultura para crear modelos mensurables en economía cultural». *Arbor* 193, n.º 783 (30 de marzo de 2017): a376-a376. <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.783n1007>.
- hi, Hasan. «How Can We Measure the Creative Economy? The Cunningham Project». *Media International Australia* 182, n.º 1 (1 de febrero de 2022): 21-27. <https://doi.org/10.1177/1329878X211043905>.
- do, Rubens. «La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento público de la cultura». *Turismo y patrimonio*, n.º 4 (2004): 57-68. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2004.n4.05>.
- rd, André Peressoni, y Clarissa Stefani Teixeira. «Economia criativa no universo das startups». *Revista Tecnologia e Sociedade* 16, n.º 40 (1 de abril de 2020): 1. <https://doi.org/10.3895/rts.v16n40.10079>.
- , Alina, y Tomas Kačerauskas. «Urban Creative Sustainability: The Case of Lublin». *Sustainability* 13, n.º 7 (enero de 2021): 4072. <https://doi.org/10.3390/su13074072>.
- , Gillian. «Creative Economy and Policy». *European Journal of Communication* 31, n.º 1 (1 de febrero de 2016): 33-45. <https://doi.org/10.1177/0267323115614469>.
- , Brooke Erin. «The Romance of Work: Gender and Aspirational Labour in the Digital Culture Industries». *International Journal of Cultural Studies* 19, n.º 4 (1 de julio de 2016): 441-57. <https://doi.org/10.1177/1367877915572186>.
- i, Fikri Zul, Philip McCann, y Sierdjan Koster. «Creative Economy Policy in Developing Countries: The Case of Indonesia». *Urban Studies* 54, n.º 6 (1 de mayo de 2017): 1367-84. <https://doi.org/10.1177/0042098015620529>.
- gić, J., y R. Skikiewicz. «Measuring sustainable development - the creative economy perspective». *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* 26, n.º 7 (3 de octubre de 2019): 635-45. <https://doi.org/10.1080/13504509.2019.1651418>.
- ach, Carl. «Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice». *International Journal of Urban and Regional Research* 37, n.º 5 (2013): 1747-65. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2012.01165.x>.
- auskas, Tomas. «Creative Economy and the Idea of the Creative Society». *Transformations in Business & Economics* 19, n.º 1 (2020): 43-52. <https://vb.vgtu.lt/object/elaba:70530607/>.
- . «Creative Society: Concepts and Problems». *Cultura* 12, n.º 2 (1 de enero de 2015): 27-44. <https://doi.org/10.5840/cultura201512219>.
- . «Indices of Creative Economy: Critique of R. Florida's Creativity Indices». *Economics & Sociology* 11, n.º 4 (diciembre de 2018): 280-88. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-4/18>.
- . «Technologies in Creative Economy and Creative Society». *Technological and Economic Development of Economy* 21, n.º 6 (23 de noviembre de 2015): 855-68. <https://doi.org/10.3846/20294913.2015.1036325>.
- ng. «The Digital Transformation of Business Models in the Creative Industries: A Holistic Framework and Emerging Trends». *Technovation* 92-93 (abril de 2020): 102012. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>.
- sen, Ann, Gregory H. Wassall, Douglas DeNatale, y Randy Cohen. «Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches». *Economic Development Quarterly* 22, n.º 1 (1 de febrero de 2008): 24-45. <https://doi.org/10.1177/0891242407311862>.
- ton, Simon. «Contributing to the creative economy imaginary: universities and the creative sector». *Cultural Trends* 27, n.º 5 (20 de octubre de 2018): 327-38. <https://doi.org/10.1080/09548963.2018.1534575>.
- ta, Fernando Díaz, y María Luisa Lourés Seoane. «La ciudad postfordista: economía cultural y recualificación urbana». *Revista de Economía Crítica*, n.º 2 (2003): 105-21. <https://www.revistaeconomicacritica.org/index.php/rec/article/view/294>.
- rds, Greg. «Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends». *Journal of Hospitality and Tourism Management* 36 (septiembre de 2018): 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>.
- rdson, Lizzie. «Performing the Sharing Economy». *Geoforum* 67 (diciembre de 2015): 121-29. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>.
- n, Jaron. «Una economía cultural de la cultura». *PERIFÉRICA (15771172)- 2016, n. 17- pp. 93-102*, 2016. <https://rodin.uca.es/handle/10498/19970>.
- , Fiki Chikara, y Nabila As'ad. «Strategy of Entrepreneurship & Creative Economy Development through District Mapping in Bandung City». *Journal of Visual Art and Design* 10, n.º 2 (31 de diciembre de 2018): 93-100. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2018.10.2.1>.
- singer, Philip. «The creative economy: invention of a global orthodoxy». *Innovation: The European Journal of Social Science Research* 30, n.º 1 (2 de enero de 2017): 73-90. <https://doi.org/10.1080/13511610.2016.1201651>.
- Tae Kyung. «Application of Information Technology in Creative Economy: Manufacturing vs. Creative Industries». *Technological Forecasting and Social Change* 96 (julio de 2015): 111-20. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.002>.
- . «The Creative Economy in Global Competition». *Technological Forecasting and Social Change* 96 (julio de 2015): 89-91. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.003>.

Jaeyoung, Kim, y Simon Fraser. «Creative Economy of the Developmental State: A Case Study of South Korea's Creative Economy Initiatives». THE JOURNAL OF ARTS MANAGEMENT, LAW, AND SOCIETY, 2017. <https://www-tandfonline-com.bibliotecavirtual.uis.edu.co/doi/epdf/10.1080/10632921.2017.1377660?needAccess=true&role=button>.

r, Calvin. «Between Culture, Policy and Industry: Modalities of Intermediation in the Creative Economy». Regional Studies 49, n.o 3 (4 de marzo de 2015): 362-73. <https://doi.org/10.1080/00343404.2012.748981>.

Joachim. «Creative Cities and the Reflexivity of the Urban Creative Economy». European Urban and Regional Studies 24, n.o 1 (1 de enero de 2017): 21-34. <https://doi.org/10.1177/0969776415595105>.

on, Nick. «Social creativity: re-qualifying the creative economy». International Journal of Cultural Policy 16, n.o 3 (1 de agosto de 2010): 367-81. <https://doi.org/10.1080/10286630903111621>.

Universidad Industrial de Santander Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos Apreciación Producción II (Artes)							
<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 6 horas</b>					
		<b>HIP</b>					<b>HTI</b>
<b>Número de créditos:</b>	<b>2</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>		
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>	
		<b>2</b>			<b>1</b>		<b>3</b>
<b>Justificación</b>							
<p>La importancia de comprender la esencia y el valor artístico desde su historia y su proyección a futuro permitirá que los estudiantes obtengan las herramientas para apreciar e identificar el lenguaje y expresión del arte en sus diferentes facetas.</p> <p>La actividad académica de Apreciación - Producción II, sienta las bases fundamentales para comprender y abordar las artes desde una perspectiva integral. Durante esta etapa inicial de su formación, los estudiantes tendrán la oportunidad de familiarizarse con la terminología propia de las artes, analizar obras de referencia y entender su contexto histórico y cultural para desarrollar una apreciación más profunda y significativa, lo que resulta crucial al gestionar proyectos culturales y creativos relacionados con este campo.</p> <p>A su vez, esta experiencia temprana, busca que los estudiantes adquieran competencias técnicas enfocadas al arte y su expresión, fomentando su creatividad y capacidad de innovación. Los estudiantes estarán mejor preparados para enfrentar los retos y oportunidades que se presenten en su futuro desempeño profesional en este campo, comprometiéndose con la productividad y competitividad del sector.</p>							
<b>Propósito</b>							
<p>El propósito de esta actividad académica es la comprensión por parte de los estudiantes de la terminología y los conceptos generales de las artes junto con el aprecio y generación de valores artísticos y culturales en coherencia con las demandas del contexto regional, nacional y mundial.</p>							

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC16	Describe las principales corrientes artísticas a lo largo de la historia, sus características y su influencia en las manifestaciones artísticas contemporáneas visualizando el futuro de su ejercicio.	tMCE3
mCC17	Utiliza lenguaje apropiado para comunicar y expresar apreciaciones estéticas sobre obras y eventos.	
mCC18	Identifica los fundamentos teóricos y metodológicos de la semiología y sus principios en el análisis de signos, símbolos y significados en diferentes contextos culturales y comunicativos.	
mCC19	Reconoce técnicas de crítica y análisis estético en la apreciación de la cultura.	
mCC20	Contrasta las diferentes expresiones artísticas, desarrollando la sensibilidad estética y la capacidad de reflexionar sobre la importancia del arte en la sociedad.	
mCA22	Valora la calidad artística y estética de diversas expresiones culturales y creativas.	
mCP21	Examina recursos técnicos y humanos generales para la producción y gestión de espacios, eventos y espectáculos.	
mGCA145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	MGC2
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7



## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos Conceptuales:**

1. Naturaleza y alcance de la antropología
2. ¿De qué hablamos cuando hablamos de arte?
3. Un animal llamado hombre Romanticismo y otros naturalismos
4. El problema de la síntesis
5. Hombre y sociedad
6. Una ficción llamada hombre
7. Evolución e historia
8. Transformación, progreso y finalidad
9. Introducción a los recursos técnicos y humanos para la producción artística y cultural.
10. Importancia de la colaboración en el ámbito artístico y cultural.
11. Ética de la crítica y su impacto en la comunidad artística.

### **Contenidos Procedimentales:**

1. Antropología física y antropología cultural
2. El hombre que piensa, el que fabrica, el hombre que comunica
3. El hombre que habla, el hombre simbólico Hombre y Cultura
4. Hombre Arte y sociedad
5. Escritura de reseñas y ensayos críticos sobre eventos y exposiciones artísticas
6. Investigación y presentación de proyectos artísticos relevantes

### **Contenidos Actitudinales:**

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Apreciación y respeto por la diversidad musical: Valorar y comprender la riqueza y variedad de la música en sus diferentes formas y estilos.
3. Creatividad e innovación: Estimular la creatividad y la búsqueda de nuevas ideas y enfoques en la apreciación y producción musical.
4. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
5. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.
6. Sensibilidad artística: Fomentar una actitud sensible y reflexiva hacia la música como una forma de expresión artística y cultural.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

- Línea de tiempo: Con el fin de que los estudiantes ordenen una secuencia de eventos o de hitos sobre un tema, con el fin de visualizar con claridad la relación temporal entre ellos.
- Clase magistral: Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.
- Aula invertida: los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves con los contenidos y bibliografía que le da el profesor. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.
- Salidas de campo: Organizar visitas a estudios de grabación, conciertos o eventos culturales relacionados con la música, para enriquecer la experiencia de aprendizaje y conectar con el entorno profesional.
- Historietas: Comprometer a los estudiantes con su proceso de aprendizaje y desarrollar su espíritu crítico frente a situaciones del contexto, por medio de la elaboración de un guiórn gráfico que a través de la narrativa secuencial de historias, combine lectura, escritura y creación de imágenes.
- Trabajo colaborativo: Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante.
- Debates: Los debates pretenden forjar competencia para los estudiantes dentro de la comunicación oral y escrita, dado que allí se debe evidenciar la oratoria, modo de expresión, entonación y por supuesto mostrar una postura clara y respetuosa sobre la situación problema.
- Foros: Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento
- Mapa Conceptual: Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.
- Informes: Integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales en un documento que dé cuenta de lo aprendido en un tema o el total del curso.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC16	Identificar y describir áreas de estudio dentro de la antropología y su aplicación en la comprensión de la cultura humana.	10%	Taller
mCC20	Comparar y contrastar las características y enfoques del Romanticismo y el Naturalismo en un ensayo escrito.	10%	Ensayo
mCC18	Cómo la cultura influye en la percepción y las interacciones sociales.	10%	Foro Moodle y presencial
mCC20	Identificar cómo la evolución biológica ha influido en la evolución cultural de las sociedades.	10%	Línea de tiempo
mCP21	Puesta en común de recursos técnicos y recursos humanos involucrados en la producción artística.	20%	Exposiciones
mCC19	Identificar cómo el pensamiento, la creación y la comunicación se manifiestan en diferentes expresiones culturales.	10%	Trabajo Colaborativo
mCC17 mCA22	Producir una reseña escrita palabras sobre una exposición artística, que incluya análisis crítico y evaluación estética.	20%	Reseña
mGCA145 mGCA166	Participar en actividades grupales, evidenciando cooperación y comunicación efectiva a través de la retroalimentación de los compañeros de equipo.	10%	Trabajo Colaborativo
<p>● <b>Equivalencia cuantitativa</b>  Taller: 10%  Ensayo: 10%  Foro: 10%  Línea de Tiempo: 10%  Exposiciones: 20%  Trabajo Colaborativo: 20%  Reseña: 20%</p>			
<b>Bibliografía</b>			
<p>BEALS Ralph L. y HOIJER, Harry. Introducción a la Antropología. Ed. Aguilar Juan Bravo. Madrid (España)  CASSIRER, Ernst. Las ciencias de la Cultura. F.C.E. México  FOUCAULT, Michel. Las palabras y las cosas.  GARCÍA Canclini Néstor. La producción Simbólica. Siglo XXI. Ed. México  STRAUSS-LÉVI, Claude, Tristes trópicos. Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1972.  LEWIN, Roger. Evolución Humana. Biblioteca Científica Salvat. 1978, Salvat Editores.  LAVIOSA, Pía. Origen y Destino de la cultura occidental. Madrid. Ediciones Guadarrama, 1959.  POPPER, ADORNO, DAHRENDORF, HABBERMAS. La lógica de las Ciencias Sociales. Editorial Grijalbo, México.  SCHELER Max. La idea del hombre y la historia. Editorial La Pléyade, Buenos Aires, 1980.  EMBER Carol, EMBER Melvin, Antropología Cultural. Instituto Universitario de Sociología de Nuevas Tecnologías, Universidad Autónoma de Madrid, Prentice Hall. Madrid, 1997.</p>			

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos</b>							
Lengua extranjera I: Inglés							
Código:	Intensidad horaria semanal: 6 horas						
	HIP						HTI
Número de créditos:	2	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	Certificación de nivel de competencia A1.	En físico	En línea		En físico	En línea	
						4	
<b>Justificación</b>							
<p>En concordancia con la misión de la Universidad Industrial de Santander y el Modelo Pedagógico Institucional, se consolida la intención de internacionalizar la propuesta curricular, lo que implica necesariamente el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales que habiliten a los miembros de la comunidad para relacionarse e interactuar con sus pares a nivel mundial. Así, se define el plurilingüismo y la multiculturalidad como una oportunidad formativa que contribuye a la consolidación de la visión institucional, desde el componente de formación integral de una comunidad que se construye permanentemente con una actitud de apertura al saber universal, a la colaboración académica internacional y a la ubicación de nuestra identidad nacional en el contexto social y cultural de la aldea global.</p> <p>En consecuencia, la Universidad Industrial de Santander define que, para obtener el grado, los estudiantes de programas de nivel profesional tendrán que alcanzar un nivel superior a B1 en inglés según el Marco Común Europeo de Referencia. Para lograrlo, podrán matricular tres (3) cursos de dos (2) créditos académicos cada uno, ofrecidos por la Universidad, hasta que haya cumplido con el 60% de los créditos académicos definidos en su plan de estudio o validar el nivel de lengua, mediante prueba estandarizada. Una vez el estudiante demuestra que alcanzó el nivel B1, tendrá la oportunidad de realizar un curso que eleve su nivel de competencia a B1+, equivalente a dos (2) créditos académicos, que harán parte del 40% de créditos académicos restantes en su plan de estudio. Al final, el estudiante presentará la prueba de certificación de competencia de nivel B1+, cuyo resultado constituye evidencia de cumplimiento del requisito de egreso.</p> <p>La actividad académica de Lengua Extranjera I: inglés está estructurada según el Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas y está encaminada a contribuir con el desarrollo de las habilidades comunicativas e interculturales del estudiante que lo orientarán hacia la satisfacción de necesidades de tipo concreto por medio del uso de preguntas y la creación de respuestas sobre información cotidiana, personal propia y de otros. Así como la descripción muy sencilla de experiencias vividas en el presente, pasado y futuro de una manera pausada y simple siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar y a reconocer las diferencias culturales y de opinión.</p>							
<b>Propósito</b>							
<p>A través de esta actividad académica se ofrecerán a los estudiantes espacios y experiencias para la interacción y el intercambio de opiniones frente a situaciones personales y de su interés haciendo uso de un lenguaje sencillo e implementando estrategias de trabajo autónomo o colaborativo, con la ayuda de herramientas tecnológicas que facilitarán el acceso al conocimiento.</p>							

**Micro competencias a desarrollar**

<b>Micro competencias (mC)</b>		<b>ID MC asociadas a las mC</b>
<b>ID mC</b>	<b>mC</b>	
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	MGC6
mGCP162	Interactúa en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina, utilizando el idioma inglés	
mGCP163	Produce textos coherentes en inglés sobre temas que son de interés personal y general.	

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Comunicativos pragmáticos:

- ✓ Narrar y hacer referencias simples al pasado usando “was/were”.
- ✓ Describir un evento pasado.
- ✓ Describir actividades que están sucediendo en el momento de hablar.
- ✓ Intercambiar información sobre su rutina en el trabajo y en su tiempo libre.
- ✓ Expresar preferencias en relación con temas familiares.
- ✓ Describir a una persona (ej. apariencia).
- ✓ Comparar cosas, personas o lugares.
- ✓ Describir objetos, posesiones o productos cotidianos comunes.
- ✓ Responder a sugerencias para hacer algo.
- ✓ Describir eventos, planes e intenciones futuras.
- ✓ Describir los deberes de alguien.
- ✓ Responder preguntas simples sobre su vida y experiencias.

### Comunicativos (lingüísticos-gramaticales):

- ✓ Past simple Be, positive regular and irregular verbs.
- ✓ Past simple: negative form, question form
- ✓ Present continuous
- ✓ Revision of present simple
- ✓ Frequency phrases.
- ✓ Present simple vs. continuous
- ✓ Question words
- ✓ Comparative adjectives
- ✓ Superlative adjectives
- ✓ Going to for future intentions.
- ✓ Would like to and want to for future and wishes.
- ✓ may, might, will definitely.
- ✓ Have to/don't have

### Comunicativos (lingüísticos-lexicales)

- ✓ Leisure activities
- ✓ Daily routines.
- ✓ Jobs.
- ✓ Adjectives to describe objects, feelings, places.
- ✓ Prepositions for directions and location.
- ✓ Past time phrases.
- ✓ Shops and services
- ✓ School and university.
- ✓ Clothes.
- ✓ Physical appearance.
- ✓ Personality.
- ✓ Parts of the body.

### Socioculturales

- ✓ Entertainment.
- ✓ Shopping around the world (On-line shopping).
- ✓ Festivals.
- ✓ Suitable jobs (virtual jobs).
- ✓ Telephoning and texting messages.
- ✓ Video calls
- ✓ A website profile.
- ✓ Technology for communication

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La metodología abarca el enfoque comunicativo de amplio espectro apoyado con el aprendizaje por tareas y basado en proyectos; armoniza con la mediación tecnológica y fortalece los principios de autonomía y de trabajo cooperativo.

#### ▪ Estrategias de Enseñanza

- ✓ Actividades de interacción estudiante-estudiante y estudiante-profesor en contextos significativos, orientadas al desarrollo de la habilidad oral comprensiva y productiva.
- ✓ Práctica guiada mediante la realización de actividades previstas en el libro texto o adaptadas de otros textos.
- ✓ Actividades que permitan al estudiante expresar su perspectiva sobre su propia cultura y otras.
- ✓ Implementación de recursos digitales relacionados con temas de clase.
- ✓ Ejercicios de comprensión de material auténtico y didáctico para el desarrollo de las habilidades de comprensión.
- ✓ Ejercicios de producción de textos orales y escritos de situaciones significativas orientadas al desarrollo de las habilidades productivas del idioma.
- ✓ Ejercicios de consolidación de vocabulario y estructuras gramaticales para el desarrollo de las habilidades comprensivas y productivas del idioma.
- ✓ Utilización de conocimientos previos, experiencias, actitudes y creencias, que ayudan a hacer la nueva información más significativa.
- ✓ Actividades que involucren el uso de la tecnología como medio de enseñanza, comunicación, desarrollo de la creatividad y del aprendizaje autónomo.

#### ▪ Estrategias de Aprendizaje

De producción: ✓ Lectura en voz alta. ✓ Presentaciones orales con base en notas o ayudas visuales. ✓ Participación espontánea. ✓ Ejercicios de repetición y juegos de pronunciación. ✓ Representación de un rol en una conversación ensayada con anterioridad ✓ Composición de párrafos cortos. ✓ Creación de carteles para exponer. ✓ Grabación de su propio registro de voz.

De Comprensión: ✓ Escuchar material elaborado o real. ✓ Seguir una conversación basada en temas familiares. ✓ Seguir instrucciones. ✓ Ver material audiovisual que permita la reflexión sobre el componente cultural ✓ Lectura de orientación general, lectura orientada a detectar información específica, lectura de información, lectura de instrucciones, lectura de entretenimiento, lectura orientada a la reflexión.

### Evaluación del aprendizaje

La evaluación es una acción permanente que tiene como propósito apreciar, valorar para emitir juicios críticos sobre el proceso formativo de los estudiantes o sobre los procesos pedagógicos o administrativos, así como sobre los resultados de éstos con el propósito de definir planes que favorezcan el logro de las metas formativas (perfil de egreso, resultados de aprendizaje, macro competencias y micro competencias) y el mejoramiento continuo de la calidad de los procesos. La evaluación ha de ser un proceso reflexivo, crítico y permanente que debe aportar información para conocer, comprender y transformar la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación.

Es importante que en el proceso de evaluación se utilicen diversas estrategias e instrumentos, se favorezca el reconocimiento de sí mismo y de los otros, se obtenga información para la **realimentación** y el mejoramiento continuo del proceso educativo. La evaluación del aprendizaje tiene en cuenta la **evaluación diagnóstica, la formativa y la sumativa. La evaluación exige la recolección de evidencias suficientes que permitan medir, explicar y valorar el proceso de aprendizaje de cada estudiante.**

En el diseño del sistema de evaluación se deben incluir los indicadores de aprendizaje, las estrategias de evaluación y la equivalencia cuantitativa.

- **Indicadores de aprendizaje**

Son las acciones observables que permitirán evidenciar durante el desarrollo del curso el nivel de aprendizaje alcanzado por los estudiantes en relación con los objetivos de aprendizaje o las competencias formuladas según el caso.

- **Estrategias de evaluación**

Indique la forma en que se valorará el nivel de aprendizaje de los estudiantes. Pueden utilizarse estrategias como el estudio de casos, la resolución de problemas, el desarrollo de proyectos, la lectura y composición de textos, el trabajo colaborativo, las intervenciones en el aula, los textos, los artículos, ensayos, etc.

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCC161 mGCPI62 mGCPI63	Intercambiar información relevante en conversaciones sencilla sobre hobbies e intereses. Hacer y responder a las sugerencias que le hacen utilizando expresiones fijas sencillas. Escribir textos descriptivos cortos (4-6 oraciones) sobre temas personales (ej. familia, posesiones), siguiendo un modelo. Hacer referencias sencillas al pasado usando el verbo ser o estar. Describir, de manera breve, actividades o eventos que están ocurriendo en el momento de hablar. Utilizar un lenguaje sencillo y limitado para realizar comparaciones entre objetos, personas o lugares. Expresar sus intenciones para el futuro al describir eventos y planes con lenguaje sencillo. Hablar sobre experiencias en su vida construyendo discursos breves y sencillos. Desarrollar las actividades propuestas en los espacios virtuales a través de las herramientas tecnológicas disponibles	A	Classwork, Quizzes, Examen

- **Equivalencia cuantitativa**

Classwork: 33%

Quizzes: 33%

Examen: 33%



### Bibliografía

- CUNNINGHAM, S. & MOOR, P. Cutting Edge Elementary Third Edition. Longman. Harlow, UK, 2013.
- Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas [en línea]. [Strasbourg: Consejo de Europa], 2001. <http://es.wikipedia.org/wiki/Marco-com%C3%BAn-europeo-de-referencia-para-las-lenguas> [Consulta: 20 febrero 2017].
- Global Scale of English. Teachers' tool kit learning objectives. 2018. Recuperado de: <https://www.pearson.com/english/about/gse.html>.
- Soars, J. & Soars, L (2003) New Headway Intermediate Third Edition. Oxford. New York, USA. Other Language Series available at the Resource Center of the Institute.

#### Listening

- <http://esl.about.com/blgrammar.htm>
- <http://www.npr.org>
- [www.esl-lab.com](http://www.esl-lab.com)
- <http://www.learnoutloud.com/Podcast-Directory/History/Speeches/Yale-University-Podcast/22915>
- [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- <http://home.earthlink.net/~eslstudent/listen/easy.html>

#### Reading

- [www.thesaurus.com](http://www.thesaurus.com)
- <http://www.esl-lounge.com/student/reading/3r1-learn-english-reading.php>
- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

#### Writing

- [owl.english.purdue.edu](http://owl.english.purdue.edu)
- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

#### Pronunciation

- <http://international.ouc.bc.ca/pronunciation>
- <http://www.fonetiks.org>

#### Grammar

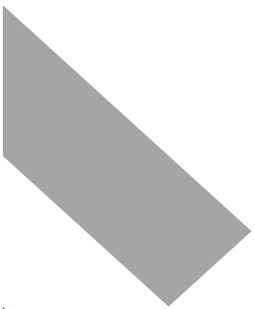
- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)
- <http://iteslj.org/quizzes>
- [www.eslgames.com](http://www.eslgames.com)
- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)
- [www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm](http://www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm)
- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)
- [www.manythings.org](http://www.manythings.org)

#### Vocabulary

- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)
- <http://iteslj.org/quizzes>
- [www.learn-english-today.com/idioms/idioms\\_proverbs.html](http://www.learn-english-today.com/idioms/idioms_proverbs.html)
- [www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures](http://www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures)



## TERCER SEMESTRE



Universidad Industrial de Santander							
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos							
Probabilidad y Estadística							
Código:		Intensidad horaria semanal: 12					HTI
		HIP					
Número de créditos:	4	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea	8
		3			I		
Justificación							
<p>El cambio permanente del entorno empresarial hace de los procesos de medición una necesidad generalizada en el desempeño profesional y el análisis de los datos es fundamental para estar bien informado. El profesional no puede ser ajeno al valor que posee el estudio de la estadística para estar en el nivel que le corresponde dentro de las organizaciones.</p> <p>Además, la estadística, permite el control de los procesos, la indagación sobre los mercados objetivo y la medición del desempeño, junto a un sin número de aplicaciones que requieren herramientas lógicas para soportar las deducciones y realizar contrastes.</p> <p>En el campo de los pronósticos y la optimización de variables de decisión la estadística contribuye en la determinación de la incertidumbre que conlleva a la medición del riesgo en la consecución de objetivos a mediano, corto y largo plazo.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de esta actividad académica es proporcionar a los estudiantes una base sólida en los conceptos y herramientas fundamentales de la probabilidad y la estadística. Se busca desarrollar en los estudiantes habilidades para comprender y analizar datos, y para tomar decisiones informadas basadas en evidencia numérica. Se espera que, al finalizar el curso, los estudiantes sean capaces de comprender los conceptos de probabilidad y aplicarlos en la resolución de problemas, utilizar técnicas de muestreo y estimación para obtener conclusiones válidas a partir de datos, aplicar métodos estadísticos para analizar la variabilidad y las relaciones entre variables, interpretar resultados estadísticos de manera crítica y comunicar hallazgos de manera efectiva. Además, se busca fomentar una actitud ética en el uso de datos y promover el pensamiento crítico y analítico en la toma de decisiones basadas en información cuantitativa.</p>							
Micro competencias a desarrollar							
ID mC	Micro competencias (mC)					ID MC asociadas a las mC	
mCC41	Define el significado de estadística descriptiva e inferencial y los términos estadísticos básicos; muestra, población, parámetro, estimación.					tMCE5	
mCC42	Reconoce la importancia del diseño muestral y su papel en la validez de los resultados, así como los tipos de variables, estructuras de datos y escalas de medición.						
mCC43	Reconoce las propiedades de las distribuciones de probabilidad más importantes para variables continuas y discretas estimando su valor esperado.						
mCC55	Interpreta información de una población o muestra con base en estadísticas descriptivas básicas en forma útil utilizando gráficos y tablas.						
mCP56	Realiza pruebas de hipótesis y prueba diferencias de medias entre dos y más muestras.						
mGCP154	Interpreta información presentada en gráficas, tablas y esquemas y, a partir de ella, hace inferencias utilizando cálculos cuantitativos.					MGC3	
mGCC156	Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica de manera ética y responsable.					MGC4	

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. Introducción a la estadística, campos de aplicación, fuentes de información y métodos de recolección de datos. Relación muestra-población.
2. Breve introducción al muestreo.
3. Variables. Tipos de variables. Estructura de datos. Escalas de medición.
4. Descripción de una población o muestra con base en estadísticas descriptivas básicas, tablas y gráficos.

#### Contenidos procedimentales:

1. Medidas descriptivas: medidas de tendencia central, de posición, de dispersión de forma y apuntamiento.
2. Distribuciones de frecuencias, gráficos estadísticos y representaciones tabulares.
3. Definiciones de experimento, espacio muestral, evento simple y compuesto dependientes e independientes. Interpretación de las probabilidades.
4. Cálculo básico de Probabilidades.
5. Variables Aleatorias: Definición de función de probabilidad y función de distribución acumulada. Distribuciones de probabilidad discretas y continuas. Distribuciones muestrales.
6. Valor esperado y varianza. Distribución de la media muestras, Teorema del límite central.
7. Estimación puntual y por intervalo.
8. Nivel de significancia. Tipos de error. Potencias de pruebas y tamaños de muestra.
9. Prueba de Hipótesis de una y dos muestras.

#### Contenidos actitudinales:

1. Valora el papel de la estadística en las ciencias económicas y administrativas.
2. Internaliza el concepto de probabilidad y sus propiedades.
3. Reflexiona sobre la importancia de distinguir diferentes distribuciones de probabilidad.
4. Internaliza la ventaja de inferir a partir de muestras.

#### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Esta actividad académica estará orientada a través de un enfoque de resolución de problemas y atendiendo a las nuevas tendencias en Educación estadística. Estos dos componentes serán tenidos en cuenta en la planeación de las diferentes actividades previstas a desarrollar como son: clase magistral, exposiciones de los estudiantes, solución de talleres, prácticas con software especializado y recursos electrónicos disponibles en Internet, elaboración de al menos un proyecto que involucre el trabajo con datos reales que deberán ser obtenidos experimentalmente o vía simulación, revisión de artículos científicos y material bibliográfico seleccionado.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC41	Dada una muestra de datos, realizar un análisis descriptivo de ésta.	30%	Exposición Oral e informe escrito
mCC41	Analiza e interpreta información cuantitativa presente en los medios de comunicación, documentos oficiales, artículos y reportes de investigación.	25%	Taller grupal
mCC43	Resuelve problemas que involucran cálculo de probabilidades y el uso de los elementos de probabilidad estudiados.	15%	Quiz
mCP56	Calcula e interpreta intervalos de confianza.		
mCC42	Desarrolla procedimientos de prueba de hipótesis con y sin ayuda de software, formula las conclusiones en términos del contexto de trabajo.	30%	Aprendizaje Basado en Proyectos
mGCC156	Formula preguntas de investigación (según su nivel) y determina el método de recolección de datos y la técnica de análisis más apropiada.		

- **Equivalencia cuantitativa**

Exposición oral e informe escrito: 30%

Taller Grupal: 25%

Quices: 15%

Aprendizaje Basado en Proyectos: 30%

#### Bibliografía

Anderson, D.R, Sweeney, D.J., Williams, T.A., Camn, J.D., Cochran, J.J. Estadística para negocios y economía. Cengage, 12ª edición. México. 2016.

Guerrero, V.M. Estadística básica para estudiantes de economía y otras ciencias sociales. 2a edición. Fondo de cultura económica de España. 2000.

Webster, A. Estadística aplicada a los negocios y la economía. McGraw-Hill. 3ra edición. Colombia. 2000.

Moore, D., Notz, W.I., Flinger, M.A. Essential Statistics. 2a Edition 2013.

Canavos, G.C. Probabilidad y Estadística. Editorial McGraw-Hill, 1994.

Mendenhall, W. Beaver, R.J., Beaver., B.M. Introducción a la estadística y la probabilidad. Cengage, 13ª edición. México. 2010.

**Universidad Industrial de Santander**  
**Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos**

**Creatividad**

<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 6 horas</b>					
		<b>HIP</b>				<b>HTI</b>	
<b>Número de créditos:</b>	<b>2</b>	<b>Teóricas</b>		<b>Prácticas</b>			
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>	
		<b>2</b>			<b>1</b>		<b>3</b>

**Justificación**

La inclusión de la creatividad responde a la necesidad fundamental de fomentar y cultivar habilidades cognitivas y habilidades prácticas esenciales en la formación integral de los estudiantes. En la actualidad, el entorno laboral y social demanda individuos capaces de abordar desafíos de manera innovadora y de proponer soluciones originales a problemas complejos. Se ha de tener en cuentas que la creatividad es una competencia transversal y que tiene un impacto significativo en la vida personal y profesional de los estudiantes.

Se debe reconocer también que esta habilidad no es innata ni estática, sino que puede ser desarrollada por medio de métodos y técnicas específicas. El proceso creativo implica la capacidad de conectar ideas, generar nuevas perspectivas y pensar de manera divergente, lo que a su vez contribuye al desarrollo de la flexibilidad mental, la capacidad de resolución de problemas y la adaptabilidad en el entorno. Asimismo, el enfoque en la creatividad contribuye a la formación de individuos con mentalidades más abiertas, críticas y proactivas, elementos esenciales para el éxito profesional.

**Propósito**

El propósito de esta actividad académica es desarrollar en los estudiantes la capacidad de comprender y aplicar el concepto de creatividad en el contexto de la economía cultural y creativa, entendiendo que la creatividad es el origen de la innovación y el emprendimiento. Una persona creativa desarrolla y perfecciona habilidades a lo largo de la vida que le permiten generar posibles innovaciones a nivel profesional. A través de este curso, se busca explorar las diversas dimensiones de la creatividad y su relación con la generación de ideas innovadoras, la resolución de problemas y la creación de valor en el ámbito cultural y creativo. Los estudiantes adquirirán herramientas teóricas y prácticas para estimular su pensamiento creativo, fomentando la exploración de nuevas formas de expresión y la generación de proyectos originales y viables. Al finalizar el curso, los estudiantes estarán en capacidad de identificar y aplicar estrategias y técnicas de creatividad en diferentes contextos.

**Micro competencias a desarrollar**

<b>Micro competencias (mC)</b>		<b>ID MC asociadas a las mC</b>
<b>ID mC</b>	<b>mC</b>	
mCC30	Reconoce el concepto de creatividad y su relación con el diseño, la innovación y el emprendimiento.	tMCE3
mCC31	Infiere que la creatividad es el origen de la innovación y el emprendimiento y busca promover el desarrollo de las organizaciones y del entorno.	
mCP51	Aplica técnicas y Herramientas para desarrollar el potencial creativo en su entorno.	
mCP52	Elabora un plan de acción para el sector creativo y cultural utilizando los pasos de la solución creativa de problemas en beneficio de su entorno.	
mGCC146	Comprende una situación desde otras perspectivas y se pone mentalmente en los zapatos de los demás	MGC2
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. El concepto de creatividad y su relación con el diseño, la innovación y el emprendimiento.
2. Características de una persona creativa.
3. La necesidad de promover la creatividad como base para su vida personal.
4. Interpretación de la creatividad desde la perspectiva de la persona, el proceso, el producto y el clima creativo.
5. Dimensiones de un clima creativo.

#### Contenidos procedimentales:

1. Aplicación de las 4 reglas del pensamiento divergente: aplazar la crítica, esforzarse por la cantidad, buscar ideas descabelladas, y construir sobre las ideas de los otros.
2. Aplicación de los principios del pensamiento convergente.
3. Reconocimiento de la importancia de separar la parte divergente de la convergente, en la solución creativa de problemas.
4. Aplicación de los pasos del modelo FourSight para el proceso creativo: Clarificar, Idear, Desarrollar e Implementar.
5. Interpretación de los beneficios de la atención consciente (mindfulness) en el fomento de la creatividad.
6. Aplicación de la herramienta SCAMPER para mejorar un producto, servicio o proceso: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Proponer, Eliminar, Reordenar.
7. Aplicación de la técnica de lluvia de ideas (brainstorming) como herramienta para el fomento de la creatividad. Identificación de los beneficios de la evaluación de experiencias (debriefing) en la evaluación de un proceso creativo.
8. Evaluación de las fortalezas de una idea o prototipo aplicando la técnica POINT / PPCO (Pluses, Potentials, Concerns, and Overcoming).
9. Evaluación la creatividad de una idea o producto, aplicando criterios para la evaluación de un producto creativo.

#### Contenidos actitudinales:

1. Aprecia diferentes preferencias creativas
2. Reconoce las barreras que afectan su creatividad
3. Permite que sus compañeros generen ideas aplazando el juicio.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Las estrategias para esta actividad académica son:

Debates: en los que el estudiante expone sus inquietudes y plantea sus puntos de vista con relación a un tema abordado desde el visionado de un video, la realización de un taller, o el estudio del material recomendado por el profesor.

Evaluación de experiencias, en donde estudiantes y docentes tienen la oportunidad de socializar y discutir sus experiencias con respecto a una actividad en la que han participado previamente o team teaching con un invitado a la clase.

Brainstorming.

Creación de mapas mentales.

Construcción de portafolio: Bitácora de actividades.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC30	Concepto de creatividad y habilidades de una persona creativa.	20%	Mapas mentales
mCC31	Fundamentos y definiciones: Los principales ingredientes para la creatividad.	10%	Resolución de Problemas
mCP51 mGCC146	El clima creativo: Creación de un ambiente seguro a través del pensamiento divergente y convergente.	25%	Trabajo Colaborativo en el aula
mCP51	El proceso creativo: Clarificar, idear, desarrollar, implementar	20%	Portafolio 1 y 2
mCP52 mGCA166	El Producto Creativo: Creación de Portafolio	25%	

- **Equivalencia cuantitativa**

Mapas Mentales: 20%

Resolución de Problemas: 10%

Trabajo Colaborativo: 25%

Portafolio 1: 20%

Portafolio 2: 25%

### Bibliografía

Burnet, B (2017). Designing your life : how to build a well-lived, joyful life. New York : Alfred A. Knop. - Puccio, G (2012). Creativity Rising: Creative Thinking and Creative Problem Solving (CPS) in the 21st Century. Buffalo : ICSC Press. - Davis, G. (2004) Creativity is forever. Dubuque, Iowa Kendall/Hunt.  
Latorre-Coscolluela, C., Vázquez-Toledo, S., Rodríguez-Martínez, A., & Liesa-Orús, M. (2020). Design Thinking: creatividad y pensamiento crítico en la universidad. Revista electrónica de investigación educativa, 22.



Universidad Industrial de Santander								
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos								
Costos y Presupuestos								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas						H T I
		HIP						
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	Gestión Contable	En físico	En línea			En físico		En línea
				4				
Justificación								
<p>Los costos y presupuestos desempeñan un papel fundamental en el contexto empresarial, al servir como una herramienta crucial para la gestión, con una perspectiva orientada hacia el futuro en cuanto a la óptima utilización de los recursos financieros, humanos y tecnológicos de las organizaciones y sus proyectos. Su eficaz aplicación se refleja en los estados financieros, los cuales reflejan las elecciones realizadas por la administración con relación a políticas de producción, fijación de precios, proveedores, personal, activos físicos y selección de materiales, entre otros aspectos.</p> <p>En un contexto globalizado, las empresas demandan de los nuevos profesionales una mayor sensibilización en cuanto a la administración eficiente de los recursos financieros disponibles en ellas. Es por esto que, al familiarizarse con los conceptos asociados a diversas teorías de costos y presupuestos, los estudiantes se preparan adecuadamente para enfrentar estos desafíos en el entorno empresarial actual.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica recae en la necesidad de que los estudiantes comprendan los costos y presupuestos lo cual le permitirá obtener los elementos de valor para elaborar y llevar a cabo la planeación y control en términos de políticas de producción, precios, proveedores, personal, plata física, selección de materiales (entre otros) en el sector cultural y creativo.</p>								
Micro competencias a desarrollar								
Micro competencias (mC)							ID MC asociadas a las mC	
ID mC	mC							
mCC47	Interpreta estados financieros y reportes de gestión para evaluar el desempeño económico de proyectos culturales y creativos y tomar decisiones informadas.						tMCE8	
mCC48	Reconoce presupuestos detallados y realistas para proyectos culturales y creativos, teniendo en cuenta los costos involucrados y los recursos disponibles.							
mCP60	Estima los costos directos e indirectos de proyectos culturales y creativos, considerando factores como materiales, personal, logística y promoción.							
mCP61	Utiliza herramientas tecnológicas y técnicas de análisis de costos, como el punto de equilibrio, el análisis de rentabilidad, el análisis de sensibilidad y los estados financieros proyectados, para evaluar la viabilidad económica de proyectos culturales y creativos.							
mGCPI 54	Interpreta información presentada en gráficas, tablas y esquemas y, a partir de ella, hace inferencias utilizando cálculos cuantitativos.						MGC3	
mGCPI 55	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.						MGC4	
mGCAI 66	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.						MGC7	

## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos conceptuales:**

1. Definición de contabilidad administrativa
2. Importancia de la contabilidad Administrativa en la planeación, control y la toma de decisiones
3. Definición de costos
4. Naturaleza y clasificación de los costos
5. Elementos del costo: Materia prima, Mano de obra, Costos indirectos de fabricación – CIF.
6. Objetivos del Costeo
7. Ventajas y desventajas de los presupuestos
8. Tipos de presupuestos
9. Control y seguimiento del presupuesto

### **Contenidos procedimentales:**

1. Selección de métodos para calcular el costo de un producto.
2. Cálculo del precio de venta de un producto.
3. Casos de estudio en el sector cultural y creativo
4. Definición y determinación del punto de equilibrio
5. Planeación de utilidades a partir del punto de equilibrio
6. Análisis del punto equilibrio para varias líneas
7. Toma de decisiones basadas en el punto de equilibrio
8. Planeación estratégica de costos
9. Concepto de presupuesto
10. Identificación de costos relevantes para la toma de decisiones
11. Elaboración de presupuesto maestro, financiero y operativo
12. Decisiones según el costo volumen utilidad
13. Evaluación de datos: Comprar o fabricar
14. Estimaciones en los estados financieros

### **Contenidos actitudinales:**

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
3. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Clase magistral: Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

Aula invertida: El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

Trabajo colaborativo: Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante, proponiendo un trabajo de aplicación sobre los contenidos del curso.

Foros: Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento utilizando la plataforma Moodle de manera asincrónica para luego expresar de forma oral en clase sus conclusiones.

Mapa Conceptual: Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.

Informes: Integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales en un documento que dé cuenta de lo aprendido del total del curso

Uso de Google Colab para la aplicación de código arbitrario de Python en casos específicos como punto de equilibrio.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mC C47	Introducción a la contabilidad de costos y presupuestos: la planeación y el control de las operaciones de una organización.	25%	Aula Inversa y Foro asincrónico y sincrónico
mC C48	Uso de la terminología de costos: la terminología de costos para comunicar de manera efectiva en contextos empresariales.		
mC P60	Cálculo del costo de productos: métodos y técnicas adecuadas para calcular los costos de productos y servicios en el contexto cultural y creativo.	25%	Trabajo Colaborativo
mC P60	El punto de equilibrio: el punto de equilibrio influye en las decisiones de producción y ventas de una organización.		
mC P60	Los costos y presupuestos en la planeación y el control: la contabilidad en la anticipación de problemas y la toma de decisiones oportunas sobre costos y presupuestos.		
mC P60	Decisiones administrativas basadas en costos y presupuestos: alternativas de decisiones gerenciales basadas en el análisis de costos	20%	Estudio de Caso
mC P61	Simulación de decisiones administrativas en equipos de trabajo basadas en el uso de costos con google colab	30%	Uso de Plataforma en Línea

• **Equivalencia cuantitativa**

Aula Inversa y foro: 25%

Trabajo colaborativo: 25%

Estudio de caso: 20%

Simulación: 30%

### Bibliografía

Ramírez Padilla, D. N. (2018). Contabilidad administrativa: un enfoque estratégico para la competitividad.  
 Rincón, C., & Villarreal Vásquez, F. (2010). Costos, decisiones empresariales.  
 Laporta, R. (2016). Costos y gestión empresarial: Incluye costos con ERP. Ecoe Ediciones.  
 Castelblanco, O. (2019). Costos empresariales: Manejo financiero y gerencial. Ecoe Ediciones.  
 Berrío, D., & Castrillón, J. (2008). Costos para gerenciar organizaciones manufactureras (2a ed.).  
 Universidad del Norte.  
 Cuevas Villegas, C. F. (2010). Contabilidad de costos: enfoque gerencial y de gestión. Pearson Educación.  
 McGraw-Hill. <http://www.ebooks7-24.com.aure.unab.edu.co/?il=6254>  
 Sinisterra Valencia, G. (2006). Contabilidad de costos. Ecoe Ediciones.  
 Sinisterra Valencia, G., & Rincón Soto, C. (2017). Contabilidad de costos: con aproximación a las normas internacionales (2a ed.). Ecoe Ediciones.  
 Horngren, C. T., Rajan, M. V., Datar, S. M. (2012). Contabilidad de costos: un enfoque gerencial. Pearson Educación.

Universidad Industrial de Santander								
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos								
Política Pública								
Código:	Intensidad horaria semanal: 9 horas							
Número de créditos:	3	HIP					HT I	
	Teóricas			Prácticas				
	Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas		
En físico	En línea	En físico		En línea				
Requisitos:	Economía de la Cultura						5	
	4							
Justificación								
<p>La labor académica en el campo de las políticas públicas se fundamenta en la comprensión de la economía como un sistema dinámico, compuesto por interacciones entre diversos agentes que participan en el mercado. Estas interacciones pueden ser comprendidas a través de diversos fenómenos que impactan en diferentes niveles: económico, social, político, ambiental e institucional. Cuando se busca una interpretación rápida y se exploran las implicaciones a futuro, nos adentramos en el terreno del análisis de coyuntura.</p> <p>En este contexto, la importancia de la formación de profesionales que entiendan las políticas públicas radica significativamente en la posibilidad de comprender y afrontar las intrincadas dinámicas y desafíos que el sector cultural y creativo enfrenta en el ámbito público. Además, les brinda las herramientas necesarias para analizar con fundamentos sólidos el impacto de estas dinámicas en la política económica y en la sociedad en su conjunto.</p> <p>Este curso brinda a los estudiantes una perspectiva integral sobre la comprensión e identificación de problemas, la formulación de soluciones, la toma de decisiones, la implementación y la evaluación de políticas públicas. Su enfoque se centra en impulsar el desarrollo y la sostenibilidad de las economías culturales y creativas. El objetivo es asegurar que los futuros graduados estén altamente capacitados para contribuir de manera efectiva al avance de este sector, colaborar estrechamente con entidades gubernamentales y organizaciones pertinentes, y abogar por iniciativas que fortalezcan tanto la identidad cultural como el bienestar social dentro de la comunidad.</p>								

### Propósito

El propósito de esta actividad académica es brindar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para comprender y analizar el papel de las políticas públicas en el desarrollo y fortalecimiento de la economía cultural y creativa. El curso busca examinar los diferentes enfoques y herramientas utilizados en la formulación, implementación y evaluación de políticas públicas en este ámbito, considerando los aspectos socioeconómicos, culturales y legales involucrados. Se espera que, al finalizar el curso, los estudiantes sean capaces de identificar los principales desafíos y oportunidades de la economía cultural y creativa en el contexto de las políticas públicas.

### Micro competencias a desarrollar

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC57	Analiza las políticas públicas enfocado en el Ciclo de Jones.	tMCE6
mCC58	Analiza el marco legal y normativo que regula las políticas públicas en el contexto de las organizaciones y el sector cultural y creativo.	
mCP59	Comunica de manera efectiva los resultados de análisis y propuestas de políticas públicas.	
mCA44	Trabaja de manera colaborativa y multidisciplinaria en equipos para abordar problemas y desafíos complejos relacionados con las políticas públicas en el ámbito de las organizaciones culturales y creativas.	
mGCA141	Decide y actúa de manera autónoma con base en el conocimiento que tiene de los problemas del entorno.	MGC1
mGCA145	Discute una posición de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla sinceramente.	MGC2
mGCA154	Expresa verbalmente con claridad y argumenta con propiedad para dar a conocer su punto de vista	MGC4

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos Conceptuales:

- Aspectos conceptuales
- Actividad política y políticas públicas.
- Agenda pública y agenda de gobierno.
- El proceso de producción de la política pública.
- Política pública, gobernabilidad e institucionalidad.
- Burocracia y políticas públicas.
- El Estado y las asimetrías de información.
- ¿Por qué el Estado debe regular?
- Monopolios naturales.
- Regulación según Price cap y Return rate: Ventajas y desventajas.
- Modelo de competencia comparada.
- Competencia por el mercado (Licitaciones).
- 5 política de protección al consumidor.

### Contenidos Procedimentales:

- Momentos analíticos de la política pública.
- Evaluación de políticas públicas: análisis cualitativo y cuantitativo.
- Análisis económico y captura de rentas (rent-seeking).
- Costos de Lobby y captura.
- Problemas de agencia en entidades públicas e ineficiencia X.
- La economía del Public Choice.
- Los agentes en la actividad política

### Contenido Actitudinal:

- Respeta el tiempo de profesores y compañeros.
- Tolera y/o valora las opiniones y posiciones ideológicas e intelectuales.
- Respeta los derechos intelectuales de los demás.
- Exige valores en la medida que los da y los cumple.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La presente actividad académica se utilizarán las siguientes estrategias de enseñanza – aprendizaje:

- **Aula inversa:** Semanalmente se dispondrán lecturas, papers, documentos teóricos y de análisis de casos específicos de la problemática local, nacional y algunos casos de contexto mundial con la finalidad de debatir en el aula de clase y propiciar la construcción de conocimiento.
- **Debates:** Por medio de los cuales se espera que los estudiantes participen de manera activa, el pensamiento crítico y la habilidad de expresión oral.
- **Talleres prácticos:** Mediante equipos de trabajo busca la aplicación del conocimiento y el desarrollo de habilidades prácticas en los estudiantes.
- **Puestas en común:** Se pretende que el estudiante pueda consolidar el aprendizaje, promover la reflexión, así como para fortalecer la comprensión de los temas tratados.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC57	Domina la teoría básica de políticas públicas.	11%	Taller Práctico – trabajo colaborativo 1
mCC57	Analiza con suficiencia los componentes de una política pública.	11%	Taller Práctico – trabajo colaborativo 2
mCC57	Discierne las etapas de una política pública.	11%	Taller Práctico – trabajo colaborativo 3
mCC57	Analiza y evalúa el proceso de una política pública.	11%	Debate
mCC58	Evalúa el proceso de una política pública.	11%	Prueba Escrita 1
mCC58	Comprende y analiza el efecto de los intereses económicos en los procesos electorales.	11%	Prueba Escrita 2
mCP59	Identifica la influencia de los grupos de interés en el diseño de políticas públicas.	11%	Debate
mCC58	Identifica los tipos de regulación de monopolios naturales	12%	Taller Práctico – trabajo colaborativo 4
mCC57	Evalúa los costos sociales de las fallas en la regulación.	11%	Prueba escrita 3

● **Equivalencia cuantitativa**

Prueba escrita 1: 11%

Prueba escrita 2: 11%

Prueba escrita 3: 11%

Debates: 22%

Taller práctico 1: 11%

Taller práctico 2: 11%

Taller práctico 3: 11%

Taller práctico 4: 12%

## Bibliografía

- Boeninger, Edgardo (1992), Governance and development: Issues and constraints, Proceedings of the World Bank Annual Conference on Economic Development 1991, The World Bank.
- Bouchard, Genvieve and Bárbara Wake (2003), One size does not fit all: A contingency theory approach to policy-making, CPSA Meeting, may-june, Nova Scotia.
- Cuervo, Jorge (2007), La definición del problema y la elaboración de la agenda, Ensayos Sobre Políticas Públicas, Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- Cuervo, Jorge (2007), Las políticas públicas: entre los modelos teóricos y la práctica gubernamental (Una revisión a los presupuestos teóricos de las políticas públicas en función de su aplicación a la gestión pública colombiana), Ensayos Sobre Políticas Públicas, Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- Feinstein, Osvaldo (2007), Evaluación pragmática de políticas públicas, ICE No. 836, mayo-junio.
- Jolly, Jean-Francois y Jorge I. Cuervo (2007), Ensayos sobre políticas públicas, Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- De león, Peter (1997), Una revisión del proceso de las políticas: de Lasswell a Sabatier, Revista Gestión y Política Pública Vol 6 No. 1, primer semestre, Centro de Investigación y Docencia Económicas, México.
- González, Pablo (2000), "Fallas de mercado y políticas públicas: aplicación a las políticas sociales", CIEPLAN (Chile), Santiago de Chile.
- <http://www.uexternado.edu.co/facecono/ecoinstitucional/workingpapers/kmackenzie1.pdf>
- Lahera, Eugenio (2004a), Política y políticas públicas, Serie políticas sociales 95, División de desarrollo social, CEPAL, agosto, Santiago de Chile.
- <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/5/19485/P19485.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/dds/tpl/top-bottom.xsl>
- Lahera, Eugenio (2004b), La economía política de las políticas públicas, Economía UNAM, Volumen 01 No. 2, páginas 34-51. [www.ejournal.unam.mx/ecunam/ecunam2/ecunam0204.pdf](http://www.ejournal.unam.mx/ecunam/ecunam2/ecunam0204.pdf)
- Lahera, Eugenio (2004), Capital institucional y desarrollo productivo. Un enfoque de políticas públicas. Serie Gestión pública No. 48, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - ILPES-CEPAL, Santiago de Chile. [www.eclac.org/.../xml/5/22425/P22425.xml&xsl=/ilpes/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xsl](http://www.eclac.org/.../xml/5/22425/P22425.xml&xsl=/ilpes/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xsl) - 40k
- Lahera, Eugenio (2006), Del dicho al hecho: ¿Cómo implementar las políticas? Colección de Ideas N° 65, Fundación Chile 21, Junio, Santiago.
- López, Hugo (1991), ¿Puede existir el bien común? El teorema de la imposibilidad de Arrow y la nueva democracia colombiana, Lecturas de Economía No. 34, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia, Medellín.
- [http://www.chile21.cl/chile21/inicio/detalle\\_c\\_ideas.jsp?id\\_opinion=90](http://www.chile21.cl/chile21/inicio/detalle_c_ideas.jsp?id_opinion=90)
- McKenzie, Kenneth (1999), "Diseño institucional y política pública: una perspectiva microeconómica", Revista de Economía Institucional No. 1, Facultad de Economía, Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- Medellín, Pedro (2004), La política de las políticas públicas: propuesta teórica y metodológica para el estudio de las políticas públicas en países de frágil institucionalidad, Serie políticas sociales 93, División de Desarrollo Social, CEPAL, Santiago.
- [http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/15555/sps93\\_lcl2170.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/15555/sps93_lcl2170.pdf)
- Muller, Pierre (2006), Las políticas públicas, Universidad Externado de Colombia, Bogotá. Traducción de Jean-Francois Jolly y Carlos Salazar Vargas, del original en francés "Les politiques publiques", publicado en Collection Que-sais-je? No. 2354 6ª. Edición Francesa PUF, 2006.
- Muller, Pierre (1998), La producción de las políticas públicas, Revista Innovar No. 12, Facultad de ciencias administrativas y sociales de la Universidad Nacional, julio-diciembre, Bogotá.
- Przeworski, Adam (1996), Sobre el diseño del Estado. Un enfoque Agencia-Principal, El Economista Mexicano, Revista del Colegio nacional de Economistas, Nueva época, Vol. 1, Número 3, abril- junio, México.
- Roth, André-Nöel (2002), Políticas públicas. Formulación, implementación y evaluación, Ediciones Aurora, Bogotá.
- Spiller, Pablo y Mariano Tommasi (2002), The institutional foundations of public policy: a transactions approach with application to Argentina\*, Weatherhead Center for International Affairs, Harvard University.
- <http://www.wcfia.harvard.edu/node/639>
- Tullock, Gordon (2003), The origin rent seeking concept, International Journal of Business and Economics, Vol. 2, No. 1, pages. 1-8.
- Tullock, Gordon (1972), Toward a mathematics of politics, Ann Arbor paperback, The University of Michigan Press.
- Tommasi, Mariano (2005), The institutional foundations of public policy, LACEA, París.
- Vélez-Pareja Ignacio, Raug Ibragimov, Joseph Tham y Daniel Toro (2007), How the regulators overpays investor? A simple exposition of the principles of tariff setting.



Universidad Industrial de Santander								
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos								
Apreciación Producción III (Diseño)								
Código:		Intensidad horaria semanal: 6 horas						H T I
		HIP						
Número de créditos:	2	Teóricas		Asincrónicas	Prácticas			
		Sincrónicas			Sincrónicas	Asincrónicas		
Requisitos:	Apreciación Producción II	En físico	En línea		En físico	En línea		
		2			I		3	
<b>Justificación</b>								
<p>La actividad académica de Apreciación - Producción III - Diseño X, ocupa un lugar central en el programa de gestión de Industrias Creativas y Culturales al brindar una formación integral que combina el conocimiento técnico esencial con las habilidades de gestión necesarias para llevar a cabo proyectos creativos de manera eficaz. Los estudiantes no solo adquieren una comprensión de los aspectos técnicos relacionados con el diseño de artefactos de Diseño Industrial, como la selección de materiales y los procesos de producción, sino que también desarrollan competencias en la gestión de estos procesos. Esto incluye la planificación estratégica de proyectos, la gestión de recursos técnicos y humanos, el control de calidad y la evaluación de la viabilidad de proyectos. La combinación de conocimientos técnicos y habilidades de gestión permite a los estudiantes no solo conceptualizar y diseñar artefactos creativos, sino también llevarlos a la realización exitosa dentro de los plazos y presupuestos establecidos. Esto es esencial en la industria creativa, donde la ejecución efectiva de proyectos es clave para el éxito. Además, la asignatura promueve la comprensión de la interacción entre los aspectos técnicos y la gestión en el contexto de las Industrias Creativas y Culturales, preparando a los estudiantes para roles de liderazgo donde puedan dirigir proyectos y equipos de manera eficiente y efectiva. Apreciación y Producción III - Diseño X" ofrece una formación integral que combina la competencia técnica con la gestión de procesos, preparando a los estudiantes para sobresalir en la gestión y ejecución de proyectos creativos en la dinámica industria de las Industrias Creativas y Culturales.</p> <p>A su vez, esta experiencia temprana, busca que los estudiantes adquieran competencias técnicas enfocadas al diseño industrial, fomentando su creatividad y capacidad de innovación. Los estudiantes estarán mejor preparados para enfrentar los retos y oportunidades que se presenten en su futuro desempeño profesional en este campo, comprometiéndose con la productividad y competitividad del sector.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>El propósito de esta actividad académica se enfoca en la alineación precisa con los objetivos educativos del programa técnico profesional en proyectos culturales y creativos. Se priorizan las necesidades educativas conforme a la propuesta curricular del programa, las demandas sociales actuales y prospectivas, las características de los estudiantes y el proceso formativo. El objetivo primordial es proporcionar una formación integral que integre de manera efectiva conocimientos técnicos esenciales relacionados con el diseño de artefactos de Diseño Industrial y el desarrollo de habilidades críticas de gestión. Los estudiantes deben adquirir una comprensión profunda de los procesos técnicos involucrados en la creación de artefactos, así como habilidades para gestionar proyectos creativos de manera eficiente, aplicando recursos y técnicas de gestión. Este propósito contribuye directamente al logro de las metas formativas del programa, incluyendo el perfil de egreso, los resultados de aprendizaje, las macro competencias y micro competencias, enfocándose en la creación de artefactos que fusionen estética y funcionalidad, con un impacto positivo en la sociedad y la cultura contemporánea, cumpliendo con los estándares de excelencia y las necesidades cambiantes de las economías creativas y culturales.</p>								

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC16	Describe las principales corrientes artísticas a lo largo de la historia, sus características y su influencia en las manifestaciones artísticas contemporáneas visualizando el futuro de su ejercicio.	tMCE3
mCC17	Utiliza lenguaje apropiado para comunicar y expresar apreciaciones estéticas sobre obras y eventos culturales.	
mCC18	Identifica los fundamentos teóricos y metodológicos de la semiología y sus principios en el análisis de signos, símbolos y significados en diferentes contextos culturales y comunicativos.	
mCC20	Contrasta las diferentes expresiones artísticas, desarrollando la sensibilidad estética y la capacidad de reflexionar sobre la importancia del arte en la sociedad.	
mCA22	Valora la calidad artística y estética de diversas expresiones culturales y creativas.	
mCP21	Examina recursos técnicos y humanos generales para la producción y gestión de espacios, eventos y espectáculos.	
mGCA14 5	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	MGC2
mGCA16 6	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos Conceptuales:

1. El diseño preindustrial.
2. La Revolución Industrial.
3. La industrialización y la búsqueda de armonía.
4. Historia del diseño.
5. De la artesanía tradicional a las artes industriales
6. El modernismo
7. El inicio del diseño industrial
8. La estética industrial.
9. El diseño industrial de Posguerra
10. El sistema americano y la producción en serie y
11. Normalización y racionalización
12. Investigación historiográfica de un objeto o producto industrial
13. Diseño contemporáneo
14. Introducción a la semiótica; relación entre semiótica y diseño. Tipologías de sus objetos de estudio. Semiótica general, semiótica particular, semiótica de los diseños.

### Contenidos Procedimentales:

1. Dimensión semiótica del objeto. ¿Qué es un objeto? El objeto como entidad de conocimiento y sensibilidad.
2. Acción programada en los objetos como discurso.
3. El diseño gráfico y sus exposiciones

### Contenidos Actitudinales sugeridos:

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Apreciación y respeto por la diversidad: Valorar y comprender la riqueza y variedad de la música en sus diferentes formas y estilos.
3. Creatividad e innovación: Estimular la creatividad y la búsqueda de nuevas ideas y enfoques en la apreciación y producción musical.
4. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades..
5. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.
6. Sensibilidad artística: Fomentar una actitud sensible y reflexiva hacia la música como una forma de expresión artística y cultural.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

**Línea de tiempo:** Con el fin de que los estudiantes ordenen una secuencia de eventos o de hitos sobre un tema, con el fin de visualizar con claridad la relación temporal entre ellos.

**Clase magistral:** Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

**Aula invertida:** El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

**Historietas:** Comprometer a los estudiantes con su proceso de aprendizaje y desarrollar su espíritu crítico frente a situaciones del contexto, por medio de la elaboración de un guión gráfico que a través de la narrativa secuencial de historias, combine lectura, escritura y creación de imágenes. Se propone además la elaboración de una investigación histórica, sobre un movimiento o estilo en particular, una época determinada, las características de un diseñador con sus influencias, el diseño en un país determinado, etc.

**Trabajo colaborativo:** Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante.

**Aprendizaje basado en problemas:** se utilizan problemas complejos del mundo real como vehículo para promover el aprendizaje de conceptos y principios por parte de los estudiantes, en contraposición a la presentación directa de hechos y conceptos.

**Reseñas:** donde se dé cuenta de las ideas de autores de textos históricos y se propongan elaboraciones personales a manera de ensayo. Las citas de los textos y sus autores deben estar elaboradas correctamente.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mC C16	Expone los propósitos de la historiografía y su relación con la disciplina del diseño.	10%	Taller - Línea de tiempo
mC C20	Comprende la relación entre las manifestaciones estéticas de una época y el desarrollo científico, económico, social y tecnológico alcanzado por una sociedad.	10%	Taller - Historietas
mC C20	Establece una relación entre las variables históricas de las sociedades y su cultura material y las nuestras con sus respectivos productos de diseño.	15%	Trabajo Colaborativo
mC C16	Muestra responsabilidad en el avance de sus propias investigaciones históricas y es creativo al momento de comunicarlas.	15%	Exposiciones
mC C18	Explica los fenómenos semióticos de acuerdo con los modelos teóricos de la disciplina aplicados a los estudios de caso	15%	Exposiciones
mC C20	Describe y valora los elementos de una exposición u obra elaborada por diseñadores gráficos.	10%	Reseña
mC P2I	Asiste a eventos relacionados con el diseño gráfico y diseño gráfico para reconocer lo aprendido en el curso.	10%	Reseña
mG CAI 66 mC C17	Utilización de formas de expresión discontinua (tablas, gráficas, diagramas, mapas conceptuales, etc.) para representar la comprensión de los temas de reflexión (procesos de análisis y síntesis).	15%	Trabajo Colaborativo

**● Equivalencia cuantitativa**  
 Talleres: 20%.  
 Trabajo Colaborativo: 30%.  
 Exposiciones: 30%.  
 Reseñas: 20%

## Bibliografía

- AICHER, Otl, El mundo como proyecto, Editorial Gustavo Gili, S.A., Mexico, 1994
- ALMANDOZ Marte, Arturo, Urbanismo europeo en Caracas 1870-1940, Fundarte alcaldía de Caracas Equinoccio ediciones de la Universidad Simón Bolívar Caracas, 1997
- ARVATOV, Boris. Arte y producción. El programa de productivismo. Ed. Comunicación. No. 25, Madrid.
- BANHAM, Reyner. El evangelio de la Bauhaus, Bauhaus, Alberto Corazón editor. Madrid, 1971.
- BERNAL, John D., La ciencia en la historia, UNAM/Nueva imagen, México, 1981.
- BONSIEPE, Gui. El diseño de la periferia. Debates y experiencias, Col. GG Diseño, Gustavo Gili, Barcelona 1985.
- BONSIEPE, Gui, Diseño Industrial. Artefacto y proyecto. Serie Documentación/Debates, Alberto, Corazón editor, Madrid 1975.
- BONSIEPE, Gui. Teoría y práctica del diseño industrial, Col. Comunicación visual, Gustavo Gili, Barcelona, 1978.
- BUDDENSIEG, Tilman y Roger Henning, cultura e Industria. Peter Behrens e la AEG. 1907 - 1914, Electa, Milán, 1079.
- CANDILIS, Georges, et al., Muebles Thonet. Historia de los muebles de Madera curvada, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- CARR, Edward Hallet, Qué es la historia, Editorial Ariel, conferencias Universidad de Cambridge, 1961
- COLLOTTI, Enzo, et al., Bauhaus, Col. Comunicación No. 12. Alberto Corazón editor, Madrid, 1971
- GARCÍA Ballesteros, Aurora, Geografía urbana. La ciudad objeto de estudio pluridisciplinar. Ed. Oikos- Tau, Barcelona, 1995
- GIEDION, Sigfried, La mecanización toma el mando, Col. Tecnología y Sociedad, Gustavo Gili, Barcelona, 1978.
- HESKETT, John, Breve historia del diseño industrial, Ediciones del Serbal, Barcelona, 1085.
- HOBBSAWM, E. J., La era de la Revolución (1789-1848), Editorial Labor Universitaria, Monografías, Barcelona, 1991, Capítulos I y II
- GAVASSA Villamizar, Edmundo, Federación Santandereana de Comerciantes e Industriales
- KAGAN, Richard L., Images of the Hispanic World 1493-1793, Yale University Press. New Haven and London, 2000.
- MADSEN, Tschudi, Art Nouveau, Biblioteca para el hombre actual, Guadarrama, Madrid, 1967.
- MALDONADO, Tomás. El diseño industrial reconsiderado, Col. Punto y Línea, Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
- MALDONADO, Tomás, Vanguardia y Racionalidad, col. Comunicación visual, Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
- MAÑA, Jordi. El diseño Industrial. Biblioteca Salvat de grandes temas No. 59, Salvat, Barcelona, 1974
- MIJAILOV, M. I. La Revolución industrial, Capítulos I y II
- PEVSNER, Nikolaus, Los orígenes de la arquitectura y del diseño, Col. Comunicación visual, Barcelona, 1978.
- PEVSNER, Nikolaus, Pioneros del diseño moderno, Biblioteca de diseño y artes visuales Vol. I, Ed. Infinito, Buenos Aires, 1972.
- RAMIREZ, Juan Antonio, Cómo escribir sobre arte y arquitectura, Ediciones del Serbal, Barcelona, 1996
- RICARD, André. Diseño ¿Por qué?, Col. Punto y Línea, Gustavo Gili, Barcelona, 1982.
- RODRÍGUEZ Kuri, Ariel, La experiencia olvidada. El ayuntamiento de México: política y gobierno 1876-1912, El Colegio de México, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, México, 1996
- SCOBIE, James R., Buenos Aires del Centro a los Barrios 1870-1910, Ediciones solar Buenos Aires, 1977
- SELLE, Gert. Ideología y Utopía del diseño, Col. Comunicación visual, Gustavo Gili, Barcelona, 1975.
- SENNETT, Richard, El declive del hombre público, Ediciones Península, Barcelona 1978
- SPARKE, Penny et al., Diseño, Historia en imágenes, Herman Blume, Madrid, 1987.
- SALINAS FLORES, Oscar. Historia del diseño industrial. Editorial Trillas, México, 1992.
- SALINAS FLORES, Oscar. El diseño Industrial en el mundo, Diseño Industrial, Tecnología y Utilidades, FONEI, México, 1983.
- WAISMAN, Marina, El interior de la historia, impreso por Escala, Bogotá, 1988
- WALLERSTEIN, Immanuel, Abrir las ciencias sociales, Editores Siglo XX, México, 1996
- ZUMTOR, Paul, La medida del mundo. Representación del espacio en la Edad Media, Ed. Cátedra S.A., Madrid, 1994

Universidad Industrial de Santander Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos							
Lengua Extranjera II: Inglés							
Código:		Intensidad horaria semanal: 6 horas					
		HIP					HTI
Número de créditos:	2	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	Lengua Extranjera I: inglés	En físico	En línea		En físico	En línea	
			4				2
Justificación							
<p>En concordancia con la misión de la Universidad Industrial de Santander y el Modelo Pedagógico Institucional, se consolida la intención de internacionalizar la propuesta curricular, lo que implica necesariamente el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales que habiliten a los miembros de la comunidad para relacionarse e interactuar con sus pares a nivel mundial. Así, se define el plurilingüismo y la multiculturalidad como una oportunidad formativa que contribuye a la consolidación de la visión institucional, desde el componente de formación integral de una comunidad que se construye permanentemente con una actitud de apertura al saber universal, a la colaboración académica internacional y a la ubicación de nuestra identidad nacional en el contexto social y cultural de la aldea global.</p> <p>En consecuencia, la Universidad Industrial de Santander define que, para obtener el grado, los estudiantes de programas de nivel profesional tendrán que alcanzar un nivel superior a B1 en inglés según el Marco Común Europeo de Referencia. Para lograrlo, podrán matricular tres (3) cursos de dos (2) créditos académicos cada uno, ofrecidos por la Universidad, hasta que haya cumplido con el 60% de los créditos académicos definidos en su plan de estudio o validar el nivel de lengua, mediante prueba estandarizada. Una vez el estudiante demuestra que alcanzó el nivel B1, tendrá la oportunidad de realizar un curso que eleve su nivel de competencia a B1+, equivalente a dos (2) créditos académicos, que harán parte del 40% de créditos académicos restantes en su plan de estudio. Al final, el estudiante presentará la prueba de certificación de competencia de nivel B1+, cuyo resultado constituye evidencia de cumplimiento del requisito de egreso.</p> <p>La actividad académica de Lengua Extranjera II: inglés está estructurada según el Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas y permitirá al estudiante disponer de suficientes elementos lingüísticos para expresarse con algunas dudas y circunloquios sobre temas como la familia, aficiones e intereses, trabajo, viajes y hechos de actualidad, así como para describir de manera sencilla situaciones de su pasado, presente o futuro, algunas de carácter impredecibles. Además, podrá explicar los puntos principales de una idea o un problema con razonable precisión y expresar pensamientos sobre temas abstractos o culturales, tales como la música y las películas.</p>							
Propósito							
<p>A través de esta actividad académica se ofrecerá a los estudiantes la oportunidad de expresarse sobre asuntos cotidianos, habituales o no, propios de su especialidad usando estrategias orales y escritas que propicien la interacción y la producción individual en los que hará uso del lenguaje con razonable fluidez. En estos espacios, habrá la oportunidad de trabajar de manera autónoma o colaborativa con la ayuda de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.</p>							

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	MGC6
mGCPI62	Interactúa en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina, utilizando el idioma inglés	
mGCPI63	Produce textos coherentes en inglés sobre temas que son de interés personal y general.	



## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Comunicativos (pragmáticos):

- ✓ Describir un lugar, objetos y personas.
- ✓ Pedir y dar direcciones.
- ✓ Describir sueños, esperanzas y ambiciones.
- ✓ Hablar sobre el pasado.
- ✓ Describir intenciones futuras.
- ✓ Hacer referencias a experiencias de la vida.
- ✓ Describir acciones en proceso.
- ✓ Expresar sentimientos y actitudes.
- ✓ Hacer y responder a invitaciones.
- ✓ Describir hechos reales o imaginarios.
- ✓ Hacer preguntas sencillas para averiguar sobre un tema.
- ✓ Dar y responder a consejos y sugerencias.
- ✓ Expresar opiniones, acuerdo y desacuerdo sobre temas familiares.

### Comunicativos (lingüísticos-lexicales):

- ✓ Time phrases
- ✓ Descriptive adjectives: places, people, situations
- ✓ Jobs
- ✓ Daily routines
- ✓ Suitable expressions for appropriate situations
- ✓ Comparative and superlatives adjectives
- ✓ Clothes
- ✓ Parts of the body
- ✓ Verbs phrases about ambitions
- ✓ City life
- ✓ Directions
- ✓ Feeling Ill

### Comunicativos (lingüísticos-gramaticales):

- ✓ May, might, first conditional
- ✓ Present simple
- ✓ Past simple
- ✓ should, shouldn't, have to, don't have to, can, can't.
- ✓ Present continuous"
- ✓ Present perfect and past simple
- ✓ going to, 'd like to, want to, will
- ✓ Present perfect and past simple
- ✓ Used to
- ✓ Past continuous"
- ✓

### Socioculturales:

- ✓ Travelling
- ✓ Celebrations
- ✓ Special days
- ✓ Fashion
- ✓ Holidays
- ✓ Amazing achievements / Success
- ✓ The world in the future.
- ✓ Health

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

La metodología abarca el enfoque comunicativo de amplio espectro apoyado con el aprendizaje por tareas y basado en proyectos; armoniza con la mediación tecnológica y fortalece los principios de autonomía y de trabajo cooperativo.

#### ▪ Estrategias de Enseñanza

- ✓ Actividades de interacción estudiante-estudiante y estudiante-profesor en contextos significativos, orientadas al desarrollo de la habilidad oral comprensiva y productiva.
- ✓ Práctica guiada mediante la realización de actividades previstas en el libro texto o adaptadas de otros textos.
- ✓ Implementación de recursos digitales relacionados con temas de clase.
- ✓ Ejercicios de comprensión de material auténtico y didáctico para el desarrollo de las habilidades de comprensión.
- ✓ Ejercicios de producción de textos orales y escritos de situaciones significativas orientadas al desarrollo de las habilidades productivas del idioma y a la reflexión sobre las creencias y percepciones culturales.
- ✓ Ejercicios de consolidación de vocabulario y estructuras gramaticales para el desarrollo de las habilidades comprensivas y productivas del idioma.
- ✓ Utilización de conocimientos previos, experiencias, actitudes y creencias, que ayudan a hacer la nueva información más significativa.
- ✓ Realimentación del proceso.
- ✓ Actividades que involucren el uso de la tecnología como medio de enseñanza, comunicación, desarrollo de la creatividad y del aprendizaje autónomo.

#### ▪ Estrategias de Aprendizaje:

##### De producción:

- ✓ Dirigirse a un público (discursos en reuniones públicas, conferencias universitarias, sermones, espectáculos, comentarios deportivos, presentaciones de ventas, etc.).
- ✓ Leer en voz alta un texto escrito.
- ✓ Hablar apoyándose en notas, en un texto escrito o en elementos visuales (esquemas, imágenes, gráficos, etc.).
- ✓ Representar un papel ensayado.
- ✓ Hablar espontáneamente.
- ✓ Grabación de su propio registro de voz.
- ✓ Completar formularios.
- ✓ Producir carteles para exponer.
- ✓ Tomar notas para usarlas como referencias futuras.
- ✓ Tomar mensajes al dictado, etc.
- ✓ Escribir de forma creativa e imaginativa;
- ✓ Escribir cartas personales.

##### De Comprensión:

- ✓ Escuchar declaraciones públicas (información, instrucciones, avisos, etc.);
- ✓ Escuchar medios de comunicación (radio, televisión, grabaciones, cine);
- ✓ Escuchar conversaciones por casualidad, etc.
- ✓ Lectura de orientación general, lectura orientada a detectar información específica, lectura de información, lectura de instrucciones, lectura de entretenimiento.

**Evaluación del aprendizaje**

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCC161 mGCPI62 mGCPI63	Entender textos sencillos y cortos sobre actividades diarias y responder preguntas básicas acertadamente.	A	Classwork, Quizzes, Examen
	Reconocer información relevante en diálogos cortos y sencillos sobre aspectos familiares si se habla de manera lenta y clara.		
	Identificar palabras claves y frases en descripciones de personas (por ejemplo, características físicas, ropa) y las reconoce en una imagen.		
	Responder a preguntas sobre datos específicos contenidos en un texto escrito como anuncios publicitarios, prospectos, menús, horarios, y cartas personales breves y sencillas, entre otros.		
	Identificar las obligaciones o deberes propios o de otros. Organizar las actividades o eventos descritos en un texto según la cronología con que se desarrolle (ej. Información biográfica, rutinas, etc.)		
	Intercambiar información relevante en conversaciones sencilla sobre hobbies e intereses.		
	Hacer y responder a las sugerencias que le hacen utilizando expresiones fijas sencillas.		
	Escribir textos descriptivos cortos (4-6 oraciones) sobre temas personales (ej. familia, posesiones), siguiendo un modelo.		
	Hacer referencias sencillas al pasado usando el verbo ser o estar.		
	Describir, de manera breve, actividades o eventos que están ocurriendo en el momento de hablar.		
	Utilizar un lenguaje sencillo y limitado para realizar comparaciones entre objetos, personas o lugares.		
	Expresar sus intenciones para el futuro al describir eventos y planes con lenguaje sencillo.		
	Hablar sobre experiencias en su vida construyendo discursos breves y sencillos.		
	Desarrollar las actividades propuestas en los espacios virtuales a través de las herramientas tecnológicas disponibles.		

• **Equivalencia cuantitativa**

La calificación de la asignatura es cuantitativa y tiene una escala entre cero, cero (0,0) y cinco, cero (5,0) con una nota aprobatoria mínima de tres, cero (3.0) conforme al Reglamento Académico -Estudiantil de Pregrado vigente en la institución.

## Bibliografía

CUNNINGHAM, S. & MOOR, P. Cutting Edge Elementary Third Edition. Longman. Harlow, UK, 2013.

- Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas [en línea]. [Strasbourg: Consejo de Europa], 2001. <http://es.wikipedia.org/wiki/Marco-com%C3%BAn-europeo-de-referencia-para-las-lenguas> [Consulta: 20 febrero 2017].

- Global Scale of English. Teachers' tool kit learning objectives. 2018. Recuperado de: <https://www.pearson.com/english/about/gse.html>.

- Soars, J. & Soars, L (2003) New Headway Intermediate Third Edition. Oxford. New York, USA. Other Language Series available at the Resource Center of the Institute.

### Listening

- <http://esl.about.com/blgrammar.htm>

- <http://www.npr.org>

- [www.esl-lab.com](http://www.esl-lab.com)

- <http://www.learnoutloud.com/Podcast-Directory/History/Speeches/Yale-University-Podcast/22915>

- [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

- <http://home.earthlink.net/~eslstudent/listen/easy.html>

### Reading

[www.thesaurus.com](http://www.thesaurus.com)

- <http://www.esl-lounge.com/student/reading/3r1-learn-english-reading.php>

- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

### Writing

- [owl.english.purdue.edu](http://owl.english.purdue.edu)

- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

### Pronunciation

- <http://international.ouc.bc.ca/pronunciation>

- <http://www.fonetiks.org>

### Grammar

- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)

- <http://iteslj.org/quizzes>

- [www.eslgames.com](http://www.eslgames.com)

- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)

- [www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm](http://www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm)

- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)

- [www.manythings.org](http://www.manythings.org)

### Vocabulary

- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)

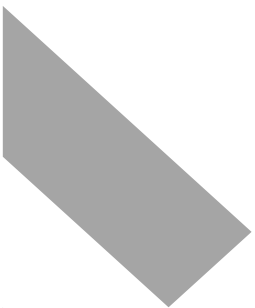
- <http://iteslj.org/quizzes>

- [www.learn-english-today.com/idioms/idioms\\_proverbs.html](http://www.learn-english-today.com/idioms/idioms_proverbs.html)

- [www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures](http://www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures)



## CUARTO SEMESTRE



Universidad Industrial de Santander Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos								
Investigación de Mercados								
Código:	Intensidad horaria semanal: 9							HTI
	HIP							
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			5
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	Principios de Mercadeo y Probabilidad y Estadística	En físico	En línea		En físico	En línea		
		3			1			
Justificación								
<p>En los entornos comerciales actuales, caracterizados por una intensa competencia, las empresas requieren adoptar enfoques efectivos para satisfacer las demandas de sus clientes de manera más eficaz que sus competidores. Una de las estrategias a disposición de los líderes empresariales para lograr este objetivo es la Investigación de Mercados, la cual brinda una aproximación científica para comprender el comportamiento de los clientes y sus percepciones tanto sobre los productos de la propia empresa como de la competencia. El curso de Investigación de Mercados tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes herramientas de investigación que les permitan recabar información valiosa para respaldar el proceso de toma de decisiones en el ámbito del mercadeo.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es proporcionar a los estudiantes los conocimientos y herramientas necesarias para diseñar, implementar y analizar una investigación de mercado en el sector cultural y creativo. El curso busca desarrollar en los estudiantes habilidades para identificar y comprender las necesidades y preferencias de los consumidores, así como para recolectar, analizar e interpretar datos relevantes para la toma de decisiones de marketing. Se espera que, al finalizar el curso, los estudiantes sean capaces de aplicar diferentes técnicas de investigación, como encuestas, entrevistas, análisis de datos secundarios y observación de comportamiento del consumidor, entre otros, con el fin de obtener información valiosa para el desarrollo de estrategias de marketing efectivas. Además, se busca fomentar en los estudiantes una actitud crítica y ética hacia la investigación de mercados, promoviendo el uso adecuado de datos y la interpretación objetiva de los resultados.</p>								
Micro competencias a desarrollar								
ID mC	Micro competencias (mC)						ID MC asociadas a las mC	
mCP28	Reconoce las principales técnicas de obtención y análisis de información para el diseño de cuestionarios y encuestas a fin de recopilar datos relevantes sobre el mercado obteniendo información sobre las preferencias y expectativas de los consumidores en relación con los productos y servicios culturales y creativos.						tMCE3	
mCA29	Considera principios éticos en la realización de investigaciones de mercado, protegiendo la privacidad y confidencialidad de los participantes y asegurando el uso adecuado de la información recopilada.							
mCP49	Utiliza herramientas tecnológicas y técnicas estadísticas para analizar y presentar los resultados de las investigaciones de mercado de manera clara y significativa.							
mCP50	Construye un informe de investigación de mercados utilizando el método científico de investigación y herramientas de tipo cuantitativo y/o cualitativo.							
mGCP155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.						MGC4	
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.						MGC7	

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos conceptuales:

- La sociedad de la información
- Investigación de mercados: Delimitación y definición
- El papel de la investigación de mercados en el proceso de toma de decisiones de mercadeo
- La investigación de mercados y el sistema de información de mercadeo
- Aspectos éticos y legales de la investigación de mercados
- Justificación del uso de técnicas de investigación cualitativas
- Conceptos básicos de muestreo
- El proceso de muestreo
- Métodos de muestreo no probabilístico
- Métodos de muestreo probabilístico
- Determinación del tamaño de la muestra y error de muestreo

### Contenidos procedimentales:

- Conceptualización del problema de la investigación
- Objetivos específicos de la investigación
- Tipos de investigación. Diseños: exploratorios, descriptivos, causales, cuantitativos, cualitativos.
- Formulación del diseño de la investigación
- Fuentes de información
- Técnicas de investigación cualitativa: entrevista de profundidad, sesión de grupo observación, etnografía, mystery shopper y Neuromarketing.
- El proceso de análisis de datos en la investigación cualitativa (uso básico de software especializado como Atlas.ti o N-Vivo)
- Encuestas: características metodológicas de la encuesta. Tipos de encuesta. Ventajas y limitaciones de cada una. Validez y representatividad de las encuestas. Las encuestas ómnibus.
- Panel: características metodológicas. Panel de consumidores y de minoristas. Condiciones de aplicabilidad y limitaciones.
- La experimentación en el marketing: causalidad y experimentación comercial. Entorno y validez experimental. Diseños experimentales. Ventajas y limitaciones.
- Diseño del cuestionario. Objetivos. Tipos de cuestionario.
- Componentes del cuestionario. Tipos de preguntas. Tipos de escalas: básicas y de medición de actitudes.
- Estructura, secuencia y extensión del cuestionario
- El pre-test del cuestionario.
- Diseño de otros formatos: observación y panel
- Utilidad y aplicación de la observación
- Tipos de observación
- Instrumentos utilizados en la observación no humana
- Fiabilidad y Validez de la medición
- La planificación del trabajo de campo
- Programación del tiempo y de personal.
- Presupuesto
- Supervisión y control
- Evaluación del trabajo de campo
- Errores en el trabajo de campo.
- Preparación de datos: verificación de los cuestionarios. Edición, codificación, transferencia de los datos.
- Software para el procesamiento y análisis de los datos: SPSS, Statgraphics, etc.
- Elaboración del informe. Estructura. Principios y reglas para la elaboración de informes
- Investigación de producto: pruebas de concepto, prueba de producto, prueba de nombre, prueba de envase. Imagen y posicionamiento
- Investigación publicitaria: Pre-test y post-test, Medición de audiencias, Top of mind

### Contenidos actitudinales:

- Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
- Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
- Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Las estrategias que se utilizarán son: Aprendizaje basado en problemas, aprendizaje cooperativo, aprendizaje orientado a proyectos, clase magistral, exposiciones grupales e individuales, lectura de textos y artículos, talleres y prácticas de laboratorio, uso de paquetes computacionales y TIC's.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP28	Comprende los distintos tipos de investigación, metodologías, problemáticas y demás actividades propias de la investigación de mercados.	10%	Trabajo Colaborativo
mCP49	Reconoce el valor de aplicar la investigación de mercados en la toma de decisiones comerciales o empresariales.		
mCA29	Comprende los problemas éticos relacionados con las investigaciones de mercado, los encuestados, los clientes y el público en general.	10%	Composición de textos – Presentación Oral
mCP28	Enfatiza en el análisis cuantitativo y cualitativo del comportamiento del consumidor e identifica mercados meta para la formulación de propuestas acordes a las necesidades y satisfacción de los clientes.	30%	Examen Acumulativo
mCP50	Desarrolla habilidades para realizar un proyecto de investigación de mercado o bien participar del grupo de trabajo interdisciplinario encargado de su ejecución.	25%	Avance del Proyecto
mGCP155 mGCP166		25%	Proyecto Final

• **Equivalencia cuantitativa**

Trabajo Colaborativo: 10%

Composición de Textos – Presentación Oral: 10%

Examen Acumulativo: 30%

Avance del proyecto: 25%

Entrega final del proyecto: 25%

### Bibliografía

BURK WOOD, Miriam. El plan de Marketing, 1ª Edición. Editorial Pearson, 2008.

• HOYOS BALLESTEROS, Ricardo. Plan de marketing: diseño, implementación y control. Ecoe ediciones, 2013

• KOTLER, P. Dirección De Marketing, 14ª ed. Pearson Educación: México D.F., 2012.

• MALHOTRA, N. K. Investigación De Mercados. 5a. ed.; Pearson Educación: México, 2008.

• MCDANIEL, C. Investigación De Mercados. Decima edición. Editorial Cengage Learning: México, 2016.

• STANTON, W. J.; ETZEL, M. J.; WALKER, B. J. Fundamentos De Marketing. 14a. ed. Editorial McGrawHill: Madrid, 2007.

• VILLASECA MORALES, David. Innovación y marketing de servicios en la era digital. ESIC Editorial, 2014

WALTER, Boyd, Mullins & Larreché. Administración del Marketing: Un enfoque en la toma estratégica de decisiones. Quinta Edición. Editorial McGrawHill, 2007

• WORRE, Eric. Go Pro: 7 Pasos para Convertirse en un Profesional Del Mercadeo en Red. Network Marketing Pro Publishing, 2013.

• Dos Santos, M (2018). Investigación de Mercados: Manuel Universitario. Díaz de Santos. Madrid, España.

• Malhotra, N (2016). ). Investigación de Mercados: Conceptos Esenciales 8. Perason Education, México

• Plazas Rojas, F (2016). Investigación de Mercados, un enfoque gerencial. Ediciones de la U.

• Prieto Herrera, J. (2013). Investigación de mercados (2a ed.). Ecoe Ediciones.



Universidad Industrial de Santander							
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos							
Emprendimiento							
Código:		Intensidad horaria semanal: 9					
Número de créditos:	3	HIP					HTI
Requisitos:	Creatividad	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas	Asincrónicas	
		En físico	En línea		En físico	En línea	
		3			1		5
Justificación							
<p>En el contexto colombiano y teniendo una economía cada vez más globalizada, se exige la participación de los nuevos profesionales que propendan por el desarrollo económico, social y ambiental, mediante la innovación para la creación de emprendimientos o intra emprendimientos sostenibles. Para este propósito, la unidad temática de emprendimiento, además de integrar las competencias profesionales previas, desarrolla otras que se encuentran relacionadas con la generación, evaluación, diferenciación, modelación, dinamización y validación de ideas de negocio. Se adquieren competencias para la elaboración de modelos de negocio entendido como la manera que una empresa o persona crea, entrega y captura valor para el cliente. Por tanto, en sus componentes se tendrán en cuenta la innovación y los elementos propios del producto o servicio a ofrecer relacionados con el mercadeo, la planeación técnico-operativa, administrativa, jurídica, ambiental y social y por último la planeación financiera. Es decir, se tienen en cuenta el producto o servicio, el proceso y las personas para la generación de valor de acuerdo con los modelos de negocio generados.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de esta actividad académica es que los estudiantes adquieran las competencias y herramientas necesarias para desarrollar habilidades emprendedoras y promover el espíritu empresarial en el ámbito de la economía cultural y creativa. El curso busca integrar el pensamiento creativo, la innovación y la capacidad de identificar oportunidades de negocio en este sector. A través de casos prácticos y actividades, los estudiantes aprenderán a formular y desarrollar proyectos emprendedores, considerando aspectos como el análisis de mercado, la identificación de recursos necesarios y la elaboración de planes de negocio. Además, se abordarán temáticas específicas de emprendimiento en el ámbito cultural y creativo, como la financiación de proyectos, la gestión de redes y la promoción de la marca. El objetivo final es que los estudiantes adquieran las habilidades y conocimientos necesarios para emprender con éxito en el campo de la economía cultural y creativa, generando valor tanto económico como expresivo y social en sus proyectos.</p>							
Micro competencias a desarrollar							
ID mC	Micro competencias (mC)					ID MC asociadas a las mC	
	mC						
mCC67	Identifica oportunidades de negocio en el ámbito del sector cultural y creativo.					tMCE3	
mCP85	Realiza el análisis competitivo del entorno con el uso de herramientas y técnicas novedosas.						
mCP86	Examina los recursos financieros, humanos y materiales de un emprendimiento cultural y creativo.						
mCC87	Analiza las estrategias de marketing y comunicación efectivas para promover un emprendimiento en el sector cultural y creativo.					MGC4	
mGCP155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.						
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.					MGC7	

### **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

#### **Contenidos conceptuales:**

1. El emprendedor
2. Importancia de la innovación para el emprendimiento
3. El Intraemprendimiento
4. Cambios en los modelos de negocios

#### **Contenidos procedimentales:**

5. Generación de ideas de negocios
6. Evaluación de ideas de negocios
7. Diferenciación de ideas de negocios
8. Modelado de ideas de negocio – metodología CANVAS
9. Validación de ideas de negocio
10. Diseño de un plan de mercadeo para la idea de negocio en estudio
11. Diseño de un plan operativo para la idea de negocio en estudio
12. Diseño de un plan administrativo, social y jurídico para la idea de negocio en estudio
13. Diseño de un plan económico y financiero para la idea de negocio en estudio

#### **Contenidos actitudinales:**

1. Pitch + Sustentación - Feedback Grupal
2. Muestra y prototipado
3. Autoevaluación y coevaluación

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Las estrategias que se utilizarán son: aprendizaje cooperativo, aprendizaje orientado a proyectos, clase magistral, exposiciones grupales e individuales, lectura de textos y artículos, talleres y prácticas de laboratorio, uso de paquetes computacionales y TIC's, elevator pitch en la cámara de Gesell para evaluación de la idea de negocios.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC67	Espíritu Emprendedor	10%	Trabajo Colaborativo
mCP85	Ideas de Negocio: generación, evaluación y diferenciación.	25%	Estudio de Casos
mCP86	Modelo de negocio: Creación, evaluación, diferenciación, modelado y validación de ideas de negocio innovadoras	20%	Primera entrega del proyecto
mCC87	Diseño de los diferentes planes que compone el modelo de negocio	20%	Segunda entrega del proyecto
mGCP155 mGCA166	Presentación de la idea de negocio y prototipado	25%	Elevator pitch

- **Equivalencia cuantitativa**

Trabajo Colaborativo: 10%

Estudios de Casos: 25%

Proyecto primera fase: 20%

Proyecto segunda fase: 20%

Elevator pitch: 25%

#### Bibliografía

Amaru, A. C. (2008). ADMINISTRACIÓN PARA EMPRENDEDORES. Pearson Educación.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). FUNDAMENTOS DE MARKETING. Pearson Educación.

Kiyosaki, R. T., & Lechter, S. L. (2004). Padre rico, padre pobre: qué les enseñan los ricos a sus hijos acerca del dinero, ¡que las clases media y pobre no! Bogotá: Santillana Ediciones Generales.

Kim, W., & Mauborgne, R. (2015). LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL. Profit Editorial.

Maisel, E. & Maisel A. (2012). Brainstorming: convierte el potencial de tu cerebro en pasión, energía y auténticos logros. Ediciones Obelisco S.L.

Osterwalder, Alexander y YVES Pigneur. 2010 "Business Model Generation". New Jersey, John Wiley & Sons, Inc.

Temple, I. (2010). Usted SA: empleabilidad y marketing personal. Grupo Editorial Norma.

Foster, J. Cómo generar ideas. Ed. Norma. Bogotá. 2001

Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores / Alexander Osterwalder, Yves Pigneur; Lara Vásquez, traductora.

Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and challengers / Alexander Osterwalder, Yves Pigneur ; Tim Clark, ilustrador

**Universidad Industrial de Santander**  
**Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos**

**Matemáticas Financieras**

<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 9 horas</b>					<b>HTI</b>
		<b>HIP</b>					
<b>Número de créditos:</b>	<b>3</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>		
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>	
		<b>4</b>					<b>5</b>

**Justificación**

La formación integral del profesional en las ciencias económicas y administrativas requiere el dominio de herramientas contables y financieras que le permitan la gestión exitosa en las organizaciones del sector cultural y creativo y los proyectos en sus diferentes fases. El manejo adecuado del dinero, las inversiones y los recursos empresariales posibilita que la empresa se mantenga en el corto plazo y crezca en el mediano y largo plazo.

Comprender la aplicabilidad de esta técnica, contextualizando este saber financiero con el escenario empresarial nacional e internacional, para analizar y tomar decisiones.

**Propósito**

El propósito de esta actividad académica es proporcionar a los estudiantes los conocimientos y herramientas necesarias para analizar y evaluar la viabilidad financiera de proyectos en diferentes contextos. Se busca desarrollar en los estudiantes habilidades para aplicar conceptos y técnicas matemáticas financieras, con el fin de acompañar el proceso de tomar decisiones informadas y fundamentadas en relación con la rentabilidad y el riesgo de proyectos. Se espera que, al finalizar el curso los estudiantes sean capaces de comprender y aplicar los conceptos de valor del dinero en el tiempo, tasas de interés, flujos de efectivo, análisis de costos y beneficios, y evaluar la viabilidad financiera de proyectos a través de métodos como el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Además, se busca fomentar en los estudiantes una actitud crítica y analítica para evaluar la viabilidad económica y financiera de proyectos y promover la toma de decisiones fundamentadas en criterios financieros sólidos.

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC39	Identifica las técnicas y herramientas de las matemáticas financieras para la toma de decisiones de inversión y financiación en el corto y largo plazo.	tMCE5
mCP40	Expone el impacto que variables relevantes del proyecto podrían generar sobre los criterios de decisión.	
mCP53	Analiza los conceptos y técnicas modernas básicas para la evaluación económica de proyectos de inversión en ambientes determinísticos.	
mCP54	Calcula la viabilidad financiera, estimando costos, ingresos y flujos de caja asociados a un proyecto en el ámbito cultural y creativo	
mGCP154	Interpreta información presentada en gráficas, tablas y esquemas y, a partir de ella, hace inferencias utilizando cálculos cuantitativos.	MGC3
mGCC158	Reconoce sus estrategias cognitivas y metacognitivas propias del conocimiento experto. Las primeras facilitan el conocimiento, las segundas sirven para monitorearlo.	MGC5
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7

## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos conceptuales:**

1. Concepto de Dinero, Interés, Inflación y Política monetaria.
2. Aspectos básicos del proyecto. Proceso de toma de decisiones. Desarrollo de alternativas.
3. Consideraciones sobre las inversiones de capital.
4. Método general para estudios de proyectos de inversión.
5. Visión contable y visión económico-financiera.
6. Conceptos básicos sobre criterios decisorios
7. La ecuación fundamental.
8. Criterios decisorios.

### **Contenidos procedimentales:**

1. Convenciones e interés como concepto del valor del dinero en el tiempo.
2. Ecuaciones de interés compuesto discreto.
3. Nomenclatura moderna, y aplicaciones.
4. Equivalencias entre intereses compuestos.
5. Planes de amortización.
6. Efectos Inflacionarios.
7. Diagrama de tiempo de los flujos de caja acumulados.
8. Introducción a la estimación de Flujos de caja.
9. Clasificación de alternativas de inversión.
10. Métodos criterios y modelos de evaluación y comparación cuando el servicio es igual y la vida económica es igual o diferente.
11. Concepto de análisis incremental o marginal.
12. Efecto de la tasa mínima.
13. Aplicación de hojas electrónicas.
14. Métodos, criterios y modelos de evaluación y comparación cuando el servicio es diferente.
15. Criterios de reinversión.
16. Análisis marginal de rentabilidad.
17. Dificultades de cálculo e interpretación de la tasa de retorno.

### **Contenidos actitudinales:**

1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.
2. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.
3. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Las estrategias para aplicar son: Aprendizaje basado en problemas, aprendizaje cooperativo, estudio y Resolución de casos, exposición magistral, exposiciones grupales e individuales. • Juego de Roles, lectura de textos y artículos para la realización de mapas conceptuales, talleres y uso de paquetes computacionales y TIC's.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC39 mGCA166	Reconoce los conceptos básicos de las matemáticas financieras	20%	Trabajo Colaborativo
mCP53 mGCP154	Utiliza el concepto del valor del dinero en el tiempo dentro los cálculos de equivalencia de flujos en diversas modalidades y horizontes.	20% 20%	Resolución de Problemas Examen
mCP40 mCP54	Utiliza correctamente los principales criterios y técnicas cuantitativas aplicables al análisis económico financiero de alternativas operacionales, proyectos de inversión y opciones de financiamiento.	20% 20%	Desarrollo de Proyectos Examen

- **Equivalencia cuantitativa**

Trabajo Colaborativo: 20%

Resolución de Problemas: 20%

Desarrollo de Proyectos: 20%

Exámen 1: 20%

Examen 2: 20%

### Bibliografía

ALVARADO VERDÍN, Victor Manuel. Ingeniería Económica: Nuevo Enfoque. Grupo Editorial Patria, 2014.  
ARANGO ÁLVAREZ, Alberto. Matemáticas financieras. Tercera Edición. Editorial Mc Graw Hill, 2005.  
BLANK, Leland; TARQUIN, Anthony J. Ingeniería económica. Séptima Edición. Editorial McGraw Hill, 2006.  
GARCÍA, Jaime A. Matemáticas financieras con ecuaciones de diferencia finita. Quinta Edición. Editorial Pearson, 2008.  
GRANT, Eugene L. Principios de ingeniería económica. México: Editorial Continental, 1982.  
IRESON, William Grant. Manual de ingeniería económica y organización industrial. México: Editorial Continental, 1962.  
RODRÍGUEZ FRANCO, Jesús; PIERDANT RODRÍGUEZ, Alberto Isaac. Matemáticas Financieras: Con aplicaciones en Excel. Segunda Edición, Editorial Patria, 2015.  
TAYLOR, George A. Ingeniería económica: Toma De Decisiones Económicas. Segunda Edición. México: Editorial Limusa, 1996.  
VARELA V, Rodrigo. Evaluación económica de proyectos de inversión. Séptima Edición. Editorial McGraw Hill, 2010.  
VECINO A, Carlos Enrique. Fundamentos de ingeniería económica. Quinta Edición, 2010.  
VIDAURRI AGUIRRE, Héctor Manuel. Matemáticas financieras. Quinta Edición. México: Cengage Learning Editores, 2012.

Universidad Industrial de Santander Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos Patrimonio e Imaginarios Culturales								
<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 9</b>						<b>H T I</b>
<b>Número de créditos:</b>	<b>3</b>	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>			
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos Previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		
		<b>3</b>			<b>1</b>		<b>5</b>	
<b>Justificación</b>								
<p>En el contexto actual de globalización y cambio acelerado, es fundamental que los futuros profesionales del sector cultural y creativo comprendan y valoren la riqueza del patrimonio cultural y su impacto en la construcción de identidades y narrativas colectivas. El patrimonio cultural representa la memoria histórica de una sociedad, sus tradiciones, manifestaciones artísticas, creencias y valores. Es un recurso invaluable para fortalecer la identidad cultural de una comunidad y promover el respeto por la diversidad y la inclusión. Asimismo, el estudio de los imaginarios culturales invita a reflexionar sobre cómo los símbolos, mitos y narrativas influyen en nuestra percepción del mundo y en nuestras prácticas sociales.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>El propósito de esta actividad académica es brindar a los estudiantes los conocimientos y herramientas necesarios para comprender, valorar y gestionar el patrimonio cultural y los imaginarios colectivos en el contexto de la economía cultural y creativa. A través de este curso, se busca que los estudiantes adquieran los conceptos y teorías relacionadas con el patrimonio cultural, así como de los procesos de construcción y transformación de los imaginarios culturales. Los estudiantes analizarán casos de estudio y ejemplos prácticos que les permitirán identificar y evaluar el valor cultural, social y económico del patrimonio. Al finalizar el curso, los estudiantes estarán en capacidad de proponer estrategias de promoción del patrimonio. Los estudiantes tendrán la oportunidad de explorar y analizar distintas manifestaciones del patrimonio cultural, tanto tangible como intangible, incluyendo expresiones artísticas, festividades, tradiciones orales y prácticas culturales, entre otras. Asimismo, permitirá a los estudiantes entender cómo los imaginarios culturales y las representaciones simbólicas influyen en la percepción y construcción de identidades individuales y colectivas.</p>								



Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC 9	Define el concepto de patrimonio cultural y sus tipologías, así como su diversidad cultural y el valor del patrimonio en diferentes contextos.	tMCE2
mCC 10	Identifica los aspectos sociales y sociológicos de la cultura.	
mCC 11	Reconoce la legislación del patrimonio y la cultura.	
mCC 12	Describe las actividades de patrocinio y mecenazgo y las leyes actuales aplicables.	
mCC 13	Identifica el patrimonio en las nuevas tecnologías.	
mCA 14	Valora la importancia del patrimonio y los imaginarios culturales como elementos fundamentales para la preservación y promoción de la diversidad cultural.	
mCA 15	Fomenta el respeto y la inclusión de las diferentes manifestaciones culturales presentes en el patrimonio e imaginarios culturales.	MGC I
mGC AI 38	Reconoce la dimensión estética y funcional en las diversas manifestaciones de las culturas humanas.	

## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos conceptuales:**

1. Concepto de Patrimonio Cultural y Tipologías: explorar sus distintas categorías, como patrimonio tangible e intangible, natural y cultural.
2. Diversidad cultural y patrimonio: teniendo en cuenta las expresiones culturales de diferentes grupos y comunidades.
3. Valor del patrimonio en diferentes contextos: explorar cómo el patrimonio cultural adquiere diferentes significados y valores en contextos locales, regionales e internacionales.
4. Aspectos sociales y sociológicos de la cultura.
5. Legislación del patrimonio y la cultura: Familiarizarse con las leyes y regulaciones relacionadas con la protección y preservación del patrimonio cultural, tanto a nivel nacional como internacional.
6. Patrimonio en las Nuevas Tecnologías.

### **Contenidos procedimentales:**

1. Análisis de los aspectos sociales y sociológicos de la cultura.
2. Métodos de interpretación y comunicación del Patrimonio.
3. Legislación de patrimonio y cultura: investigación para la comprensión de las leyes y regulaciones que protegen y promueven el patrimonio cultural en diferentes regiones.
4. Patrocinio y mecenazgo: exploración sobre cómo las prácticas de patrocinio y mecenazgo contribuyen a la conservación y promoción del patrimonio cultural.
5. Exploración de nuevas tecnologías en la preservación del patrimonio: Investigar cómo las nuevas tecnologías, como la realidad virtual y la digitalización, están siendo utilizadas para documentar y preservar el patrimonio cultural.
6. Actividades en museos.

### **Contenidos actitudinales:**

1. Valoración del patrimonio como reflejo de la diversidad cultural: valorar cómo el patrimonio cultural contribuye a la riqueza y diversidad de las expresiones culturales en todo el mundo.
2. Sensibilidad ante la importancia de la preservación: Desarrollar una actitud consciente hacia la necesidad de preservar y proteger el patrimonio cultural para las generaciones futuras.
3. Respeto por la legislación y regulaciones: adquirir una actitud de respeto y cumplimiento de las leyes y regulaciones que rigen la protección del patrimonio y la cultura.
4. Reconocimiento de la responsabilidad social en la preservación del patrimonio: Entender cómo la sociedad tiene un papel en la preservación y promoción del patrimonio cultural.
5. Apertura a la innovación y la tecnología en la preservación del patrimonio: Desarrollar una actitud de curiosidad y disposición para explorar nuevas tecnologías y enfoques en la conservación del patrimonio.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Observación directa de contextos temáticos: Visitas a lugares y eventos específicos.

Presentación magistral y discusión: sobre ejemplos visuales y casos reales que representen cada categoría de patrimonio.

Trabajo colaborativo: para investigar y presentar ejemplos específicos de patrimonio cultural en cada categoría.

Estudio de casos: que involucren diferentes perspectivas culturales sobre el mismo patrimonio, seguido de discusiones en clase.

Actividades de investigación y escritura: donde los estudiantes comparen cómo un elemento de patrimonio es interpretado de manera diferente en diferentes contextos.

Debates grupales: para explorar cómo la perspectiva histórica y cultural influye en la valoración del patrimonio.

Presentaciones en clase sobre casos reales en los que la legislación del patrimonio cultural ha tenido un impacto positivo en la conservación.

Juego de roles: los estudiantes actúan como defensores del patrimonio en un debate sobre cuestiones legales.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC 9	Descripción de las categorías diferentes de patrimonio cultural (tangibles, intangibles, naturales) en función de su naturaleza y ejemplos representativos.	10%	Trabajo colaborativo
mCC 9	Reconocimiento de la diversidad cultural y su influencia en la variabilidad del patrimonio cultural y cómo diferentes grupos culturales contribuyen al patrimonio.	10%	Foro
mCC 11	Descripción de los elementos clave de la legislación del patrimonio cultural y cómo estas leyes contribuyen a la protección y preservación del patrimonio.	20%	Examen acumulativo
mCC 12	Análisis sobre patrocinio y mecenazgo en el ámbito cultural e ilustración de cómo estas prácticas apoyan proyectos de conservación del patrimonio.	20%	Exposiciones
mCC 10	Elementos del patrimonio cultural, incluyendo su importancia histórica y cultural, así como los desafíos de su conservación.	40%	Actividad de Investigación que complementa al núcleo problemático
mCA 14 mGC A138	Valorar la diversidad cultural y reconocer cómo el patrimonio cultural contribuye a enriquecer la expresión y comprensión de las identidades culturales.		
mCA 15	Reflexionar sobre el papel y la responsabilidad de la sociedad en la preservación y promoción del patrimonio cultural y su impacto en la identidad colectiva.		
mCC 13	Mostrar disposición para explorar y aprender sobre nuevas tecnologías aplicadas a la preservación del patrimonio cultural, demostrando una mentalidad abierta a la innovación y el cambio.		
<p>● <b>Equivalencia cuantitativa</b>  Trabajo Colaborativo: 10%  Foro: 10%  Examen Acumulativo: 20%  Exposiciones: 20%  Trabajo de Investigación: 40%</p>			
<b>Bibliografía</b>			
BARONA, Fernando. Gestión Cultural, una actitud de vida. Cali. Edit. Atma. 1999 GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas Híbridas. México. 1989 J.S. KAHAN. La Antropología como Ciencia. Editorial Anagrama. Barcelona. Querol, M. Á. (2010). Manual de gestión del patrimonio cultural. Ediciones Akal. Mestre, J. S., & Molina, N. L. (Eds.). (2016). El patrimonio cultural inmaterial y su didáctica. Trea. Laso, M. C. F., & Fernández-Laso, M. C. (2018). Patrimonio cultural y Marketing Digital (Vol. I). Midac, SL.			

Universidad Industrial de Santander									
Técnico Profesional en Proyectos Culturales y Creativos									
Investigación Creación I									
Código:		Intensidad horaria semanal: 6							H TI
		HIP							
Número de créditos:	2	Teóricas			Prácticas				
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas		
Requisitos :	Actividades académicas de apreciación Producción	En físico	En línea			En físico		En línea	
				2			1		

### Justificación

La creciente necesidad de formar profesionales que no sólo comprendan los aspectos administrativos y económicos de este campo en constante evolución, sino que también sean capaces de catalizar la creatividad y la innovación que son fundamentales para impulsar la economía cultural y creativa.

La economía cultural y creativa demanda profesionales versátiles que puedan abordar proyectos desde una perspectiva holística, donde la investigación no solo informe decisiones estratégicas, sino que también impulse las diferentes expresiones artísticas presentes ya en el sector.

La integración de metodologías de investigación en la exploración de nuevos proyectos gestados desde un reto organizacional o sectorial permitirá a los estudiantes experimentar el proceso de resolución de necesidades en primera persona. Esta combinación propende la colaboración interdisciplinaria, fomentando la interacción entre las líneas de música, artes plásticas y diseño industrial, lo que a su vez enriquecerá la creatividad y las posibilidades de innovación.

El curso también proporcionará una oportunidad para que los estudiantes reflexionen críticamente sobre su propio trabajo y su inserción en el contexto de la economía cultural y creativa. Esta habilidad de autoevaluación y análisis crítico es fundamental para el desarrollo de profesionales que puedan adaptarse y contribuir al constante cambio y evolución de este sector.

La inclusión de esta actividad académica refleja el compromiso del programa de formar no solo profesionales competentes, sino también agentes de cambio y promotores de la economía cultural y creativa. Así pues, se pretende también que los estudiantes se interesen por la generación de nuevo conocimiento y que los retos se profundicen mucho más en las diferentes líneas de investigación que apoyan al programa.

### Propósito

El propósito de esta actividad académica nuclear es que los estudiantes desarrollen la capacidad de integrar las funciones administrativas con las líneas de música, artes plásticas y diseño industrial en los procesos de investigación para el sector de la economía cultural y creativa según la base de retos del programa. A través de esta actividad académica, se busca brindar a los estudiantes las herramientas necesarias para proponer proyectos y generar muestras al finalizar el semestre en el campo de la cultura y la creatividad. Los estudiantes aprenderán a combinar la metodología de la investigación con la exploración de nuevas formas de expresión y la generación de obras o proyectos artísticos innovadores. Asimismo, podrán reflexionar críticamente sobre su propia práctica y su inserción en el contexto de la economía cultural y creativa, contribuyendo así al impulso y enriquecimiento del campo.

### Micro competencias a desarrollar

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCA2 3	Valora la diversidad cultural y la multiplicidad de enfoques estéticos, promoviendo el respeto y la tolerancia hacia diferentes expresiones culturales y creativas siendo partícipe de eventos y actividades culturales, demostrando una actitud abierta y receptiva hacia nuevas experiencias estéticas.	tMCE3
mCC2 4	Comprende contextos y situaciones que definen un problema y formula preguntas de investigación a partir del uso de datos.	
mCP2 5	Integra conocimientos teóricos y prácticos para enriquecer la apreciación estética de las actividades culturales y creativas, a través de un proceso de investigación-creación.	
mGCA 136	Reconoce dilemas y situaciones asociadas a problemas actuales: ambientales, sociales, culturales, económicos.	MGC1
mGCC 156	Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica de manera ética y responsable.	MGC4
mGCA 166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos conceptuales:

1. Definición y características de la investigación abordada mediante un reto
2. Relación entre investigación en el ámbito cultural y creativo.
3. Métodos y enfoques de investigación
4. Identificación de conceptos del sector.
5. Construcción de un marco teórico para la investigación
6. Herramientas para el análisis y la reflexión del reto.
7. Interpretación de resultados y conclusiones en la investigación.

### Contenidos procedimentales:

1. Definición de objetivos, hipótesis y preguntas de investigación.
2. Búsqueda de autores y bases de datos.
3. Aplicación de la metodología y los pasos del proyecto.
4. Aplicación de métodos de análisis y evaluación de resultados.
5. Interpretación de hallazgos y conclusiones.
6. Presentación de proyectos en formatos adecuados al contexto
7. Reflexión sobre el proceso de investigación mediante retos.
8. Autoevaluación de logros y desafíos

### Contenidos actitudinales:

1. Desarrollo de la capacidad de análisis y reflexión crítica.
2. Aceptación de la retroalimentación y disposición a mejorar.
3. Participación en intercambios colaborativos con compañeros y mentores.
4. Habilidad para comunicar ideas y resultados de manera efectiva.
5. Valoración y respeto por la diversidad estética y cultural.
6. Reconocimiento de la importancia de la cultura en la creación artística.
7. Actuación ética en la investigación y en la utilización de fuentes.

## Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La estrategia para esta actividad académica será el aprendizaje basado en retos del sector tanto al interior como fuera de la Universidad así:



Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCA2 3	Participa en la resolución de retos del sector cultural y creativo, mostrando interés en diversas expresiones culturales y creativas.	10%	Desarrollo del reto por medio del Aprendizaje Basado en Proyectos
mCC2 4	Identifica los elementos clave que definen un problema en contextos culturales y creativos específicos.	15%	
mCC2 4	Define cómo las preguntas de investigación pueden contribuir a una mayor comprensión de los problemas en el ámbito cultural y creativo.	15%	
mCP2 5	Utiliza metodologías de investigación para profundizar en problemáticas del sector	30%	
mGCA 136	Examina las complejidades de los problemas actuales en relación con el contexto cultural y creativo.	20%	
mGCC 156	Utiliza la información de manera ética y responsable, citando adecuadamente las fuentes en trabajos y proyectos.	10%	
<p>● <b>Equivalencia cuantitativa</b>  Primera fase del reto – proyecto: 10%  Definición metodológica y desarrollo de los marcos: 30%  Proceso metodológico de investigación: 30%  Desarrollo del problema y ejecución del reto: 20%  Organización del texto y uso de normas: 10%</p>			
<b>Bibliografía</b>			
<p>Sampieri, R. H. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.</p> <p>TAMAYO, Mario. Serie Aprender a Investigar – El Proyecto de Investigación. Módulo 5. Instituto para el Fomento de la Educación Superior- ICFES e Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda- ICESI. Cali. 1999</p> <p>Normas, A. P. A. (2019). Normas APA.</p>			





**INICIO DEL CICLO TECNOLÓGICO**

**QUINTO SEMESTRE**



Universidad Industrial de Santander Tecnología en Gestión Cultural y Creativa							
Gestión de la Propiedad Intelectual							
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas					
		HIP					HTI
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea	
		4					5
Justificación							
<p>La Propiedad Intelectual de las Economías Culturales y Creativas en Colombia y en el mundo radica en la creciente importancia de proteger y gestionar adecuadamente los activos intangibles en un entorno global caracterizado por la expansión propia del sector. En este contexto, donde estas economías son motores clave de desarrollo económico y social, es esencial que los estudiantes adquieran una comprensión profunda de los aspectos legales y éticos relacionados con la propiedad intelectual.</p> <p>Dado que las economías culturales y creativas están intrínsecamente ligadas a la generación y difusión de contenidos artísticos y culturales, surge la necesidad de capacitar a los futuros profesionales en la identificación y protección de las creaciones de las personas y organizaciones del ecosistema que se desarrolla en el sector. La propiedad intelectual se convierte en un activo invaluable para los profesionales de estos campos, garantizando que sus obras sean reconocidas, respetadas y remuneradas de manera justa. La gestión efectiva de derechos de autor, marcas y patentes se traduce en un entorno más propicio para la innovación y el emprendimiento, así como para el fortalecimiento de la identidad cultural.</p> <p>Cabe resaltar la constante evolución de las normativas nacionales e internacionales en materia de propiedad intelectual. Los estudiantes deben estar provistos con conocimientos actualizados para navegar por el terreno legal y comercial desde la administración y gestión, especialmente en un mundo cada vez más interconectado y digitalizado. Además, la capacidad de resolver conflictos y negociar acuerdos relacionados con la propiedad intelectual se vuelve fundamental para mantener relaciones comerciales y colaborativas sólidas en la industria.</p> <p>Se busca empoderar a los estudiantes para que se conviertan en agentes conscientes en la promoción de la sostenibilidad y el desarrollo equitativo de las economías culturales y creativas. Al comprender cómo la propiedad intelectual influye en la toma de decisiones estratégicas, los futuros profesionales estarán mejor preparados para enfrentar retos propios del sector tanto a nivel nacional como internacional.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de esta actividad académica es proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para comprender y gestionar de manera efectiva los aspectos relacionados con la propiedad intelectual en el ámbito de la economía cultural y creativa. El curso busca desarrollar en los estudiantes la capacidad de identificar, proteger y valorar los derechos de propiedad intelectual en diferentes contextos, como la creación artística, el diseño, la música y otras expresiones culturales y creativas. Los estudiantes examinarán las leyes y normativas vigentes, los procesos de registro y licenciamiento, la gestión de derechos de autor y marcas, así como la resolución de conflictos y la negociación en el ámbito de la propiedad intelectual. El objetivo final es dotar a los estudiantes de las herramientas necesarias para proteger y aprovechar de manera estratégica los activos tangibles e intangibles en el sector cultural y creativo, promoviendo la innovación, la colaboración y el desarrollo sostenible de la industria.</p>							

Micro competencias a desarrollar		
ID mC	Micro competencias (mC) mC	ID MC asociadas a las mC
mCC63	Identifica los conceptos fundamentales de la propiedad intelectual, como la gestión de la propiedad industrial, derechos de autor y conexos.	TMCE4
mCP64	Define las estrategias para la protección de la propiedad intelectual acorde al producto creativo y el entorno de divulgación del mismo.	
mCP78	Analiza los procesos de la protección de la propiedad intelectual junto con los términos y condiciones de su uso.	
mCP79	Utiliza técnicas de búsqueda y análisis de información para verificar la originalidad y la protección legal de obras y productos creativos.	
mCP96	Investiga las tendencias y cambios en las leyes y regulaciones relacionadas con la propiedad intelectual a nivel nacional e internacional.	
mGCAI40	Reconoce su responsabilidad profesional y personal en la sociedad	MGC1
mGCPI57	Analiza críticamente la información y las fuentes.	MGC4
mGCAI66	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7
<b>Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar</b>		
<b>Contenidos conceptuales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organismos nacionales e internacionales relativos a la propiedad intelectual</li> <li>2. Clasificación de la propiedad intelectual: La Propiedad Industrial y el Derecho de Autor</li> <li>3. Alcances</li> <li>4. Deberes y obligaciones establecidos en la normativa para operar en la industria de espectáculos públicos en Colombia: entidades reguladoras, de vigilancia, control y apoyo</li> </ol>		
<b>Contenidos procedimentales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Protección de la propiedad intelectual <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Patentes de Invención</li> <li>1.2 Diseños Industriales</li> <li>1.3 Marcas</li> <li>1.4 Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados</li> <li>1.5 Denominaciones Comerciales</li> <li>1.6 Indicaciones Geográficas</li> <li>1.7 Protección contra la competencia desleal</li> </ol> </li> <li>2. Protección de los Derechos de Autor y conexos <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Derechos Patrimoniales</li> <li>2.2 Derechos de reproducción, distribución, alquiler e importación</li> <li>2.3 Derechos de interpretación y ejecución públicas, radiodifusión y comunicación al público y de puesta a disposición del público</li> <li>2.4 Derechos de traducción y adaptación</li> <li>2.5 Derechos morales</li> </ol> </li> <li>3. Clasificación de productos y/o las diferencias en la propiedad intelectual de productos culturales frente otros productos y servicios.</li> </ol>		
<b>Contenidos actitudinales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trabajo en equipo: Participación en trabajos de manera colaborativa, promoviendo la cooperación y la comunicación efectiva entre los estudiantes.</li> <li>2. Responsabilidad y compromiso: Desarrollar un sentido de responsabilidad en el cumplimiento de actividades.</li> <li>3. Apertura a la crítica constructiva: Aceptar la retroalimentación como una oportunidad para mejorar y perfeccionar habilidades.</li> </ol>		

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Clase magistral: Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

Aula invertida: El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

Trabajo colaborativo: Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante, proponiendo un trabajo de aplicación sobre los contenidos del curso.

Foros: Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento utilizando la plataforma Moodle de manera asincrónica para luego expresar de forma oral en clase sus conclusiones.

Estudio de caso – Análisis de Sentencias: Con el fin de preparar al estudiante en posibles situaciones que se le presenten en su ejercicio profesional.

**Evaluación del aprendizaje**

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC63	Identifica organismos nacionales e internacionales encargados de la regulación y protección de la propiedad intelectual.	10%	Lectura del material dispuesto por el profesor y elaboración de taller
mCC63 mCP96	Reconoce las implicaciones y alcances de la normativa de propiedad intelectual en el contexto de las economías culturales y creativas.	10%	Trabajo Colaborativo
mCC63	Reconoce los deberes y obligaciones establecidos en la legislación colombiana para operar en la industria de espectáculos públicos, identificando las entidades reguladoras y de control.		Trabajo Colaborativo
mCP64	Diferencia los tipos de derechos de propiedad intelectual, incluyendo derechos de autor y otros derechos conexos, evaluando las excepciones y las compensaciones correspondientes.	15%	Examen
mCP78	Describe los aspectos relacionados con los derechos de autor, desde su creación hasta su protección y transmisión, incluyendo el registro y la otorgación de licencias de uso.	20%	Estudio de Caso
mCP78	Identifica los elementos de la Propiedad Industrial, incluyendo las nuevas creaciones y los signos distintivos, destacando su importancia en la industria creativa.	20%	Trabajo Colaborativo
mCP79 mGCP157	Analiza los desafíos específicos que presenta el entorno digital en términos de propiedad intelectual, incluyendo la piratería y la gestión de derechos en línea.	15%	Estudio de Caso
mGCA166	Colaborar de manera efectiva en trabajos grupales, demostrando habilidades de comunicación y cooperación para alcanzar objetivos comunes.	5%	Trabajo Colaborativo
mGCA140	Aceptar de manera receptiva la retroalimentación constructiva de compañeros y docentes, utilizándola como una oportunidad para mejorar habilidades y conocimientos en el campo de la propiedad intelectual.	5%	Autoevaluación y Coevaluación

• **Equivalencia cuantitativa**

Lecturas y Talleres: 10%

Trabajo Colaborativo: 15%

Estudio de Casos: 30%

Exámenes: 15%

Autoevaluación y Coevaluación: 5%

### Bibliografía

Ley 1834 de 2017 por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja El Congreso de Colombia.

Ley 397 de 1997 (Agosto 7). Ley general de cultura - Definiciones y principios.

Recuperado

de:

[http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/ley\\_397\\_de\\_1997\\_ley\\_general\\_de\\_cultura.pdf](http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/ley_397_de_1997_ley_general_de_cultura.pdf)

Intelectual, P. (2018). Propiedad intelectual.

Palacios, J. P. C. (2008). Manual de propiedad intelectual. Universidad del Rosario.

Lozada, J. (2014). Investigación aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica, 3(1), 47-50.

Grefe, Xavier. Gestión de empresas creativas Industrias creativas – Publicación 3, Universidad de París I – Sorbona, Diciembre de 2006.

Universidad Industrial de Santander								
Tecnología en Gestión Cultural y Creativa								
Gestión Humana								
Código:	Intensidad horaria semanal: 9 horas							
	HIP							HTI
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico		En línea
				3				1
Justificación								
<p>En un contexto caracterizado por cambios económicos, políticos, sociales, culturales y laborales que impactan en las dinámicas empresariales, las organizaciones cada vez propenden por la consolidación de una cultura del talento estratégico mediante el diseño e implementación de mecanismos eficientes de administración del capital humano, partiendo de la visión de ser un pilar para el alcance de los objetivos organizacionales. Para ello, la gestión humana se centra en estrategias que permitan identificar y atraer los mejores talentos por medio de procesos de selección acordes a la esencia de la organizacional; integrar el nuevo talento de forma rápida y eficiente a la dinámica de trabajo; formar, desarrollar y potencializar las competencias y habilidades del talento; evaluar individual y colectivamente el desempeño de los colaboradores; retener a los mejores prospectos identificados como talentos de alto potencial; compensar mediante un sistema salarial y de compensaciones propio de la organización; propiciar espacios de bienestar organizacional. Ante este escenario de la gestión humana, es imprescindible mencionar su articulación a la estrategia corporativa de negocios y funcional, implicando que el enfoque de los procesos del talento humano se diseñe y ejecuten alrededor de los propósitos organizacionales. Finalmente, el curso traza como propósito comprender el ciclo de gestión del talento humano, para que partir de ello, se mejoren los procesos que lo conforman, alineados a la estrategia y ventaja competitiva de la organización en el sector cultural y creativo.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es proveer a los estudiantes de herramientas necesarias para comprender y aplicar estrategias de gestión humana específicas para el sector de la economía cultural y creativa. El curso busca desarrollar en los estudiantes la capacidad de identificar y gestionar el talento humano, fomentar el trabajo en equipo, promover la creatividad y la innovación y cultivar un ambiente laboral propicio para el desarrollo de proyectos culturales y creativos. Los estudiantes adquirirán competencias en la gestión del talento, liderazgo, motivación, comunicación efectiva, gestión del cambio, con el fin de optimizar los recursos humanos y contribuir al crecimiento sostenible de las organizaciones en el ámbito cultural y creativo.</p>								
Micro competencias a desarrollar								
Micro competencias (mC)							ID MC asociadas a las mC	
ID mC	mC							
mCC66	Identifica los principios y teorías fundamentales de la gestión humana.						TMCE7	
mCP82	Gestiona los elementos administrativos y organizacionales, de acuerdo con el marco jurídico laboral.							
mCA83	Promueve relaciones laborales positivas y saludables, fomentando el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y la resolución constructiva de conflictos.							
mCA84	Se adapta de manera ágil a los cambios y desafíos propios del sector cultural y creativo, aplicando enfoques innovadores en la gestión del talento humano							
mGCP165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.						MGC7	



### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. Gestión estratégica de la gestión humana
2. Planeación de la gestión humana
3. Tendencias de la gestión humana

#### Contenidos procedimentales:

1. Análisis y descripción de los puestos de trabajo
2. Métodos de reclutamiento del talento humano
3. Selección y orientación del talento humano
4. Onboarding de nuevos colaboradores
5. Fundamentos de un sistema salarial y de compensaciones.
6. Modelos cuantitativos y cualitativos de valoración de cargos.
7. Escala salarial
8. Conceptos de un modelo de evaluación.
9. Metodologías de evaluación de desempeño individuales y colectivas.
10. Herramientas de evaluación de desempeño.
11. Programas de formación: métodos y medios
12. Diseño e implementación programa de formación
13. Programas de bienestar organizacional
14. Concepto de retención y satisfacción laboral.
15. Employee brand: employee experience
16. Employee journey maps
17. El talento humano en la gestión cultural y creativa

#### Contenidos actitudinales:

1. Motivación para el trabajo.
2. Dinámica del liderazgo.
3. Comunicación organizacional.
4. Administración de equipos de trabajo.
5. Culturas organizacionales y diversidad cultural

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Las estrategias son: Aula invertida para el manejo de casos empresariales a trabajar previa lectura del estudiante, clases magistrales, exposiciones, juego de roles en entrevistas de trabajo con la utilización de la cámara de Gesell para presentación de entrevistas individuales y grupales.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC66	Planeación y Gestión Estratégica del Talento Humano.	15%	Mapas mentales y foro de discusión.
mCC66	Incorporación e integración del talento humano en la organización.	20%	Ejercicio de entrevistas – Cámara de Gesell/Retroalimentación.
mCP82	Sistema de compensación salarial	20%	Examen 1
mCP82	Sistema de evaluación de desempeño	20%	Examen 2
mCA83	Formación, desarrollo y bienestar del talento humano	15%	Aula invertida – Casos Empresariales
mCA84 mGCPI65	Retención y relevo del talento humano	10%	Exposición grupal

- **Equivalencia cuantitativa**

Mapas mentales – Foro: 15%

Ejercicio de entrevistas: 20%

Examen 1: 20%

Examen 2: 20%

Casos: 15%

Exposiciones: 10%

### Bibliografía

- Alles M (2015). Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias. 3ra edición. Buenos Aires: Granica
- Alles, M. (2016). Selección por competencias. Atracción y reclutamiento en las redes sociales. Granica.
- Cuesta, A (2015). Indicadores de gestión humana y del conocimiento en la empresa. ECOE.
- Cuesta A (2012). Gestión del desarrollo del capital humano: Medición del desempeño organizacional. En: Taller de Talento Humano de Clase Mundial 2012.
- Cuartas, F.2015. Salarios. Aspectos a considerar en su administración y manejo. Ediciones de la U.
- Díaz, M. (2006). Assessment center paso a paso. Psicom editores.
- Flechas Carreño, C. J. y Suárez Hernández, L. A. (2017). Hacia la humanización en las organizaciones (Tesis de pregrado).
- Guartán, A., Torres, K., ollague, J. La evaluación del desempeño laboral desde una perspectiva integral de varios factores. 593 Digital Publisher CEIT, ISSN-e 2588-0705, Vol. 4, N°. 6, 2019, págs. 13-26.
- González, A (2013). Métodos de compensación basados en competencias. Universidad del Norte, ECOE Ediciones.
- Morales, J., y Velandia, N. 1999. Salarios, Estrategia y sistema salarial o de compensación. Ed. McGraw Hill.
- Sinha, A., Varkkey, B. and Meenakshi, N. (2019), "Design thinking for improving employee experience: a case of a food tech company", Development and Learning in Organizations, Vol. 34 No. 1, pp. 8-11
- Plaskoff, J. (2017), "Employee experience: the new human resource management approach", Strategic HR Review, Vol. 16 No. 3, pp. 136-141.
- Rosoni, M, y Guareschi J (2018). Mentoría organizacional. Manual de Implantacao de Programa Interno.
- Varela, R. 2013. Administración de la compensación. Pearson.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Tecnología en Gestión Cultural y Creativa</b> <b>Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos</b>							
<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 6 horas</b>					
<b>Número de créditos:</b>	<b>2</b>	<b>HIP</b>				<b>HTI</b>	
		<b>Teóricas</b>		<b>Prácticas</b>			
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>Sincrónicas</b>	<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>	<b>Asincrónicas</b>	<b>3</b>	
		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		
<b>Justificación</b>							
<p>Dentro del sector cultural y creativo, la producción de espacios, eventos y espectáculos es un componente esencial para la promoción de la cultura, la creatividad y la identidad. La formación en esta actividad académica permitirá a los estudiantes desarrollar habilidades tanto técnicas como gerenciales, además de fomentar su capacidad para diseñar experiencias culturales enriquecedoras y atractivas. A través de la adquisición de conocimientos relacionados con la logística, el diseño, la programación, la gestión financiera y la coordinación de equipos, los estudiantes estarán preparados para enfrentar los retos que implica la producción de eventos y espectáculos en un mundo interconectado y en constante cambio.</p>							
<p>Es de resalta la promoción de la cultura y la creatividad como motores de desarrollo sostenible, así como en el impulso de la economía cultural y creativa. Al dotar a los futuros profesionales con las competencias necesarias para crear y gestionar espacios, eventos y espectáculos de calidad, se contribuye directamente al enriquecimiento del entorno cultural y al fomento de la participación ciudadana en actividades culturales. Además, esta formación les permitirá aportar de manera significativa al tejido cultural y creativo de la sociedad, impulsando la innovación y el crecimiento del sector.</p>							
<b>Propósito</b>							
<p>El propósito de esta actividad académica es brindar a los estudiantes las habilidades, herramientas y conocimientos necesarios para planificar, organizar y gestionar espacios, eventos y espectáculos en el sector cultural y creativos. Por medio de este curso, los estudiantes adquirirán una comprensión de los procesos involucrados en la producción de eventos y espectáculos, desde la conceptualización y diseño hasta la logística y ejecución, considerando aspectos técnicos, artísticos, financieros y de gestión. El objetivo final es formar futuros profesionales capacitados para liderar proyectos culturales y creativos, contribuyendo al enriquecimiento de la oferta cultural y al fomento de la industria cultural en su conjunto.</p>							

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCP88	Planea el diseño de la producción, la consecución y gestión de los derechos de las obras, y la definición de los cronogramas de uso de los recursos, asegurando el cumplimiento de objetivos, la calidad del producto final y la satisfacción de las audiencias.	TMCE9
mCP100	Propone los recursos necesarios para la producción de espacios, eventos y espectáculos, incluyendo la logística, canales de distribución, la gestión financiera, la contratación, la selección de espacios y el manejo de equipos técnicos, garantizando una operación eficiente y efectiva.	
mCP101	Prepara eventos culturales y creativos para la exposición a públicos, considerando aspectos como la acústica, iluminación, distribución de espacios y requisitos de seguridad, con el objetivo de crear experiencias memorables y garantizar el bienestar de los asistentes.	
mGCA142	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa	MGC1
mGCP165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	MGC7
<b>Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar</b>		
<b>Contenidos conceptuales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tendencias en la Industria de los eventos: terminología básica aplicada a los eventos, asociaciones y gremios nacionales e internacionales de organizadores profesionales de Eventos, tendencias del mercado de los eventos y los nuevos usuarios de los eventos.</li> <li>2. Elementos Básicos: propósitos y objetivos, tipología y características.</li> <li>3. Identidad del espacio, evento o espectáculo: contenidos, desarrollo, temáticas - programa tentativo, lugar de realización, idiomas, invitados especiales, asistentes por cuenta del evento, asistentes esperados.</li> </ol>		
<b>Contenidos procedimentales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Componentes del espacio, evento o espectáculo: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participantes, conferencistas e invitados, sede, locaciones deseables, locaciones convenientes, scouting de locaciones, visita de inspección de locación., check list de revisión e inspección de una locación, fechas, selección de la fecha ideal, elaboración de la matriz de selección de fecha, traducción simultánea</li> <li>- Salones y dotación, distribución de áreas, determinación de espacios en la locación, ubicación de mesas sillas y demás. Mapeo del lugar, producción técnica, iluminación, sonido, video, ambientación, rider técnico artistas, ground support, tecnologías especiales.</li> <li>- Eventos sociales y complementarios, decoración y ambientación hoteles, boletos aéreos, transporte terrestre y local, recreación y turismo.</li> <li>- Servicios especiales: seguridad, cuerpo médico, comunicaciones, conectividad, geolocalización, ejercicios de manejo de eventualidades, souvenirs, placas y regalos, registro del evento (audio, video y fotos), materiales impresos, inscripciones, sistemas de registro y control de participantes.</li> </ul> </li> <li>2. Promoción y divulgación: información pública e imagen del evento, publicidad, correo directo, prensa y medios de comunicación, marketing de eventos, marketing digital y social media en eventos, estrategias de guerrilla en la comercialización de eventos, patrocinios y auspicios.</li> <li>3. Administración: licencias y permisos, impuestos y retenciones, formas de pago (cobro), descuentos y comisiones, presupuesto, puntos de equilibrio – tarifas, real cumplido, original contra ejecutado, el contrato de la organización de eventos, proveedores y contratación, portafolio de proveedores y precios especiales, relación y actividades con los proveedores, pólizas y seguros, staff y equipo de trabajo, contratación y relación laboral, alimentación staff, secretaria técnica y documentación.</li> <li>4. Proyecto de trabajo: programación de actividades con responsabilidades. El timing y el minuto a minuto, cancelaciones, el cierre del evento, la evaluación final.</li> </ol>		
<b>Contenidos actitudinales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Características y aptitudes propias del organizador(a)</li> <li>2. Reglas de comportamiento del equipo de trabajo.</li> <li>3. Comunicación con el equipo de trabajo</li> </ol>		

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

**Línea de tiempo:** Con el fin de que los estudiantes ordenen una secuencia de eventos o de hitos sobre un tema, con el fin de visualizar con claridad la relación temporal entre ellos.

**Clase magistral:** Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

**Aula invertida:** El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

**Salidas de campo:** Organizar visitas a estudios de grabación, conciertos o eventos culturales, para enriquecer la experiencia de aprendizaje y conectar con el entorno profesional.

**Trabajo colaborativo:** Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante.

**Debates:** Los debates pretenden forjar competencia para los estudiantes dentro de la comunicación oral y escrita, dado que allí se debe evidenciar la oratoria, modo de expresión, entonación y por supuesto mostrar una postura clara y respetuosa sobre la situación problema.

**Foros:** Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento.

**Mapa Conceptual:** Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.

**Informes:** Integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales en un documento que dé cuenta de lo aprendido en un tema o el total del curso.

**Sesiones de Laboratorio y Edición:** Se llevarán a cabo sesiones prácticas en laboratorios con equipos para los procesos de preproducción.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP88	Comprende los propósitos, objetivos y tipología de eventos, así como su identidad y temática.	15%	Taller práctico
mCP100	Reconocer terminología básica de la organización de espacios, eventos y espectáculos	20%	Exposición
mCP100 mCP101	Las funciones administrativas aplicadas a la generación de espacios, eventos y espectáculos.	25%	Proyecto: Planeación y Organización
		20%	Proyecto: Ejecución y Control
mGCA142 mGCP165	Fomentar habilidades y actitudes necesarias para un rol efectivo como organizador	20%	Trabajo Colaborativo

● **Equivalencia cuantitativa**

Taller práctico: 15%.

Exposición: 20%

Proyecto primera fase: 25%

Proyecto segunda fase: 20%

Trabajo Colaborativo: 20%

### Bibliografía

NORMA TÉCNICA NTS-OPC SECTORIAL 001: operación de congresos, ferias y convenciones requisitos de servicio, ICONTEC.

Tecnología avanzada para producción de eventos artísticos y culturales

<http://www.sistemasintegralesenaudio.com.mx/produccion>

Reverté, F. G., & Pérez, S. M. (2009). Ciudades efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos (Vol. 4). Editorial UOC.

Doug Matthews - Special Event Production\_ The Resources-Butterworth-Heinemann (2007)

Doug Matthews - Special event production. The process-Routledge (2016)

Universidad Industrial de Santander								
Tecnología en Gestión Cultural y Creativa								
Audiencias I								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas						
Número de créditos:	3	HIP						H T I
		Teóricas		Asincrónicas	Prácticas			
		Sincrónicas	En físico		En línea	Asincrónicas		
Requisitos:	No tiene requisito previo	En físico	En línea	En físico	En línea		5	
		4						
Justificación								
<p>Dada la creciente importancia de entender y atender las diversas necesidades y preferencias de las audiencias en el ámbito de la economía cultural y creativa, en un mundo caracterizado por la diversidad y la transformación constante, se hace indispensable que las organizaciones culturales y creativas cuenten con profesionales capacitados para conectar de manera efectiva con su público objetivo.</p> <p>El curso aborda la formación de audiencias como un aspecto crucial para el éxito y la sostenibilidad de proyectos culturales y creativos ya que la comprensión profunda de las audiencias no solo permite adaptar las propuestas artísticas y culturales de manera precisa, sino también establecer relaciones sólidas y duraderas con los consumidores y usuarios. En un entorno donde la oferta cultural y creativa es amplia y variada, la capacidad de identificar, segmentar y comprender a las audiencias se convierte en una ventaja competitiva.</p> <p>Además, en una era digital y globalizada, el acceso a herramientas y técnicas de investigación permite recolectar y analizar datos relevantes sobre las audiencias, lo que posibilita una toma de decisiones más informada y estratégica.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es capacitar a los estudiantes para comprender y abordar de manera efectiva las necesidades y comportamientos de las audiencias en el sector de la economía cultural y creativa. Se busca desarrollar en los estudiantes la habilidad de analizar en profundidad las características demográficas, psicográficas y culturales de las audiencias, y utilizar esta información para diseñar estrategias de comunicación y marketing que establezcan conexiones sólidas y significativas. Además, se pretende dotar a los estudiantes con las herramientas y técnicas necesarias para la formación de audiencias, comprendiendo cómo identificar, segmentar y atraer a nuevos públicos hacia proyectos culturales y creativos.</p>								

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCP76	Aplica técnicas de investigación para recopilar y analizar datos relevantes de las audiencias y sus comunidades en el sector cultural y creativo.	TMCE3
mCP77	Utiliza Herramientas para identificar, clasificar y fidelizar a los públicos, las audiencias y las comunidades del sector creativo y cultural.	
mCP93	Diseña un plan para el desarrollo y formación de públicos según su tipología utilizando las herramientas adecuadas para cada uno.	
mCP94	Formula indicadores clave de rendimiento para la evaluación del plan de desarrollo y formación de las audiencias con el fin de establecer controles y mejora continua.	
mGCC 161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	MGC6
mGCAI 66	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos Conceptuales:

Introducción a las Audiencias en el Sector Cultural y Creativo:

1. Definición de audiencias, públicos y comunidades en el contexto cultural y creativo.
2. Importancia de comprender y atender a las audiencias en proyectos culturales y creativos.
3. Tipos de audiencias según características demográficas, psicográficas y culturales.
4. El análisis de audiencias: concepto e indicadores.
5. Sistemas de investigación y medición de audiencias.
6. CRM Marketing y bases de datos: ¿cómo gestionar la información?

### Contenidos Procedimentales:

Investigación de Audiencias:

1. Diseño de encuestas y análisis de resultados para identificar preferencias y necesidades de las audiencias.
2. Implementación de grupos focales para profundizar en la comprensión de comportamientos y motivaciones.

Segmentación y Clasificación de Audiencias:

1. Aplicación de técnicas de segmentación para categorizar audiencias.
2. Utilización de herramientas de análisis de datos para crear perfiles detallados de públicos.

Formación de Audiencias:

1. Ampliación o diversificación de públicos.
2. Creación de Públicos.
3. Fidelización de Públicos.
4. Formación de Públicos.

Uso de Herramientas Tecnológicas:

1. Manejo de plataformas de análisis de datos y herramientas digitales para monitorear el compromiso y la participación de las audiencias.
2. Implementación de estrategias en redes sociales y marketing digital para llegar a diferentes públicos.

### Contenidos Actitudinales:

1. Actitud receptiva y abierta para entender las preferencias cambiantes de las audiencias.
2. Empatía y Adaptabilidad: Reconocimiento de la diversidad de las audiencias y capacidad de adaptar estrategias para satisfacer sus demandas.
3. Reconocimiento de la importancia de la medición y evaluación constante en la formación de audiencias.

## Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Las estrategias de enseñanza aprendizaje a utilizar en la actividad académica de audiencias son:

Micro casos: con el fin de poner en contexto la teoría y revisar el proceso de aprendizaje del estudiante al dar una solución clara a una situación que pretende ser retadora.

Aula invertida: Incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

Storytelling: con el fin de reflexionar sobre la formación de las audiencias.

Foros: para propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento.



Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP77 mGCC 161	Conceptualización e importancia de las audiencias, públicos y comunidades en el contexto cultural y creativo.	20%	Resultado del análisis de los micro casos.
mCP77	Tipos de audiencias según características demográficas, psicográficas y culturales	15%	Aula invertida y foro
mCP76	Diseños de instrumentos para la investigación de las audiencias	10%	Trabajo colaborativo
mCP93	Análisis de las audiencias	15%	Evaluación
mCP93	Estrategias para la formación y desarrollo de audiencias con base en su tipología.	20%	Aula invertida y foro
mCP94	Uso de herramientas tecnológicas en las audiencias.	10%	Exposiciones
mGCAI 66	Demostrar empatía al reconocer la diversidad de las audiencias y ser capaz de adaptar estrategias para satisfacer sus necesidades.	10%	Trabajo Colaborativo

● **Equivalencia cuantitativa**

Micro casos: 20%

Aula invertida y Foro: 35%

Trabajo Colaborativo: 10%

Evaluación: 15%

Exposiciones: 10%

**Bibliografía**

Kitzinger, J. (2004). Audience and readership research. *The SAGE Media Handbook of Media Studies*, 167-181.

Livingstone, S. (2005). Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere.

Justo, E. (2016). Formar públicos. Reflexiones teóricas y análisis de casos en la formación de públicos en el ámbito cultural.

Sánchez, F. (2016). Hacia la formación de públicos culturales desde una estrategia pedagógica

Pérez, L. (2017). estudios sobre públicos y museos, apuntes para pasar de la teoría a la práctica.

Amigo, M. C. (2014). La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales. *Quaderns d'animació i educació social*, (19), 3.

Pinochet, C., & Güell, P. (2018). Visitantes, audiencias, públicos. Apuntes para un estudio desde las prácticas culturales. *Atenea (Concepción)*, (518), 151-166.

Nunes, P., & Suarez Pinzón, J. (2017). Dinámicas e implicación de las audiencias culturales. 2do Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural.

Moguillansky, M. (2021). La cultura en pandemia: de las políticas culturales a las transformaciones del sector cultural. *Ciudadánías. Revista de políticas sociales urbanas*, (8).

Lopez, Ferran. (2020). Manual de desarrollo de audiencias desde la proximidad.

Universidad Industrial de Santander								
Tecnología en Gestión Cultural y Creativa								
Lengua Extranjera III: inglés								
Código:		Intensidad horaria semanal: 6horas						H T I
		HIP						
Número de créditos:	2	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	Lengua Extranjera II: inglés	En físico	En línea			En físico		En línea
					4			
Justificación								
<p>En concordancia con la misión de la Universidad Industrial de Santander y el Modelo Pedagógico Institucional, se consolida la intención de internacionalizar la propuesta curricular, lo que implica necesariamente el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales que habiliten a los miembros de la comunidad para relacionarse e interactuar con sus pares a nivel mundial. Así, se define el plurilingüismo y la multiculturalidad como una oportunidad formativa que contribuye a la consolidación de la visión institucional, desde el componente de formación integral de una comunidad que se construye permanentemente con una actitud de apertura al saber universal, a la colaboración académica internacional y a la ubicación de nuestra identidad nacional en el contexto social y cultural de la aldea global.</p> <p>En consecuencia, la Universidad Industrial de Santander define que, para obtener el grado, los estudiantes de programas de nivel profesional tendrán que alcanzar un nivel superior a B1 en inglés según el Marco Común Europeo de Referencia. Para lograrlo, podrán matricular tres (3) cursos de dos (2) créditos académicos cada uno, ofrecidos por la Universidad, hasta que haya cumplido con el 60% de los créditos académicos definidos en su plan de estudio o validar el nivel de lengua, mediante prueba estandarizada. Una vez el estudiante demuestra que alcanzó el nivel B1, tendrá la oportunidad de realizar un curso que eleve su nivel de competencia a B1+, equivalente a dos (2) créditos académicos, que harán parte del 40% de créditos académicos restantes en su plan de estudio. Al final, el estudiante presentará la prueba de certificación de competencia de nivel B1+, cuyo resultado constituye evidencia de cumplimiento del requisito de egreso.</p> <p>La actividad académica de Lengua Extranjera III: inglés está estructurada según el Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas y permitirá al estudiante comunicarse con cierta seguridad, tanto en asuntos que son habituales como en los que no lo son, relacionados con sus intereses personales y su especialidad. Podrá intercambiar, comprobar y confirmar información en situaciones menos corrientes y explicar el motivo de un problema, aunque deba hacer pausas que son evidentes para hacer cierta planificación gramatical y léxica y cierta corrección.</p>								
Propósito								
<p>A través de esta actividad académica los estudiantes tendrán la oportunidad de ampliar su capacidad lexical y gramatical para involucrarse en intercambios comunicativos improvisados que traten de asuntos cotidianos. También se ofrecerá la oportunidad de recrear situaciones reales para poner en juego sus destrezas, así como su capacidad para desenvolverse en situaciones impredecibles. En estos espacios, se promoverá el trabajo tanto autónomo como colaborativo y se incorporarán las nuevas tecnologías de la información y comunicación.</p>								

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mGCC 161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	MGC6
mGCPI 62	Interactúa en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina, utilizando el idioma inglés	
mGCPI 63	Produce textos coherentes en inglés sobre temas que son de interés personal y general.	
<b>Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar</b>		
Comunicativos (pragmáticos)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Describir memorias de la vida y hábitos en el pasado.</li> <li>✓ Expresar preferencias y deseos.</li> <li>✓ Describir historias de vida.</li> <li>✓ Describir sueños, esperanzas y ambiciones.</li> <li>✓ Describir intenciones futuras.</li> <li>✓ Hacer referencias a experiencias de la vida y duración de los eventos.</li> <li>✓ Describir acciones en proceso.</li> <li>✓ Expresar sentimientos y actitudes.</li> <li>✓ Hacer y responder a invitaciones.</li> <li>✓ Describir hechos reales o imaginarios.</li> <li>✓ Hacer preguntas sencillas para averiguar sobre un tema.</li> <li>✓ Dar y responder a consejos y sugerencias.</li> <li>✓ Expresar opiniones, acuerdo y desacuerdo sobre temas familiares.</li> </ul>		
Comunicativos (lingüísticos-lexicales)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Time phrases</li> <li>✓ Descriptive adjectives: places, people, situations</li> <li>✓ Daily routines</li> <li>✓ Suitable expressions for appropriate situations</li> <li>✓ Comparative and superlatives adjectives</li> <li>✓ Verbs phrases about ambitions</li> </ul>		
Comunicativos (lingüísticos-gramaticales)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Past simple, past continuous, used to</li> <li>✓ Questions</li> <li>✓ Present simple and present continuous."</li> <li>✓ Past simple, present perfect, present Perfect continuous</li> <li>✓ Different ways of comparing</li> <li>✓ Future forms</li> <li>✓ Like and would like</li> <li>✓ Narrative tenses: past simple, past continuous and past perfect.</li> <li>✓ Conditional sentences with would</li> <li>✓ Comparatives and superlatives</li> </ul>		
Socioculturales		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Solving problems when travelling</li> <li>✓ Making a blog to tell stories</li> <li>✓ Cities in the world</li> <li>✓ Outstanding people</li> </ul>		

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La metodología abarca el enfoque comunicativo de amplio espectro apoyado con el aprendizaje por tareas y basados en proyectos; armoniza con la mediación tecnológica y fortalece los principios de autonomía y de trabajo cooperativo.

#### ▪ Estrategias de Enseñanza

- ✓ Actividades de interacción estudiante-estudiante y estudiante-profesor en contextos significativos, orientadas al desarrollo de la habilidad oral comprensiva y productiva.
- ✓ Práctica guiada mediante la realización de actividades previstas en el libro texto o adaptadas de otros textos.
- ✓ Implementación de recursos digitales relacionados con temas de clase.
- ✓ Ejercicios de comprensión de material auténtico y didáctico \* para el desarrollo de las habilidades de comprensión.
- ✓ Ejercicios de producción de textos orales y escritos de situaciones significativas orientadas al desarrollo de las habilidades productivas del idioma.
- ✓ Ejercicios de consolidación de vocabulario y estructuras gramaticales para el desarrollo de las habilidades comprensivas y productivas del idioma.
- ✓ Actividades interactivas que generen reflexión y opinión sobre los aspectos culturales propios y de otros.
- ✓ Utilización de conocimientos previos, experiencias, actitudes y creencias, que ayudan a hacer la nueva información más significativa.
- ✓ Realimentación del proceso.
- ✓ Actividades que involucren el uso de la tecnología como medio de enseñanza, comunicación, desarrollo de la creatividad y del aprendizaje autónomo.

#### ▪ Estrategias de Aprendizaje

De producción:

- ✓ Dirigirse a un público (discursos en reuniones públicas, conferencias universitarias, sermones, espectáculos, comentarios deportivos, presentaciones de ventas, etc.).
- ✓ Leer en voz alta un texto escrito.
- ✓ Hablar apoyándose en notas, en un texto escrito o en elementos visuales (esquemas, imágenes, gráficos, etc.).
- ✓ Representar un papel ensayado.
- ✓ Hablar espontáneamente.
- ✓ Grabación de su propio registro de voz.
- ✓ Completar formularios.
- ✓ Producir carteles para exponer.
- ✓ Tomar notas para usarlas como referencias futuras.
- ✓ Tomar mensajes al dictado, etc.
- ✓ Escribir de forma creativa e imaginativa;
- ✓ Escribir cartas personales.

De Comprensión:

- ✓ Escuchar declaraciones públicas (información, instrucciones, avisos, etc.);
- ✓ Escuchar medios de comunicación (radio, televisión, grabaciones, cine);
- ✓ Escuchar conversaciones por casualidad, etc.
- ✓ Lectura de orientación general, lectura orientada a detectar información específica, lectura de información, lectura de instrucciones, lectura de entretenimiento.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCC 161 mGCPI 62 mGCPI 63	<p>Escuchar y relacionar con imágenes las historias sobre los recuerdos de diferentes personas.</p> <p>Escuchar y tomar algunas notas sobre la forma como las personas invierten su tiempo con el fin de emitir un reporte sencillo.</p> <p>Reconocer los eventos más relevantes en la vida de una persona y darle sentido a su historia al completarla con los elementos gramaticales pertinentes.</p> <p>Leer un artículo corto que describe experiencias y su duración por medio de preposiciones.</p> <p>Describir sus planes, intenciones y ambiciones con un lenguaje sencillo y coherente.</p> <p>Expresar qué le gusta y qué le gustaría hacer en situaciones habituales y no tanto.</p> <p>Describir lo que le gusta y le gustaría hacer y explica por qué.</p> <p>Narrar una historia que describe eventos que ocurrieron en su vida y describir los sentimientos que afloran al recordarlos.</p> <p>Describir con detalle eventos, reales o imaginarios, usando un repertorio de palabras sencillas.</p> <p>Describir lugares y los compara entre sí.</p> <p>Describir lo que le gusta y le gustaría hacer y explica por qué.</p> <p>Narrar una historia sobre los eventos que ocurrieron en su vida y describir los sentimientos que afloran al recordarlos.</p>	A	Classwork, Quizzes, Examen
<p>● <b>Equivalencia cuantitativa</b></p> <p>Equivalencia cuantitativa: La calificación de la asignatura es cuantitativa y tiene una escala entre cero, cero (0,0) y cinco, cero (5,0) con una nota aprobatoria mínima de tres, cero (3.0) conforme al Reglamento Académico -Estudiantil de Pregrado vigente en la institución.</p>			

## Bibliografía

- CUNNINGHAM, S. & MOOR, P. Cutting Edge Elementary Third Edition. Longman. Harlow, UK, 2013.
- Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas [en línea]. [Strasbourg: Consejo de Europa], 2001. <http://es.wikipedia.org/wiki/Marco-com%C3%BAn-europeo-de-referencia-para-las-lenguas> [Consulta: 20 febrero 2017].
- Global Scale of English. Teachers' tool kit learning objectives. 2018. Recuperado de: <https://www.pearson.com/english/about/gse.html>.
- Soars, J. & Soars, L (2003) New Headway Intermediate Third Edition. Oxford. New York, USA. Other Language Series available at the Resource Center of the Institute.

### Listening

- <http://esl.about.com/blgrammar.htm>
- <http://www.npr.org>
- [www.esl-lab.com](http://www.esl-lab.com)
- <http://www.learnoutloud.com/Podcast-Directory/History/Speeches/Yale-University-Podcast/22915>
- [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- <http://home.earthlink.net/~eslstudent/listen/easy.html>

### Reading

- [www.thesaurus.com](http://www.thesaurus.com)
- <http://www.esl-lounge.com/student/reading/3r1-learn-english-reading.php>
- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

### Writing

- [owl.english.purdue.edu](http://owl.english.purdue.edu)
- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

### Pronunciation

- <http://international.ouc.bc.ca/pronunciation>
- <http://www.fonetiks.org>

### Grammar

- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)
- <http://iteslj.org/quizzes>
- [www.eslgames.com](http://www.eslgames.com)
- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)
- [www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm](http://www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm)
- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)
- [www.manythings.org](http://www.manythings.org)

### Vocabulary

- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)
- <http://iteslj.org/quizzes>
- [www.learn-english-today.com/idioms/idioms\\_proverbs.html](http://www.learn-english-today.com/idioms/idioms_proverbs.html)
- [www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures](http://www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures)



## SEXTO SEMESTRE



<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Tecnología en Gestión Cultural y Creativa</b>								
<b>Formulación y evaluación de Proyectos Culturales y Creativos</b>								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas						HTI
		HIP						
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	Gestión humana y Producción de Espacios, Eventos y Espectáculos	En físico	En línea		En físico	En línea		5
					4			
Justificación								
<p>La creciente demanda por experiencias culturales y creativas significativas, junto con la búsqueda de la viabilidad económica y social, resalta la importancia de contar con profesionales que puedan diseñar proyectos innovadores y sostenibles.</p> <p>Esta actividad académica, proporcionará a los estudiantes las herramientas esenciales para abordar proyectos desde una perspectiva integral, considerando factores propios de la formulación y evaluación de proyectos. El enfoque en la formulación y evaluación garantizará que los futuros profesionales puedan identificar oportunidades, definir objetivos claros y estrategias de implementación sólidas, así como gestionar eficazmente los recursos disponibles. Además, se abordará la importancia de evaluar la viabilidad expresiva, social y cultural de los proyectos, asegurando que tengan un impacto significativo en la comunidad y contribuyan al enriquecimiento cultural.</p> <p>La capacitación en la formulación y evaluación de proyectos también tiene en cuenta el aspecto económico, ya que permitirá a los estudiantes diseñar planes de financiamiento sólidos y estratégicos, asegurando la sostenibilidad a largo plazo de las iniciativas. Se tiene en cuenta el desarrollo de habilidades de comunicación y presentación, cruciales para promover los proyectos ante diferentes audiencias y obtener el apoyo necesario.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es capacitar a los estudiantes en la formulación y evaluación de proyectos culturales y creativos, brindándoles las herramientas necesarias para desarrollar propuestas en el contexto del sector. A través del estudio de metodologías y técnicas específicas, los estudiantes aprenderán a identificar oportunidades, diseñar y estructurar proyectos, establecer estrategias de financiamiento y evaluar su viabilidad económica, expresiva, social y cultural. El curso se enfocará en el análisis de la sostenibilidad, el impacto y la gestión eficiente de recursos en proyectos culturales y creativos, así como en el desarrollo de habilidades de comunicación y presentación para la promoción y difusión de los proyectos. Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de formular y evaluar proyectos culturales y creativos de manera integral, considerando aspectos financieros, estratégicos y culturales, con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible del sector y a su fortalecimiento.</p>								



**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCP65	Diagnostica en contexto la situación por mejorar, actividad u organización del sector cultural y creativo por evaluar con la realización del proyecto.	TMCE5
mCP80	Realiza estudios que permitan determinar la viabilidad del proyecto en el sector cultural y creativo de manera clara y precisa.	
mCP81	Determina los flujos de caja durante la vida útil esperada del proyecto.	
mCP97	Evalúa la viabilidad financiera y conveniencia de realización del proyecto	
mCP98	Evalúa el impacto social y cultural de un proyecto, considerando aspectos de diversidad, inclusión y sostenibilidad.	
mGCP155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	MGC4
mGCP165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	MGC7

**Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

**Contenidos conceptuales:**

1. Diferencias entre planes, programas y proyectos.
2. La planeación como principal actividad para el logro de objetivos: importancia de la planificación estratégica en proyectos culturales.
3. Factores clave para el éxito de proyectos en el sector cultural y creativo.
4. Metodologías y enfoques de formulación y evaluación de proyectos.

**Contenidos procedimentales:**

1. Diseño y Estructuración de Proyectos Culturales y Creativos: identificación de problemáticas y necesidades, desarrollo de perfiles de proyectos, diseño de cronogramas y planes de acción detallados.
2. Viabilidad: análisis de indicadores cuantitativos para medir el impacto, identificación y análisis de escenarios de riesgo y sus posibles soluciones.
3. Evaluación Financiera: Gestión del riesgo, impacto de indicadores económicos aportantes a la Evaluación de Proyectos (INFLACIÓN, TASAS DTF, UVR), Flujos de caja, indicadores de Bondad: VPN, TIR, TIRM, PAYBACK, CAUE, B/C, valoración de escenarios en la Evaluación de Proyectos.
4. Proyectos de inversión social: efecto del proyecto sobre la distribución de ingresos y riquezas. Quiénes reciben los beneficios, quienes asumen los costos y de qué forma repercute en la cultura.

**Contenidos actitudinales:**

1. Disposición a la adaptabilidad y flexibilidad en la planificación y ejecución de proyectos.
2. Reconocimiento de la importancia de la ética y la responsabilidad en la gestión de proyectos culturales y creativos.
3. Valoración de la retroalimentación y la mejora continua en el proceso de formulación y evaluación de proyectos.
4. Compromiso con la creación de impacto positivo en la sociedad a través de proyectos culturalmente significativos y sostenibles.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Las estrategias de enseñanza aprendizaje para esta actividad académica son:

Team Teaching: Invitación de profesionales del sector cultural y creativo para compartir sus experiencias y desafíos en la formulación y evaluación de proyectos.

Aula invertida: Asignación de lecturas y recursos adicionales para que los estudiantes investiguen y profundicen en áreas de la formulación y evaluación de proyectos en complemento con foros presenciales.

Aprendizaje basado en proyectos: Junto con el núcleo problémico de 6to semestre los estudiantes aprenderán el paso a paso de la elaboración y evaluación de proyectos.

Talleres Prácticos: los estudiantes trabajarán en la construcción de perfiles de proyectos, análisis financiero y cronogramas. Estos ejercicios fortalecerán sus habilidades en la planificación detallada.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP65	Reconoce los elementos esenciales de un proyecto cultural y creativo, así como las etapas de formulación de proyectos y sus componentes clave.	20%	Taller práctico 1
mCP6	Describe los métodos y herramientas para la identificación y selección de oportunidades de proyectos.	20%	Taller práctico 2
mCP80	Apropia los conceptos de viabilidad económica, expresiva, social y cultural en la evaluación de proyectos.	25%	Revisión proyecto 1
mCP81 mCP97	Realiza la evaluación financiera de proyectos		
mCP98	Aplica técnicas de medición de impacto social y cultural en la evaluación de proyectos.	20%	Revisión proyecto 2
mGCPI 55	Crea un cronograma detallado de actividades para la ejecución de un proyecto.		
mGCPI 65	Participa activamente en discusiones y debates sobre la sostenibilidad y el impacto de los proyectos.	10%	Trabajo Colaborativo Autoevaluación y Coevaluación
mGCPI 65	Practica la responsabilidad y ética en la presentación y evaluación de proyectos.	5%	

- **Equivalencia cuantitativa**

Taller práctico 1: 20%

Taller práctico 2: 20%

Entrega No. 1 del proyecto: 20%

Entrega No. 2 del proyecto: 20%

Trabajo Colaborativo: 10%

Autoevaluación y Coevaluación: 5%

### Bibliografía

Jadraque, D. E., SaNchez, D. C., & Jose, C. (2018). Manual para project managers. Wolters Kluwer España. López, F. J. T. (2015). Gestión de proyectos con enfoque PMI. Ecoe Ediciones.  
Meza O Jhonny . (2017). Evaluación financiera de proyectos. ECOE ediciones.  
Obregón Críales, B. K. (2017). Evaluación de un proyecto bajo los procesos del estándar PMI.

Universidad Industrial de Santander Tecnología en Gestión Cultural y Creativa Estudios Culturales								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9						H T I
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico		En línea
		3				1		
Justificación								
<p>En un mundo cada vez más interconectado y diverso, es esencial que los futuros profesionales del sector cultural y creativo tengan una comprensión profunda de los procesos culturales y su impacto en la sociedad. A través del estudio de enfoques multidisciplinares, los estudiantes podrán abordar temas como la identidad cultural, la producción simbólica, las dinámicas de poder, las prácticas culturales y las representaciones sociales inmersas en los estudios culturales.</p> <p>Cada vez cobra mayor importancia la exploración de la diversidad cultural y las interacciones entre diferentes grupos sociales, culturas y subculturas. Esto fomentará el desarrollo de habilidades interculturales y la sensibilidad hacia las diferencias, aspectos fundamentales para una gestión cultural efectiva y una participación activa en contextos culturales diversos.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es que los estudiantes comprendan los Estudios Culturales y su relevancia en el contexto de la economía cultural y creativa. A través del análisis crítico de teorías, conceptos y prácticas relacionadas con la cultura, se busca que los estudiantes adquieran las herramientas necesarias para interpretar, analizar y reflexionar sobre las dinámicas culturales y su impacto en la economía. El curso abordará temas como identidad cultural, consumo cultural, producción simbólica, diversidad y políticas culturales, entre otros, para fomentar una visión amplia y multidisciplinaria de la cultura en el contexto económico. Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de aplicar los conceptos y enfoques de los Estudios Culturales para comprender y analizar los fenómenos culturales en el ámbito de la economía cultural y creativa, promoviendo así una visión crítica y reflexiva en su práctica profesional.</p>								

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCC 62	Identifica los principales conceptos y teorías de los estudios culturales, reflexionando sobre los procesos de identidad, poder y resistencia en las prácticas culturales contemporáneas.	TMCEI
mCP 68	Analiza las perspectivas teóricas y metodológicas de los estudios culturales y su relevancia para el análisis de fenómenos culturales.	
mCP 89	Evalúa los impactos y desafíos de la globalización, la digitalización y las nuevas tecnologías en la producción y consumo de la cultura.	
mCP 69	Aplica los enfoques de los estudios culturales para comprender y explicar la producción, circulación y recepción de significados en diversos contextos culturales.	
mCP 90	Elabora informes que integren los conceptos, teorías y metodologías de los estudios culturales para reflexionar sobre fenómenos culturales contemporáneos.	
mCP 70	Analiza obras y manifestaciones culturales desde un enfoque interdisciplinario, considerando la dimensión simbólica, estética, histórica y social.	MGCI
mGC AI38	Reconoce la dimensión estética y funcional en las diversas manifestaciones de las culturas humanas.	
<b>Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar</b>		
<b>Contenidos conceptuales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los estudios culturales en América Latina: genealogías alternas y su disputas.</li> <li>2. Los estudios culturales frente a distintas corrientes de la teoría social contemporáneas.</li> <li>3. Situando los estudios culturales Arte y política.</li> <li>4. Identidad, Poder y Resistencia: Análisis de cómo los procesos culturales influyen en la formación de identidades individuales y colectivas, y cómo se relacionan con estructuras de poder y resistencia.</li> <li>5. Democracia y participación. Ideología, cultura y hegemonía. Activismo.</li> <li>6. Representación. Identificación Hombre y sociedad.</li> </ol>		
<b>Contenidos procedimentales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis de Casos de Identidad Cultural: Investigación y presentación de casos que ilustren cómo la identidad cultural se refleja en prácticas y manifestaciones culturales.</li> <li>2. Uso de diferentes teorías de los estudios culturales para analizar obras culturales específicas y entender sus implicaciones.</li> </ol>		
<b>Contenidos actitudinales:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reflexión: capacidad para cuestionar y analizar críticamente los fenómenos culturales desde múltiples perspectivas.</li> <li>2. Dar valor y tener disposición para integrar enfoques y métodos de diferentes disciplinas en el análisis cultural.</li> <li>3. Sensibilidad Cultural: Desarrollo de una actitud empática y respetuosa hacia las expresiones culturales de diferentes comunidades.</li> </ol>		

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Debates: mediante una investigación previa, los estudiantes sobre temas culturales los estudiantes deben argumentar sus puntos de vista desde diversas perspectivas teóricas de los estudios culturales.

Estudio de Casos: relacionados con manifestaciones culturales con el fin de ser analizados desde diferentes enfoques teóricos y compartan sus hallazgos.

Foros mediante Moodle y presenciales: organizar foros de discusión donde los estudiantes opinen sobre temas actuales en estudios culturales y aporten sus perspectivas personales.

Team Teaching: Invitar a expertos para brindar una mirada profunda sobre los estudios culturales a los estudiantes dando la oportunidad de explorar perspectivas y tendencias actuales.

Trabajo Colaborativo: Asignar proyectos grupales donde los estudiantes combinen sus habilidades y perspectivas para abordar un tema cultural desde diferentes ángulos interdisciplinarios.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC 62	Identificar y explicar los conceptos centrales de los estudios culturales.	10%	Mapas Conceptuales - Exposición
mGC AI 38	Establece relaciones entre la producción artística y los Estudios Culturales.	10%	Estudios Comparativos
mCP 68	Establece relaciones entre la aplicabilidad de los estudios culturales al contexto sociocultural.	10%	
mCP 70	Se apropia de aspectos significativos del pensamiento de los estudios Culturales	15%	Trabajo Colaborativo
mCP 90	Reflexión sobre fenómenos culturales contemporáneos.	15%	Informes
mCP 69	Análisis de los aspectos sociales y sociológicos de la cultura, considerando cómo influyen en la formación de identidades y prácticas culturales.	25%	Examen acumulativo
mCP 89	Impacto de las nuevas tecnologías en la producción y consumo de la cultura y los cambios en la forma en que se generan significados culturales.	15%	Estudio de Caso

● **Equivalencia cuantitativa**

Mapas conceptuales y exposiciones: 10%

Estudios Comparativos: 20%

Trabajo Colaborativo: 15%

Informes: 15%

Examen acumulativo: 25%

Estudio de Caso: 15%

### Bibliografía

GARCÍA CANCLINI, Néstor. El malestar en los estudios culturales. ( Fractal) (6), 1997

MARTÍN - BARBERO, Jesús. "Nosotros habíamos hecho estudios culturales mucho antes de que esta etiqueta apareciera " Entrevista Revista Diners.

MIGNOLO, Walter. " Las humanidades y los estudios culturales: proyectos intelectuales y exigencias institucionales". En Catherine Walsh (ed), Estudios Culturales latinoamericanos. Retos desde y sobre la región andina. Quito: Abya-Yala - UASB.2003, MATO, Daniel " Estudios y otras prácticas latinoamericanas en cultura y poder". En Daniel Mato, (E.d), Estudios y otras prácticas latinoamericanas en cultura y poder. Caracas: Clacso, 2002.

Fredric Jameson, Slavoj Zizek - Estudios Culturales\_ Reflexiones Sobre el Multiculturalismo (Espacios del Saber) (1998)

Nattie Golubov, El circuito de los signos: una introducción a los estudios culturales. 2015.

Grossberg, Lawrence - Estudios culturales en tiempo futuro, ¿cómo es el trabajo intelectual que requiere el mundo de hoy-Siglo XXI Editores (2012)

<p style="text-align: center;"><b>Universidad Industrial de Santander</b>  <b>Tecnología en Gestión Cultural y Creativa</b></p>								
<p style="text-align: center;"><b>Comunicación en el Sector Cultural y Creativo</b></p>								
Código:		Intensidad horaria semanal: 6 horas						HTI
		HIP						
Número de créditos:	2	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea		
		2			1			
<b>Justificación</b>								
<p>La importancia de la comunicación en el ámbito cultural y creativo es fundamental para el éxito y la difusión de proyectos en este sector dinámico y diverso. Los proyectos culturales y creativos tienen la necesidad de llegar de manera efectiva a públicos diversos, promoviendo su visibilidad y valor en la sociedad, asimismo, la complejidad y diversidad de las propuestas culturales y creativas demanda una comunicación estratégica y efectiva que trascienda las barreras convencionales y llegue de manera llamativa a las audiencias cada vez más diversas y exigentes.</p> <p>El conocimiento de los principios fundamentales de la comunicación y su aplicación práctica es esencial para el diseño, gestión y evaluación de planes de comunicación estratégicos. Cabe resalta que la importancia de la comunicación se extiende tanto al interior como al exterior de las organizaciones, por ende, se requiere la formación de profesionales con competencias necesarias para diseñar planes de comunicación coherentes y efectivos, así como para evaluar su impacto y realizar ajustes necesarios en función de los resultados.</p> <p>Estos elementos contribuirán a que los estudiantes se conviertan en comunicadores efectivos capaces de conectarse con diferentes audiencias y responder a sus necesidades y expectativas.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>El propósito de esta actividad académica es transmitir a los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios para comprender y aplicar estrategias de comunicación efectivas tanto al interior de la organización como fuera de ella en el sector de la economía cultural y creativa. A través del estudio de los principios fundamentales de la comunicación y su aplicación práctica, se busca formar a los estudiantes en el diseño, implementación y evaluación de planes de comunicación que impulsen la visibilidad, promoción y posicionamiento de proyectos culturales y creativos. El curso abordará temas como el desarrollo de mensajes y contenidos relevantes, la selección de canales de comunicación adecuados y el uso de herramientas y tecnologías digitales para amplificar el alcance y el impacto de las iniciativas culturales. Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de desarrollar estrategias de comunicación integrales y efectivas que contribuyan al éxito y la sostenibilidad de proyectos en el ámbito de la economía cultural y creativa, promoviendo así su desarrollo y difusión en el mercado.</p>								

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCP74	Utiliza herramientas y técnicas de comunicación para construir relaciones sólidas con stakeholders clave del sector cultural y creativo para establecer alianzas estratégicas, generar oportunidades de colaboración, fortalecer la reputación y el posicionamiento de la organización en el mercado.	TMCE3
mCP75	Se expresa adecuadamente de forma oral y escrita para la elaboración de mensajes y materiales promocionales.	
mCP91	Gestiona la comunicación interna y externa de la organización, estableciendo procesos y canales de comunicación claros y eficientes con el fin de fomentar la colaboración, la transparencia y el flujo de información entre los miembros del equipo y con el público objetivo.	
mCP92	Plantea estrategias de comunicación efectivas y coherentes con la identidad y objetivos de la organización o proyecto cultural, utilizando diversos medios y canales de comunicación (como redes sociales, sitios web, prensa, entre otros) para llegar a audiencias específicas y promover el valor de las actividades y productos culturales.	
mGCC144	Expresa las necesidades, intereses, posiciones, derechos e ideas propias de maneras claras y enfáticas, evitando herir a los demás o hacer daño a las relaciones.	MGC2
mGCA166	Participa en equipos de trabajo con actitud colaborativa.	MGC7
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	MGC6



## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos conceptuales:

1. Principales teorías de la comunicación y su aplicación
2. Elementos de la comunicación
3. Imagen Corporativa
4. Tipos de comunicación: Comunicación verbal y no verbal. Comunicación interpersonal, grupal y masiva. Comunicación mediada por tecnología.
5. Comunicación Estratégica y Alianzas en el Sector Cultural y Creativo: importancia de las alianzas estratégicas en el sector. Identificación de stakeholders clave.
6. Principios éticos en la comunicación.

### Contenidos procedimentales:

1. Comunicación Escrita y Oral: Creación de mensajes promocionales para diferentes medios y plataformas. Presentaciones orales y comunicación persuasiva.
2. Gestión de la Comunicación en Organizaciones: Desarrollo de procesos y canales de comunicación interna y externa. Planificación y ejecución de estrategias de comunicación externa.
3. Programas de Comunicación.
4. Diseño de Estrategias de Comunicación: Creación de planes de comunicación adaptados a proyectos y objetivos culturales. Uso de medios y canales de manera coherente y efectiva.
5. El lobby
6. Uso de las nuevas herramientas de comunicación para mejorar la visibilidad de las empresas
7. Plan de comunicación para aplicar en los campos de las relaciones públicas y la comunicación organizacional

### Contenidos actitudinales:

1. Actitud Colaborativa y Empática
2. Valoración de la importancia de la comunicación interna y externa - en la industria cultural y creativa.
3. Disposición para colaborar en equipos de trabajo.

## Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Las estrategias de enseñanza aprendizaje son:

**Micro casos:** Los estudiantes analizarán, discutirán y propondrán soluciones aplicando conceptos y habilidades de comunicación a una situación dada por su profesor o investigada en una organización.

**Debates y Discusiones:** Organizar debates sobre temas relacionados con la comunicación, donde los estudiantes presenten argumentos y defiendan sus puntos de vista. Esto fomenta la expresión oral, el pensamiento crítico y el respeto a las opiniones entre pares.

**Juego de roles:** Proporcionar escenarios simulados en la cámara de Gesell donde los estudiantes puedan practicar diversas formas de comunicación, como entrevistas laborales, negociaciones o presentaciones. Esto les ayuda a desarrollar habilidades comunicativas en un entorno controlado y con retroalimentación por sus pares y por el profesor.

**Micro Proyecto:** se asignarán grupos para desarrollar proyectos de comunicación, como diseñar una campaña publicitaria o crear contenido para redes sociales tanto al interior de la organización como al exterior.

**Foros:** En la plataforma Moodle para generar textos coherentes y con mensajes que impacten.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP74 MGCC161	Teorías de la comunicación y su enfoque	10%	Lectura y composición de textos
mCP92	Comunicación estratégica, alianzas y principios éticos	20%	Foros
mCP91	Comunicación interna y externa	20%	Trabajo colaborativo – Ejercicio de campo
mCP92	Gestión de la comunicación – Nivel estratégico	35%	Micro Proyecto
mCP74	Uso de las herramientas de comunicación para una buena gestión con los stakeholders		
mCP75 mGCC144 mGCA166	Expresión oral, escrita y hacia su equipo de trabajo	15%	Trabajo colaborativo y ensayo

- **Equivalencia cuantitativa**

Lectura y composición de textos: 10%

Foros: 20%

Trabajo Colaborativo: 35%

Micro Proyecto: 35%

#### Bibliografía

GARRIDO, Francisco Javier. Comunicación, estrategia y empresa. Colección Hermes. Editorial Zulúoga. Medellín, 2003

SCHEISOHN, Daniel. 3GRCO - La tercera gran revolución de la comunicación en las organizaciones. Editorial Escuela Internacional de Comunicación Estratégica ® www.comunicaciónestrategica.com Buenos Aires. Bajo licencia CC 2014.

GUZMÁN, Haydée y ECHENIQUE, Raúl. Comunicación Estratégica, interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders.

Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, FISEC. Fondo de publicaciones Universidad Sergio Arboleda 2019.

Santos, D. (2012) Fundamentos de la comunicación.

Clow, K. E., Baack, D., Villarreal, M. D. P. C., de los Ángeles Ramos, M., & Eychenbaum, M. C. (2010). Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing. Pearson educación.

Lañe, K., & Kotler, P. (2006). Dirección de marketing. Duodécima Edición, Editorial Pearson.

Paz, V. G. (2012). Comunicación organizacional. Tlalneantla, Estado de México.: Red tercer milenio.

Universidad Industrial de Santander Tecnología en Gestión Cultural y Creativa							
Investigación Creación II							
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas					
Número de créditos:	3	HIP				HTI	
Requisitos:	Audiencias I	Teóricas		Asincrónicas	Prácticas		5
		Sincrónicas	Asincrónicas		Sincrónicas	Asincrónicas	
		En físico	En línea		En físico	En línea	
		3			I		
Justificación							
<p>En la búsqueda permanente por la generación de conocimiento aplicado al sector real, se debe proporcionar a los estudiantes las herramientas y conocimientos necesarios para llevar a cabo proyectos de investigación, que integren las áreas de música, artes plásticas y diseño industrial con las funciones administrativas en el ámbito de la economía cultural y creativa.</p> <p>La integración de las disciplinas artísticas con la gestión y administración es esencial en un entorno cultural y creativo en constante evolución dadas las brechas que se presentan entre el quehacer artístico y cultural con el administrativo. Al ofrecer a los estudiantes la oportunidad de explorar la intersección entre la creatividad y la gestión, se les empodera para desarrollar proyectos innovadores que sean viables y sostenibles desde una perspectiva económica.</p> <p>El enfoque en la generación de proyectos y muestras al finalizar el semestre brinda a los estudiantes una experiencia práctica y concreta, permitiéndoles aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones reales. Esto les prepara para enfrentar los desafíos y oportunidades del mundo profesional, mientras contribuyen al enriquecimiento y diversificación del panorama cultural y creativo.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de esta actividad académica nuclear es desarrollar en los estudiantes la capacidad de integrar las funciones administrativas con las líneas de música, artes plásticas y diseño industrial en los procesos de investigación para el sector de la economía cultural y creativa con los retos que el sector formule. Por medio de este curso, se busca brindar a los estudiantes las herramientas necesarias para proponer proyectos y generar muestras al finalizar el semestre en el sector de la cultura y la creatividad. Los estudiantes aprenderán a combinar la metodología de la investigación con la exploración de nuevas formas de expresión y resolución de retos por medio de proyectos innovadores. Asimismo, podrán reflexionar críticamente sobre su propia práctica e inserción en el contexto de la economía cultural y creativa, contribuyendo así al impulso y enriquecimiento del campo.</p>							
Micro competencias a desarrollar							
ID mC	Micro competencias (mC)					ID MC asociadas a las mC	
ID mC	mC						
mCP25	Integra conocimientos teóricos y prácticos para enriquecer la apreciación estética de las actividades culturales y creativas, a través de un proceso de investigación-creación.					tMCE3	
mCP71	Produce un proyecto de investigación para el sector cultural y creativo que permita la generación de nuevo conocimiento respondiendo a las necesidades del entorno.					TMCE3	
mCP72	Gestiona una muestra artística original a través de un proceso de investigación-creación.						
mCA73	Participa en eventos y actividades culturales, demostrando una actitud abierta y receptiva hacia nuevas experiencias estéticas.						
mGCPI57	Analiza críticamente la información y las fuentes.					MGC4	
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.					MGC6	
mGCPI65	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.					MGC7	

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos conceptuales:

1. Definición y características de la investigación abordada mediante un reto – planteamiento del problema.
2. Métodos y enfoques de investigación.
3. Identificación de conceptos del sector.
4. Construcción de un marco teórico para la investigación.
5. Herramientas para el análisis y la reflexión del reto.
6. Interpretación de resultados y conclusiones en la investigación.

### Contenidos procedimentales:

1. Definición de objetivos, hipótesis y preguntas de investigación.
2. Búsqueda de autores y bases de datos - Revisión de la literatura.
3. Alcance de la investigación.
4. Aplicación de la metodología y los pasos del proyecto.
5. Aplicación de métodos de análisis y evaluación de resultados.
6. Interpretación de hallazgos y conclusiones.
7. Presentación de proyectos en formatos adecuados al contexto
8. Reflexión sobre el proceso de investigación mediante retos.
9. Autoevaluación de logros y desafíos

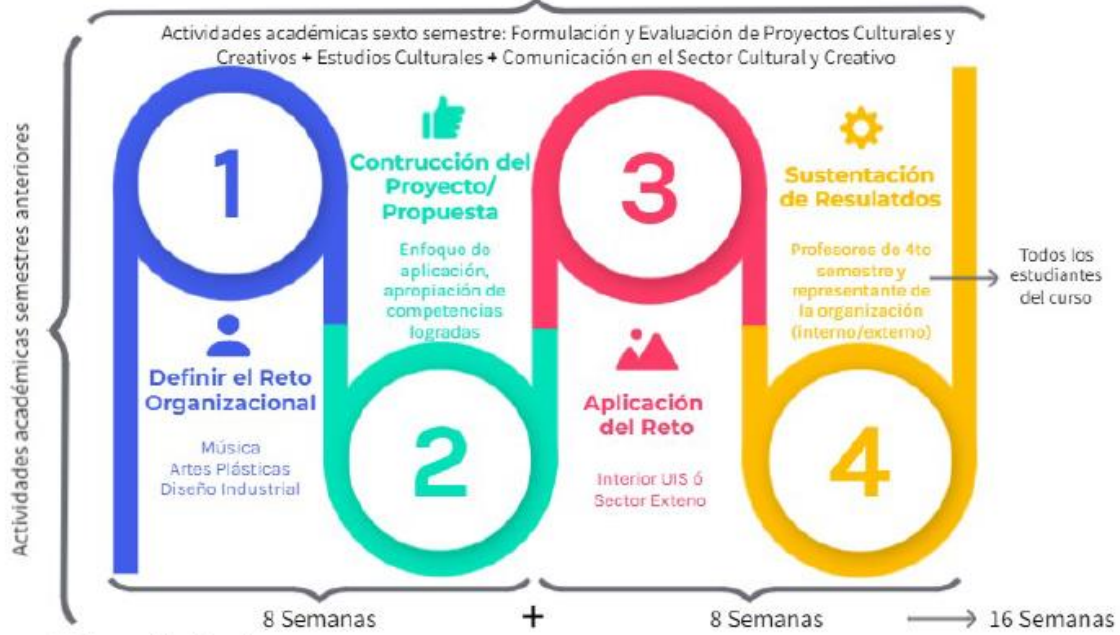
### Contenidos actitudinales:

1. Desarrollo de la capacidad de análisis y reflexión crítica.
2. Aceptación de la retroalimentación y disposición a mejorar.
3. Participación en intercambios colaborativos con compañeros y mentores.
4. Habilidad para comunicar ideas y resultados de manera efectiva.
5. Valoración y respeto por la diversidad estética y cultural.
6. Reconocimiento de la importancia de la cultura en la creación artística.
7. Actuación ética en la investigación y en la utilización de fuentes.

## Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La estrategia para esta actividad académica será el aprendizaje basado en retos del sector tanto al interior como fuera de la Universidad así:

### Núcleo Problémico: Investigación Creación II



Fuente: Elaboración Propia.

**Evaluación del aprendizaje**

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP25	Integración de conocimientos teóricos y prácticos para enriquecer la apreciación estética por medio de los retos propuestos.	10%	Desarrollo del reto por medio del Aprendizaje Basado en Proyectos
mCP71 mGCP157	Evalúa y compara diferentes fuentes de información en la investigación-creación en beneficio de su proyecto.	15%	
mCP71	Documenta un proyecto de investigación y reflexiona sobre las experiencias adquiridas en la participación del mismo, destacando la apertura a nuevas perspectivas.	15%	
mCP71	Co - crea y presenta un proyecto de investigación original que aborde una problemática o necesidad específica en el ámbito cultural y creativo.	30%	
mCP72	Organiza y coordina exitosamente una muestra artística, demostrando la capacidad de gestionar aspectos logísticos y creativos.	20%	
mGCC161	Comprende el contenido esencial de textos en inglés relacionados con la investigación y el área de su reto.	5%	
mGCP165	Lidera y contribuye de manera efectiva en un equipo para la planificación y ejecución de un proyecto, demostrando habilidades de comunicación y coordinación.	5%	

- Equivalencia cuantitativa

Se evaluará el proyecto teniendo en cuenta:

Propuesta para el desarrollo del reto: 30%

Objetivo, marco teórico, marco conceptual: 30%

Desarrollo del reto – aplicación: 30%

Normas APA aplicadas al reto: 10%

**Bibliografía**

Sampieri, R. H. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.  
 TAMAYO, Mario. Serie Aprender a Investigar – El Proyecto de Investigación. Módulo 5. Instituto para el Fomento de la Educación Superior- ICFES e Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda- ICESI. Cali. 1999  
 Normas, A. P. A. (2019). Normas APA.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Tecnología en Gestión Cultural y Creativa</b>								
<b>Lengua Extranjera IV: inglés</b>								
Código:		<b>Intensidad horaria semanal: 6horas</b>						HTI
		<b>HIP</b>						
Número de créditos:	2	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>			
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	
Requisitos:	Lengua Extranjera III: inglés.	En físico	En línea		En físico	En línea		
			4				2	
<b>Justificación</b>								
<p>En concordancia con la misión de la Universidad Industrial de Santander y el Modelo Pedagógico Institucional, se consolida la intención de internacionalizar la propuesta curricular, lo que implica necesariamente el desarrollo de competencias plurilingües e interculturales que habiliten a los miembros de la comunidad para relacionarse e interactuar con sus pares a nivel mundial. Así, se define el plurilingüismo y la multiculturalidad como una oportunidad formativa que contribuye a la consolidación de la visión institucional, desde el componente de formación integral de una comunidad que se construye permanentemente con una actitud de apertura al saber universal, a la colaboración académica internacional y a la ubicación de nuestra identidad nacional en el contexto social y cultural de la aldea global.</p> <p>En consecuencia, la Universidad Industrial de Santander define que, para obtener el grado, los estudiantes de programas de nivel profesional tendrán que alcanzar un nivel superior a B1 en inglés según el Marco Común Europeo de Referencia. Para lograrlo, podrán matricular tres (3) cursos de dos (2) créditos académicos cada uno, ofrecidos por la Universidad, hasta que haya cumplido con el 60% de los créditos académicos definidos en su plan de estudio o validar el nivel de lengua, mediante prueba estandarizada. Una vez el estudiante demuestra que alcanzó el nivel B1, tendrá la oportunidad de realizar un curso que eleve su nivel de competencia a B1+, equivalente a dos (2) créditos académicos, que harán parte del 40% de créditos académicos restantes en su plan de estudio. Al final, el estudiante presentará la prueba de certificación de competencia de nivel B1+, cuyo resultado constituye evidencia de cumplimiento del requisito de egreso.</p> <p>La actividad académica de Lengua Extranjera IV: inglés está estructurada según el Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas y permitirá al estudiante tener una comprensión oral y escrita de temas familiares o de su especialidad a un punto en el que pueda reconocer detalles y generalidades y distinguir las intenciones de los hablantes para así, poder expresarse con cierta fluidez y precisión cuando se involucra en conversaciones, hace una presentación o escribe un texto.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>A través de esta actividad académica los estudiantes tendrán la oportunidad de entablar conversaciones espontáneamente, así como también dirigirse a un público para presentar un tema que hayan preparado con anticipación. Los espacios de interacción permitirán que usen una gama de vocabulario y expresiones más amplia pero sencilla, y que incorporen estructuras narrativas variadas para fortalecer los argumentos. La autonomía con su proceso y el trabajo colaborativo seguirán siendo parte de la clase, así como el uso de herramientas virtuales para la práctica.</p>								

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	MGC6
mGCPI62	Interactúa en situaciones cotidianas y en el ejercicio de la disciplina, utilizando el idioma inglés	
mGCPI63	Produce textos coherentes en inglés sobre temas que son de interés personal y general.	



## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Comunicativos (pragmáticos)

- ✓ Diferenciar hechos y opiniones.
- ✓ Hablar sobre temas comunes.
- ✓ Ofrecer una opinión y argumentos.
- ✓ Mantener una discusión.
- ✓ Responder a ideas y sugerencias.
- ✓ Responde preguntas fácticas.
- ✓ Dar explicaciones para opiniones, planes y acciones
- ✓ Expresar esperanza
- ✓ Hacer predicciones.
- ✓ Dar una charla.
- ✓ Resumir textos.
- ✓ Comparar y contrastar
- ✓ Reportar opiniones de otros
- ✓ Escribir ensayos estructurados
- ✓ Narrar historias
- ✓ Escribir mensajes de simpatía,
- ✓ Emitir una queja o hacer una solicitud.
- ✓ Tomar notas durante una charla.
- ✓ Describir hechos reales o hipotéticos.

### Comunicativos (lingüísticos-lexicales)

- ✓ Linking words
- ✓ Vocabulary and fixed expressions
- ✓ Connectors
- ✓ Adverbs for telling stories
- ✓ Comparative and superlatives adjectives
- ✓ Verbs phrases.
- ✓ Numbers and statistics

### Comunicativos (lingüísticos-gramaticales)

- ✓ Narrative tenses.
- ✓ Future forms
- ✓ Conditional sentences.
- ✓ Reported speech
- ✓ -ed/ing adjectives
- ✓ The passive
- ✓ Polite requests
- ✓ Will and shall for instant responses
- ✓ Relative clauses
- ✓ Modals

### Socioculturales

- ✓ Making social arrangements
- ✓ Society and changes
- ✓ Life abroad
- ✓ People in history
- ✓ Dealing with problems
- ✓ Messages with a specific purpose

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La metodología abarca el enfoque comunicativo de amplio espectro apoyado con el aprendizaje por tareas y basados en proyectos; armoniza con la mediación tecnológica y fortalece los principios de autonomía y de trabajo cooperativo.

#### ▪ Estrategias de Enseñanza

- ✓ Actividades de interacción estudiante-estudiante y estudiante-profesor en contextos significativos, orientadas al desarrollo de la habilidad oral comprensiva y productiva.
- ✓ Práctica guiada mediante la realización de actividades previstas en el libro texto o adaptadas de otros textos.
- ✓ Implementación de recursos digitales relacionados con temas de clase.
- ✓ Ejercicios de comprensión de material auténtico y didáctico para el desarrollo de las habilidades de comprensión.
- ✓ Ejercicios de producción de textos orales y escritos de situaciones significativas orientadas al desarrollo de las habilidades productivas del idioma.
- ✓ Actividades interactivas que generen reflexión y opinión sobre los aspectos culturales propios y de otros.
- ✓ Ejercicios de consolidación de vocabulario y estructuras gramaticales para el desarrollo de las habilidades comprensivas y productivas del idioma.
- ✓ Utilización de conocimientos previos, experiencias, actitudes y creencias, que ayudan a hacer la nueva información más significativa.
- ✓ Realimentación del proceso.
- ✓ Actividades que involucren el uso de la tecnología como medio de enseñanza, comunicación, desarrollo de la creatividad y del aprendizaje autónomo.

#### ▪ Estrategias de Aprendizaje

De producción:

- ✓ Dirigirse a un público (discursos en reuniones públicas, conferencias universitarias, sermones, espectáculos, comentarios deportivos, presentaciones de ventas, etc.).
- ✓ Leer en voz alta un texto escrito.
- ✓ Hablar apoyándose en notas, en un texto escrito o en elementos visuales (esquemas, imágenes, gráficos, etc.).
- ✓ Representar un papel ensayado.
- ✓ Hablar espontáneamente.
- ✓ Grabación de su propio registro de voz.
- ✓ Completar formularios.
- ✓ Producir carteles para exponer.
- ✓ Tomar notas para usarlas como referencias futuras.
- ✓ Tomar mensajes al dictado, etc.
- ✓ Escribir de forma creativa e imaginativa;
- ✓ Escribir cartas personales.

De Comprensión:

- ✓ Escuchar declaraciones públicas (información, instrucciones, avisos, etc.);
- ✓ Escuchar medios de comunicación (radio, televisión, grabaciones, cine);
- ✓ Escuchar conversaciones por casualidad, etc.
- ✓ Lectura de orientación general, lectura orientada a detectar información específica, lectura de información, lectura de instrucciones, lectura de entretenimiento.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCC161 mGCP162 mGCP163	Distinguir entre hechos y opiniones en relación con temas comunes. Distinguir entre diferentes puntos de vista en una discusión o presentación. Distinguir entre ideas principales y detalles de apoyo en textos familiares y estándar relacionados con su trabajo. Comprender, en general, los detalles de eventos, sentimientos y deseos en cartas, correos electrónicos y publicaciones en línea. Seguir una conversación cotidiana o una entrevista informal sobre temas comunes. Seguir la secuencia cronológica en un texto estructurado formal. Identificar puntos y argumentos significativos en artículos de periódicos sencillos sobre temas familiares. Plantear su opinión sobre los problemas y las soluciones que se discuten en una conversación informal. Utilizar un repertorio básico de estrategias de conversación para mantener una discusión. Responder a ideas y sugerencias en discusiones informales. Responder preguntas fácticas simples sobre una presentación que han dado. Dar brevemente razones y explicaciones para opiniones, planes y acciones. Expresar esperanzas para el futuro utilizando una gama de expresiones fijas. Dar una charla o presentación corta y ensayada sobre un tema familiar. Escribir una simple reseña de una película, libro o programa de televisión utilizando una gama limitada de lenguaje. Comparar y contrastar alternativas sobre qué hacer, a dónde ir, etc. Reportar las opiniones de otros, usando un lenguaje simple. Escribir ensayos estructurados simples, organizando ideas básicas.	A	Classwork, Quizzes, Examen

- **Equivalencia cuantitativa**

La calificación de la asignatura es cuantitativa y tiene una escala entre cero, cero (0,0) y cinco, cero (5,0) con una nota aprobatoria mínima de tres, cero (3.0) conforme al Reglamento Académico -Estudiantil de Pregrado vigente en la institución.

## Bibliografía

CUNNINGHAM, S. & MOOR, P. Cutting Edge Elementary Third Edition. Longman. Harlow, UK, 2013.

- Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas [en línea]. [Strasbourg: Consejo de Europa], 2001. <http://es.wikipedia.org/wiki/Marco-com%C3%BAn-europeo-de-referencia-para-las-lenguas> [Consulta: 20 febrero 2017].

- Global Scale of English. Teachers' tool kit learning objectives. 2018. Recuperado de: <https://www.pearson.com/english/about/gse.html>.

- Soars, J. & Soars, L (2003) New Headway Intermediate Third Edition. Oxford. New York, USA. Other Language Series available at the Resource Center of the Institute.

### Listening

- <http://esl.about.com/blgrammar.htm>

- <http://www.npr.org>

- [www.esl-lab.com](http://www.esl-lab.com)

- <http://www.learnoutloud.com/Podcast-Directory/History/Speeches/Yale-University-Podcast/22915>

- [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

<http://home.earthlink.net/~eslstudent/listen/easy.html>

### Reading

- [www.thesaurus.com](http://www.thesaurus.com)

- <http://www.esl-lounge.com/student/reading/3r1-learn-english-reading.php>

- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

### Writing

- [owl.english.purdue.edu](http://owl.english.purdue.edu)

- <http://www.rsts.net/edulinks/english.html>

### Pronunciation

- <http://international.ouc.bc.ca/pronunciation>

- <http://www.fonetiks.org>

### Grammar

- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)

- <http://iteslj.org/quizzes>

- [www.eslgames.com](http://www.eslgames.com)

- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)

- [www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm](http://www.eslpartyland.com/quiz%20center/quiz.htm)

- [www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation](http://www.cambridgeenglish.org/exams/first/preparation)

- [www.manythings.org](http://www.manythings.org)

### Vocabulary

- [www.eslcafe.com](http://www.eslcafe.com)

- <http://iteslj.org/quizzes>

- [www.learn-english-today.com/idioms/idioms\\_proverbs.html](http://www.learn-english-today.com/idioms/idioms_proverbs.html)

- [www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures](http://www.bbc.co.uk/education/wordsandpictures)



## **ELECTIVAS DISCIPLINARES**

Universidad Industrial de Santander							
Administración de Empresas Culturales y Creativas							
Electiva Disciplinar: Artes Audiovisuales							
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas					HTI
		HIP					
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea	
		3			1		5
Justificación							
<p>En un mundo altamente visual y digitalizado, la habilidad para crear contenido audiovisual efectivo se ha convertido en un recurso esencial para artistas y profesionales de diversas disciplinas, fundamentado en la creciente relevancia que los medios audiovisuales tienen en la configuración de la cultura y el entorno creativo actual. En una era caracterizada por la predominancia de la comunicación visual y digital, el dominio de las técnicas y lenguajes audiovisuales se ha vuelto imprescindible para artistas y profesionales del sector cultural y creativo. En este sentido, el marco nacional de cualificaciones menciona en la caracterización de las artes audiovisuales, Artes Escénicas y Música en el área de economía naranja: Industrias Culturales que, si las audiencias colombianas optaran por consumir contenidos audiovisuales nacionales, la industria experimentaría un crecimiento constante tanto en su infraestructura como en la mejora de la calidad. Además, se podría utilizar la financiación pública como incentivo en lugar de depender exclusivamente de ella, ya que a través de la distribución y la exhibición de los productos audiovisuales se lograría generar beneficios económicos<sup>48</sup>.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de la actividad académica de artes audiovisuales en el sector cultural y creativo es brindar a los estudiantes una plataforma para explorar, experimentar y desarrollar sus habilidades artísticas y técnicas en el ámbito audiovisual. A través de la combinación de teoría y práctica, los estudiantes serán guiados en la creación de proyectos audiovisuales que reflejen su visión creativa y expresión personal. Esta actividad busca fomentar la comprensión profunda de los conceptos fundamentales del lenguaje audiovisual, así como el dominio de las herramientas técnicas necesarias para la producción y edición de contenido.</p>							
Micro competencias a desarrollar							
ID mC	Micro competencias (mC)					ID MC asociadas a las mC	
mCP69	Aplica los enfoques de los estudios culturales para comprender y explicar la producción, circulación y recepción de significados en diversos contextos culturales.					TMCE1	
mCP89	Evalúa los impactos y desafíos de la globalización, la digitalización y las nuevas tecnologías en la producción y consumo de la cultura.						
mCP100	Propone los recursos necesarios para la producción de espacios, eventos y espectáculos, incluyendo la logística, canales de distribución, la gestión financiera, la contratación, la selección de espacios y el manejo de equipos técnicos, garantizando una operación eficiente y efectiva.					TMCE9	
mCP21	Examina recursos técnicos y humanos generales para la producción y gestión de espacios, eventos y espectáculos.					tMCE3	
mGCP165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.					MGC7	

<sup>48</sup> marco nacional de cualificaciones: documento de caracterización industrias culturales sector audiovisuales p. 64

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos Conceptuales:

1. Introducción a la producción en artes fonográficas y audiovisuales.
2. El rol del productor
3. Generación y desarrollo de ideas para proyectos fonográficos y audiovisuales.
4. Planificación de la producción: presupuesto, cronograma, equipos y locaciones.
5. Vestuario y escenografía.
6. Iluminación y fotografía.
7. Grabación de audio y manejo de sonido en la producción.
8. Gestión de equipos y coordinación.
9. Aspectos legales y logísticos en la pre producción.
10. Aspectos de seguridad y protocolos.

### Contenidos Procedimentales:

1. La preproducción y sus elementos: Planeación de un proyecto audiovisual desde la idea hasta la conceptualización.
2. La Producción: el rodaje.
3. La posproducción:
  - Edición de video: principios básicos y herramientas.
  - Edición de audio: mezcla, efectos y banda sonora.
  - Diseño y aplicación de efectos visuales y gráficos.
  - Corrección de color.
  - Edición y montaje de escenas y secuencias.
  - Generación de títulos, créditos y subtítulos.
  - Exportación y formatos de distribución.
  - Registro de material y metadata durante la producción.
  - Aplicación de medidas de seguridad y protocolos.

### Contenidos Actitudinales:

1. Creatividad y exploración en la generación de ideas audiovisuales.
2. Compromiso y responsabilidad en la planificación y ejecución de proyectos.
3. Colaboración y comunicación efectiva en equipos conformados.
4. Adaptabilidad y resolución de problemas en entornos de producción.
5. Curiosidad y disposición para aprender sobre las nuevas tecnologías y tendencias en artes audiovisuales.
6. Ética y respeto en el manejo de contenido y derechos de autor.

## Estrategias de enseñanza y aprendizaje

**Talleres Prácticos:** Los estudiantes participarán en talleres prácticos que simulan situaciones reales de pre producción, producción y posproducción. Realizarán trabajo de campo en proyectos audiovisuales desde la concepción hasta la finalización, aplicando los conceptos aprendidos en cada etapa.

**Trabajo Colaborativo:** Los estudiantes trabajarán en equipos que representen diferentes roles dentro de la producción audiovisual, como director, guionista, director de fotografía, editor, etc. Esto fomentará la colaboración y la comprensión de la importancia de cada rol en el proceso creativo.

**Sesiones de Laboratorio y Edición:** Se llevarán a cabo sesiones prácticas en laboratorios con equipos fonográficos y audiovisuales para los procesos de preproducción. Los estudiantes practicarán la edición de video, el ajuste de color y la aplicación de efectos visuales bajo la guía del profesor.

**Desafíos Creativos:** Proporcionar desafíos creativos en los que los estudiantes deben aplicar conceptos de pre producción, producción y posproducción para resolver problemas o crear narrativas en un tiempo limitado.

**Foro de Investigación:** Asignar investigaciones sobre técnicas y métodos innovadores en la industria audiovisual. Los estudiantes presentarán sus hallazgos a la clase, fomentando el intercambio de conocimientos.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCP69	Comprensión de conceptos teóricos relevantes en las artes audiovisuales.	20%	Taller práctico
mCP89 mCP100 mCP21	Planificación, ejecución y finalización exitosa de proyectos audiovisuales, considerando la coherencia entre la preproducción, producción y posproducción.	30%	Proyecto fase I
mCP100	Abordaje de problemas imprevistos durante la preproducción, producción y posproducción, ajustando sus estrategias según sea necesario.	20%	Evaluación de desafíos
mCP21	Seguridad y Protocolo de las artes audiovisuales	20%	Foro
mGCP165	Demuestra trabajo colaborativo y comunicación efectiva entre los miembros de los equipos de trabajo, demostrando una comprensión sólida de los diferentes roles en la producción audiovisual.	10%	Proyecto fase 2

- **Equivalencia cuantitativa**

Taller práctico: 20%

Proyecto fase 1: 30%

Proyecto fase 2: 10%

Desafíos: 20%

Foro: 20%

#### Bibliografía

Bestard Luciano, María. (2011). Realización Audiovisual.

Carpio, S. (2015). Arte y gestión de la producción audiovisual. Editorial UPC.

Alvarado, J. A. S. (2015). Manual de producción audiovisual. Ediciones uc.



<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>								
<b>Electiva Disciplinar: Gestión de Contenidos Digitales</b>								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas						HTI
		HIP						
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea		
				3			1	
Justificación								
<p>En un entorno en constante evolución, donde la transformación digital es esencial para el éxito de las organizaciones, es crucial formar profesionales capacitados en la gestión efectiva de contenidos digitales.</p> <p>La creciente adopción de tecnologías y plataformas digitales demanda una habilidad fundamental para innovar en la producción de contenidos multimedia y acoger las últimas tendencias tecnológicas. Los profesionales deben ser capaces de crear contenido relevante y atractivo que resuene con las audiencias, y esto solo es posible a través de una comprensión profunda de las herramientas, estrategias y enfoques que conforman la gestión de contenidos digitales.</p> <p>La relevancia de la gestión de contenidos digitales se extiende a múltiples sectores, incluyendo el entretenimiento, la publicidad, la educación, la comunicación y por supuesto al sector cultural y creativo. Los profesionales que dominen estas habilidades serán capaces de liderar en la transformación digital de sus organizaciones, asegurando su competitividad y éxito en un entorno cada vez más digitalizado.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es capacitar a los estudiantes en la gestión efectiva de contenidos digitales, con un enfoque en la transformación digital y la innovación en el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones. A través de la exploración y experimentación de tecnologías y plataformas digitales, los estudiantes adquirirán las habilidades necesarias para crear, administrar y optimizar contenidos multimedia. Se fomentará la comprensión de las tendencias tecnológicas y la innovación en la producción de contenidos, permitiendo diseñar estrategias de gestión de contenidos digitales que impulsen la transformación digital en el sector, integrando avances tecnológicos y asegurando una presencia efectiva en plataformas digitales.</p>								
Micro competencias a desarrollar								
Micro competencias (mC)							ID MC asociadas a las mC	
ID mC	mC							
mCPI14	Utiliza herramientas digitales y plataformas en línea para alcanzar y comprometer a las audiencias						PMCE3	
mCPI16	Gestiona el cambio y la resistencia en procesos de innovación cultural y creativa, promoviendo una cultura organizacional abierta a nuevas posibilidades y al aprendizaje.							
mCPI17	Adapta continuamente las estrategias de gestión tecnológica en respuesta a los cambios del entorno y las necesidades del sector cultural y creativo.							
mCA118	Promueve la colaboración y la interacción con otros actores del ecosistema cultural y creativo para potenciar la innovación y la inclusión de la tecnología en el sector.							
mGCC156	Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica de manera ética y responsable.						MGC4	
mGCPI65	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.						MGC7	

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales

### Contenidos Conceptuales:

1. Introducción a la Transformación Digital y Gestión de Contenidos:
  - Definición de transformación digital y su impacto en diferentes industrias.
  - Tendencias y evolución de la creación y distribución de contenidos en entornos digitales.
2. Tecnologías Inmersivas y Plataformas Digitales:
  - Exploración de tecnologías emergentes como realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta.
  - Adopción de herramientas de creación de contenido multimedia.
3. Estrategias de Creación de Contenidos Multimedia:
  - Diseño de estrategias de contenido basadas en objetivos y público objetivo.
  - Creación y adaptación de contenido multimedia para diferentes canales y dispositivos.
4. El rol del Community Manager
5. Aspectos técnicos y legales de la distribución de contenidos digitales

### Contenidos Procedimentales:

1. Experimentación con Tecnologías Inmersivas: es aquella que busca replicar el mundo real, físico, a través de una experiencia digitalizada
  - Realización de proyectos que involucren realidad virtual, aumentada o mixta.
  - Evaluación de las posibilidades y limitaciones de estas tecnologías para la creación de contenidos.
2. Creación de Contenido Multimedia:
  - Desarrollo de habilidades en la creación y edición de imágenes, videos y audio.
  - Utilización de software de diseño, edición de video y producción de audio.
3. Diseño de Estrategias de Contenido:
  - Planificación de estrategias de contenido basadas en investigación de mercado y análisis de audiencia.
  - Creación de calendarios editoriales y programación de publicaciones.
4. Implementación de Técnicas de Innovación:
  - Aplicación de métodos de ideación y creatividad para la generación de ideas innovadoras.
  - Desarrollo de proyectos que integren elementos de gamificación y narrativa.

### Contenidos Actitudinales:

1. Creatividad e Innovación:
  - Fomento de la creatividad para desarrollar enfoques únicos en la creación de contenidos.
  - Actitud abierta a la experimentación y disposición a pensar fuera de lo convencional.
2. Adaptabilidad Tecnológica:
  - Aceptación de la rápida evolución tecnológica y disposición para aprender nuevas herramientas y plataformas.
  - Promoción de la colaboración y comunicación efectiva en equipos para la creación de contenidos.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

**Aprendizaje Basado en Proyectos - Laboratorio:** Mediante la conformación de equipos de trabajo se asignan proyectos de creación de contenido digital. Cada grupo deberá planificar, desarrollar y presentar un proyecto a manera de portafolio digital que incluya ejemplos de lo visto en el curso.

**Estudios de Caso:** Presentar casos reales de organizaciones o empresas que han implementado exitosamente estrategias de gestión de contenidos digitales. Los estudiantes analizarán y discutirán los enfoques, desafíos y resultados de estos casos.

**Talleres Prácticos:** Se organizarán talleres prácticos donde los estudiantes puedan experimentar con diferentes herramientas de creación de contenido digital, como software de diseño gráfico, edición de video y producción de audio.

**Foros sobre análisis y discusión de tendencias:** El objetivo es fomentar la investigación y el análisis de tendencias actuales en el ámbito de los contenidos digitales. Los estudiantes deberán investigar y presentar sobre tecnologías emergentes y su impacto en la gestión de contenidos de forma escrita y oral.

**Clases Magistrales:** con el fin de exponer a los estudiantes los diferentes contenidos a desarrollar en la actividad académica.

### Evaluación del aprendizaje

- Estrategias de evaluación**

Indique la forma en que se valorará el nivel de aprendizaje de los estudiantes. Pueden utilizarse estrategias como el estudio de casos, la resolución de problemas, el desarrollo de proyectos, la lectura y composición de textos, el trabajo colaborativo, las intervenciones en el aula, los textos, los artículos, ensayos, etc.

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCPI16	Tendencias tecnológicas, de transformación digital y producción de contenidos en el sector cultural y creativo.	15%	Foro
mCPI16	El diseño de estrategias de gestión de contenidos digitales que sean coherentes con los objetivos y valores de una organización o proyecto cultural.	15%	Estudio de Casos
mCPI17	Impacto y la eficacia de los contenidos digitales creados, considerando métricas relevantes y ajustando las estrategias.	15%	Estudio de Casos
mCPI14	Habilidades en el uso de herramientas y tecnologías digitales para la creación, edición y distribución de contenidos multimedia.	15%	Talleres prácticos
mCPI17	Técnicas de investigación e innovación en la producción de contenidos digitales, integrando aspectos expresivos, comunicativos y tecnológicos.		Talleres prácticos
mCAI18 mGCP165	Comunicar de manera efectiva y persuasiva las ideas y conceptos relacionados con la gestión de contenidos digitales, tanto a nivel oral como escrito.	20%	Proyecto digital
mCAI18	Colaborar de manera activa y efectiva en equipos para la creación y gestión de contenidos digitales, demostrando habilidades de comunicación y trabajo en equipo.	20%	Proyecto difusión

- Equivalencia cuantitativa**

Foro: 15%

Estudio de Casos: 30%

Talleres Prácticos: 15%

Proyecto digital: 20%

Proyecto fase de difusión: 20%

#### Bibliografía

Mendal, Hector. (2022). Gestión De Contenidos Digitales, IC EDITORIAL- 9788411035262

Londoño, F. C. (2019). Industrias creativas y tecnologías digitales en Colombia. Nuevas interacciones. Periferica, 20, 220-229.

Kulesz, Octavio. (2017). La Cultura en el entorno digital: evaluar el impacto en América Latina y en España.

Londoño, F. C. (2019). Industrias creativas y tecnologías digitales en Colombia. Nuevas interacciones. Periferica, 20, 220-229.

Lozada, L. M. P. (2020). Tendencias nacionales del community manager y su formación académica en Colombia. In tacas.

**Universidad Industrial de Santander**  
**Administración de Empresas Culturales y Creativas**

**Electiva Disciplinar: Visión del Turismo Mundial**

<b>Código:</b>		<b>Intensidad horaria semanal: 9 horas</b>						<b>HTI</b>
<b>Número de créditos:</b>	<b>3</b>	<b>HIP</b>						
		<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>			
<b>Requisitos:</b>	No tiene requisitos previos	<b>Sincrónicas</b>	<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>		
		<b>En físico</b>		<b>En línea</b>	<b>En físico</b>		<b>En línea</b>	
		<b>3</b>			<b>1</b>		<b>5</b>	

**Justificación**

El turismo es un fenómeno complejo y en constante evolución que tiene un impacto significativo en la economía, la cultura y el medio ambiente a nivel mundial. En un mundo interconectado, es esencial analizar distintos segmentos del mercado, cómo se desarrollan los destinos turísticos y cómo se gestionan los flujos de turistas en un contexto global. Además, es fundamental adquirir una perspectiva crítica sobre los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo, y el desarrollo de estrategias sostenibles que permitan maximizar los beneficios y minimizar los efectos negativos.

### Propósito

El propósito de esta actividad académica es formar a los profesionales en competencias propias de la actividad turística, los estudiantes explorarán los principales componentes del turismo, incluyendo su historia, evolución y relevancia en el contexto global. Se familiarizan con los diferentes tipos de turismo, las motivaciones de los viajeros y los impactos económicos, sociales y culturales asociados con esta actividad. Los estudiantes entonces, estarán preparados para comprender y apreciar la importancia del turismo como fenómeno global y su impacto en la economía, la cultura y la sociedad. Esta base de conocimientos les permitirá considerar futuras oportunidades en la industria turística, así como contribuir al desarrollo sostenible y responsable de los destinos turísticos en el mundo.

### Micro competencias a desarrollar

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mC C35	Identifica las fuerzas que imperan en el entorno para determinar su incidencia en el desarrollo regional y su impacto en las actividades sectoriales y empresariales.	tMCE4
mC P10 5	Aplica principios de sostenibilidad y responsabilidad en la gestión del patrimonio, fomentando prácticas de turismo cultural y desarrollo sostenible.	PMCEI
mC C6	Identifica estrategias, políticas y programas que impulsen la economía cultural y creativa.	tMCEI
mC A7	Asume una actitud responsable y autónoma en ejecución de sus actividades	tMCEI
mC A8	Trabaja en equipo para fomentar la colaboración y el networking en el ámbito de la economía cultural y creativa.	tMCEI
mG CAI 40	Reconoce su responsabilidad profesional y personal en la sociedad	MGC1
mG CPI 57	Analiza críticamente la información y las fuentes.	MGC4

### **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

#### **Contenidos conceptuales:**

1. Introducción al turismo con base en la metodología de aprendizaje basado en Problemas.
2. Historia del Turismo y Definiciones Técnicas en Turismo.
3. Diferentes formas de Turismo.
4. Clasificaciones del turismo y Viajeros.
5. Fenómenos del turismo: Fenómeno Global, Fenómeno Sistémico, Fenómeno Humano, Fenómeno Social, Fenómeno Cultural, Fenómeno Integrador, Fenómeno Económico, Fenómeno de masas, Fenómeno Socio técnico, Fenómeno Ecológico, Fenómeno Depredador, Fenómeno desarrollo y cambio, Fenómeno de Paz.

#### **Contenidos procedimentales:**

1. Enfoques Básicos para el estudio del turismo: Enfoque institucional, Enfoque del producto, Enfoque Histórico, Enfoque Administrativo, Enfoque Económico, Enfoque Sociológico, Enfoque Geográfico, Enfoque de Tecnologías de Información, Enfoque Interdisciplinario).
2. Organizaciones Internacionales: Organización mundial del turismo OMT; Consejo mundial de turismo y viajes WTTC; Organización internacional de transporte aéreo IATA; Organización de aviación civil internacional OACI; Unión Internacional de Ferrocarriles UIC; Unión Internacional de transporte de carretera IRU; Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes FUAHV; Asociación Internacional de congresos y convenciones ICCA; Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes IH&RA; NACIONES UNIDAS, UNESCO.
3. Servicios Turísticos: Servicios de Transporte Aéreo, Terrestre y marítimo, Servicios de Alimentación, Servicios de Alojamiento, Agencias de Viaje, Centros de atracciones, diversiones, recreación y convenciones).

#### **Contenidos actitudinales:**

1. Valoración del turismo como reflejo de la diversidad cultural.
2. Desarrollar una actitud consciente hacia las necesidades que presenta el turismo en sus diferentes tipologías.
3. Responsabilidad y conciencia de la sostenibilidad en el turismo regional, nacional y mundial.
4. Apertura a la innovación en el campo del turismo.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Aprendizaje Basado en Problemas.

Trabajo Colaborativo.

Análisis de distintos tipos de recursos y productos turísticos a través de materiales audiovisuales.

Lectura y análisis de fuentes secundarias.

Estudio de casos: que involucren diferentes perspectivas sobre el turismo, seguido de discusiones en clase.

Debates grupales: para profundizar en las organizaciones del turismo.

### Evaluación del aprendizaje

- **Estrategias de evaluación**

Indique la forma en que se valorará el nivel de aprendizaje de los estudiantes. Pueden utilizarse estrategias como el estudio de casos, la resolución de problemas, el desarrollo de proyectos, la lectura y composición de textos, el trabajo colaborativo, las intervenciones en el aula, los textos, los artículos, ensayos, etc.

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCP157	Identifica la metodología para la elaboración de fichas bibliográficas de libros, artículos, revistas y determina el objeto de estudio a investigar en la actividad académica.	10%	Taller
mCPI05	Comprende la historia y las definiciones del turismo	10%	Taller
mCPI05	Clasifica las diferentes formas de turismo	5%	Mapa conceptual
mCPI05	Comprender la clasificación del turismo	20%	Trabajo Colaborativo
mCC35	Identifica, analiza y diagnostica el problema de investigación a través de los diferentes enfoques del turismo para elaborar el objeto de investigación.	10%	Exposición 1
mCPI05 mGCA140	Encuentra alternativas de solución sobre el objeto de investigación a través de los diferentes estudios emitidos por las organizaciones internacionales del turismo.	25%	Exposición 2
mCPI05	Expresa los diferentes servicios turísticos y sus usos.	10%	Taller
mCC6 mCA7	Muestra disposición e interés para explorar y aprender sobre el turismo y sus tipologías, demostrando una mentalidad abierta a la innovación, el cambio y la sostenibilidad.	10%	Exposición 3

- **Equivalencia cuantitativa**

Talleres: 30%

Trabajo Colaborativo: 20%

Mapa conceptual: 5%

Exposición 1: 10%

Exposición 2: 25%

Exposición 3: 10%



### Bibliografía

- Acerenza Miguel Ángel Conceptualización, Origen Y Evolución De Iturismo /.--3Ed. --México Trillas, 2014-- 125p. : il
- Ascanio Alfredo Guevara Teoría Del Turismo /. 2Ed.-- México : Trillas, 2017-- 152p. : il.
- Boullon Roberto C. Las Actividades Turísticas Y Recreacionales: El Hombre Como Protagonista /. -- México : Trillas, 2009
- Casanueva Cristóbal, Gallego Agueda Marie Ángeles.-- Empresas Y Organizaciones Turísticas / 3 Ed.-- Madrid : Pirámide, C2016. -- 284p. : diagrs
- De La Torre Francisco; Sistemas De Transportación Turística/. -- México : Trillas, 2008
- De La Torre Francisco; Agencias De Viajes : Estructura Y Operación/ Francisco De La Torre -- México : Trillas, 2010
- De La Torre Oscar Padilla Turismo Actividad Mundial: Antecedentes Históricos, Evolución Mundial Y Desarrollo En México /. -- México : Trillas, 2012
- De La Torre, Oscar Turismo mundial: Antecedentes históricos, evolución mundial y desarrollo en México Trillas 2012
- Fabbroni, Mariana Celina, and Marquez, Mariana Pérez. Fundamentos del turismo: nuevo enfoque en el siglo XXI, Ugerman Editor, 2018 Ebook
- Fernández, Fernández, Antonio, and Portela, Julio Fernández. Paisajes y turismo, UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2019. Ebook
- Glosario Turístico. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/>
- Guerrero, González, Perla Elizabeth, and Mendoza, José Roberto Ramos. Introducción al turismo, Grupo Editorial Patria, 2014
- Jiménez, Bulla, Luis Hernando, and Barbosa, Wilson Giovanni Jiménez. Turismo: tendencias globales y planificación estratégica, Ecoe Ediciones, 2013 Ebook
- Jiménez, Luis Hernando Turismo: Tendencias globales y planificación estratégica. Ecoe
- Jiménez, Martínez, Alfonso de Jesús, et al. Guía introductoria a la dimensión temática del sistema turístico, Editorial Miguel Ángel Porrúa, 2017. Ebook
- Matute, Peña, Miguel, et al. Aspectos sociopsicológicos del turismo, B - EUMED, 2008 Ebook
- Molina Sergio; Fundamentos Del Nuevo Turismo : De La Fase industrial A La De Innovación / -- México : Trillas, 2009
- Monterrubio, Cordero, Juan Carlos. Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual, Plaza y Valdés, S.A. de C.V., 2011 Ebook
- Morfín María Del Carmen Herrera; Administración Del Tiempo Libre /. -- México : Trillas, 2003
- Panosso Netto Alexandre; Lohmann Guilherme Teoría Del Turismo: Conceptos, Modelos Y Sistemas /,. -- México : Trillas, C2012
- Ramírez Cesar Cavassa; Visión Integral Del Turismo : Fenómeno Dinámico Universal / -- México : Trillas, 2006
- Robert W. Mcintosh Robert W. Macintosh Turismo: Planeación, Administración Y Perspectivas / -- México : Limusa, 2005

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>							
<b>Electiva Disciplinar: Diseño de Producto Turístico</b>							
Código:	Intensidad horaria semanal: 9 horas						
	HIP						HTI
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico	
				3			
Justificación							
<p>El panorama del turismo actual se encuentra en constante y rápido cambio, por ende, se deben satisfacer las necesidades y expectativas de una amplia diversidad de clientes provenientes de todo el mundo. La creciente importancia de establecer compromisos previos entre los solicitantes de servicios turísticos y los proveedores de los mismos ha creado un entorno altamente competitivo en el que la calidad, la seguridad y la personalización son elementos cruciales. Es en este contexto que surge la necesidad imperante de una actividad académica relacionada con el Diseño de Producto Turístico, que permita a los estudiantes enfrentar los retos actuales y futuros del sector de manera efectiva.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de esta actividad académica es brindar a los futuros profesionales las habilidades y los conocimientos necesarios para diseñar productos y servicios turísticos innovadores, atractivos y adaptados a las necesidades cambiantes de los consumidores. El proceso de diseño de productos turísticos se ha vuelto más complejo debido a la diversidad de perfiles de los viajeros, sus expectativas y las tecnologías emergentes que están redefiniendo la industria. Por lo tanto, generar competencias en diseño de productos turísticos resulta fundamental por varias razones: Comprender las tendencias del turismo actual, segmentación y personalización, conocimientos tecnológicos, enfoque de calidad y seguridad, perspectiva global y cultural con criterios de productividad, competitividad y desarrollo sostenible.</p>							
Micro competencias a desarrollar							
ID mC		Micro competencias (mC)				ID MC asociadas a las mC	
mC							
mCC27	Explica las variables del marketing mix y las estrategias de mercadeo para el logro de los objetivos propuestos, dentro de un marco ético y de responsabilidad social.					tMCE3	
MCP166	Diseña productos turísticos teniendo en cuenta los niveles de productos y servicios, las tipologías de productos, la programación de actividades y las etapas de desarrollo con una evaluación sólida de la factibilidad					PMCE1	
mCPI05	Aplica principios de sostenibilidad y responsabilidad en la gestión del patrimonio, fomentando prácticas de turismo cultural y desarrollo sostenible.					PMCE1	
mGCPI57	Analiza críticamente la información y las fuentes.					MGC4	
mGCPI65	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.					MGC7	

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. Introducción al diseño de un producto en destinos turísticos.
2. Clasificación de las líneas de productos de un destino.
3. Elementos necesarios para la creación de un producto turístico.
4. Concepto del producto.

#### Contenidos procedimentales:

1. Planificación de un producto turístico.
2. Investigación de mercados (enfocado a productos y servicios turísticos).
3. Componentes de la cadena productiva.
4. Objetivo final del producto.
5. Especificaciones del producto.
6. Estructura del producto.
7. Economía de desarrollo del producto turístico.
8. Pruebas del producto en cuanto a mercado y comercialización.
9. Ciclo de vida del producto. (caso turismo).
10. Decisión de eliminar un producto

#### Contenidos actitudinales:

1. Valoración del turismo como reflejo de la diversidad cultural.
2. Desarrollar una actitud consciente hacia las necesidades que presenta el turismo en sus diferentes tipologías.
3. Responsabilidad y conciencia de la sostenibilidad en el turismo regional, nacional y mundial.
4. Apertura a la innovación en el campo del turismo.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Aprendizaje Basado en Problemas.

Foros en Moodle y presenciales.

Trabajo Colaborativo.

Análisis de distintos tipos de recursos y productos turísticos a través de materiales audiovisuales.

Lectura y análisis de fuentes secundarias.

Estudio de casos: que involucren diferentes perspectivas sobre el turismo, seguido de discusiones en clase.

Debates grupales: para profundizar en las organizaciones del turismo.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
MCPI66	Reconocer el significado y la diferencia de la oferta, demanda, competencia, tendencias, recurso turístico, inventario turístico, destino turístico, diseño de producto turístico.	10%	Foro
mCC27	Reconocer las líneas de producto turístico que se pueden encontrar en los destinos turísticos.	10%	Exposiciones
mCC27	Identificar los elementos que conforman un producto turístico y analizar de qué manera lo puede aplicar a un territorio.	10%	Trabajo Colaborativo
mCC27	Analiza los elementos y la importancia de pertenecer a la cadena productiva del turismo.	10%	Trabajo Colaborativo
MCPI66 mCPI05	Elabora un informe de avance de producto turístico diseñado para su territorio, resaltando las principales características diferenciadoras de su entorno y los elementos de sostenibilidad.	10%	Informe
MCPI66	Propone un orden lógico de los elementos que debe tener el producto turístico y la gestión a realizar para posicionarlo en el mercado para asegurar su buen desarrollo y prolongar su solicitud por parte de los visitantes a las regiones donde se desarrolló.	20%	Examen
MCPI66	Diferenciar en el producto turístico variables importantes como una oferta variada, agrupaciones de subproductos en unidades temáticas, marca de identidad.	10%	Exposiciones
MCPI66	Realizar un plan de tarifas de acuerdo con la población objeto, intermediarios, competencia, costos directos, indirectos y beneficios, para el producto turístico diseñado.	10%	Trabajo Colaborativo
MCPI66	Analiza la decisión de eliminar un producto, después de revisar su ciclo de vida y evaluar la rentabilidad de este, resalta los factores que intervienen para llegar a esta conclusión.	10%	Trabajo Colaborativo

- **Equivalencia cuantitativa**

Foro: 10%

Exposiciones: 20%

Trabajo Colaborativo 1: 20%

Trabajo Colaborativo 2: 20%

Trabajo Colaborativo 3: 20%

Trabajo Colaborativo 4: 20%

Informe: 10%

Examen: 20%

### Bibliografía

- DÍAZ, Beatriz. El diseño de productos y servicios turístico. Madrid: Síntesis, 2015.
- JIMÉNEZ BULLA, Luis Hernando. Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2013
- CASTELLANOS HERNANDEZ, Eulogio. Planeación del espacio turístico. México: Trillas, 2012
- MCINTOSH, Robert W. Turismo: Planeación, administración y perspectivas. México: Limusa, 2005
- MOLINA, Sergio. Turismo Metodología para su planificación. México: Trillas, 2005
- SOTO PINEDA, Eduardo. Las pymes ante el desafío del siglo XXI: Los nuevos mercados globales. México: Thomson Editores, 2004
- FERNÁNDEZ VALINAS, Ricardo. Segmentación de Mercados. México: ECAFSA, 2000
- MCINTOSH, Robert W. Turismo: planeación, administración y perspectivas. México: Limusa, 2005
- CABARCOS Novas, Noelia. Administración de servicios turísticos: promoción y venta. Bogotá: Ediciones de la U, 2011
- ASCANIO, Alfredo. Economía del turismo: técnicas y procedimientos de valoración. Bogotá: Ediciones de la U, 2012
- ACERENZA, Miguel Ángel. Competitividad de los destinos turísticos. México: Trillas, 2009
- ASCANIO GUEVARA, Alfredo. Turismo sustentable: el equilibrio necesario para el siglo XXI. México: Trillas, 2011
- ZAMORANO CASAL, Francisco Manuel. Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados. México: Trillas, 2009
- ACERENZA, Miguel Ángel. Política turística y planificación del turismo. México: Trillas, 2006
- BOULLON, Roberto C.. Turismo rural: un enfoque global. México: Trillas, 2012
- ACERENZA, Miguel Ángel. Gestión municipal del turismo. México: Trillas, 2008
- MORALES MEJÍA, David. Financiamiento turístico: Fuentes internas y externas. México: Trillas, 2006
- RUANO PAVÓN, Carmen. (E-Libro) Diseño de productos y servicios turísticos locales: promoción turística local e información al visitante. IC Editorial, 2012
- PÉREZ DE LAS HERAS, Mónica. (E-Libro) Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable . Mundi-Prensa, 2008

Universidad Industrial de Santander								
Administración de Empresas Culturales y Creativas								
Electiva Disciplinar: Fotografía Digital								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas						H T I
	HIP							
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico		En línea
		3			1		5	
Justificación								
La comunicación visual desempeña un papel indispensable en la presentación de productos, y el uso de imágenes es un componente esencial para expresar ideas en proyectos, además de ser una herramienta valiosa en la documentación visual en el desarrollo de los mismos. Por lo tanto, resulta esencial adquirir conocimientos y habilidades en la captura, edición, representación y creación de imágenes digitales mediante la fotografía y el video, con el fin de dominar la técnica en la composición digital de imágenes.								
Propósito								
El propósito de la actividad académica es familiarizar al estudiante con los principios que rigen la fotografía de productos, ambiental y humana.								
Micro competencias a desarrollar								
Micro competencias (mC)							ID MC asociadas a las mC	
ID mC	mC							
mCP169	Integra habilidades en fotografía digital, que incluyen el conocimiento de las variables y factores que la afectan, junto con el uso efectivo de tecnologías teniendo en cuenta diversos elementos visuales, y la capacidad de planificar y estructurar proyectos de fotografía y video para la comunicación efectiva.						PMCE3	
mCP114	Utiliza herramientas digitales y plataformas en línea para alcanzar y comprometer a las audiencias						PMCE3	
mCP89	Evalúa los impactos y desafíos de la globalización, la digitalización y las nuevas tecnologías en la producción y consumo de la cultura.						TMCE1	
mGCA142	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa						MGCI	

### **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

#### **Contenidos Conceptuales:**

1. Fundamentos básicos.
2. La imagen digital.
3. La cámara Reflex.
4. Fundamentos de la composición visual y encuadre, planos y líneas dominantes, angulaciones.

#### **Contenidos Procedimentales:**

1. Tiempos de obturación I.
2. Tiempos de obturación II.
3. Edición digital de imágenes, gestión de archivos fotográficos, tratamiento de imágenes RAW.
4. Profundidad de Campo
5. Workshop I: Stacking
6. Iluminación
7. La exposición y la medición de la luz
8. Workshop 2. Photomerge
9. Concept Board
10. Sensibilidad a la luz y Balance de blancos
11. Fotografía de producto I: Objetos metálicos y traslucidos
12. Fotografía de producto II: Comidas y alimentos

#### **Contenidos Actitudinales:**

1. Creatividad y exploración en la generación de ideas.
2. Compromiso y responsabilidad en la planificación y ejecución de proyectos.
3. Colaboración y comunicación efectiva en equipos conformados.
4. Adaptabilidad y resolución de problemas en entornos de producción.
5. Curiosidad y disposición para aprender sobre las nuevas tecnologías y tendencias.
6. Ética y respeto en el manejo de contenido y derechos de autor.

#### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Realización de talleres: investigación y apropiación de los conocimientos básicos y redes de conceptos que les permitan integrar información con los contenidos de la actividad académica.

Trabajo Colaborativo- Proyectos: Se realizará un archivo de cada estudiante donde se registrarán cada uno de los trabajos entregados titulado "Portafolio fotográfico" en donde se recopilará el trabajo desarrollado durante los talleres y los workshops. Esta recopilación de fotografías resume la aplicación de principios de la fotografía, evidencia el nivel de progreso y demuestra el dominio en la postproducción y edición digital. De los trabajos realizados se escogerán los más relevantes para impresión y realizar una muestra final.

Desafíos Creativos: Proporcionar desafíos creativos en los que los estudiantes deben aplicar conceptos interacción.

Foro de Investigación: Asignar investigaciones sobre técnicas y métodos innovadores en la industria. Los estudiantes presentarán sus hallazgos a la clase, fomentando el intercambio de conocimientos.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCPI6 9	El estudiante es capaz de aplicar principios ópticos básicos para la generación de imágenes fotográficas empleando cámaras fotográficas SLR.	10%	Taller
mCPI6 9	Comprende los principios que rigen la creación de las imágenes fotográficas, puede analizar y predecir los efectos en la imagen fotográfica de modificaciones ópticas como ángulos y/o distancias focales, distanciamiento de los elementos ópticos del cuerpo de la cámara y demás manipulaciones del equipo básico de fotografía.	10%	Taller
mCPI6 9	Analiza y escoge los materiales y procesos que permitan un ejercicio fotográfico acordes con una necesidad de manejo de la imagen predeterminada.	20%	Proyecto 1
mCPI6 9	Es capaz de detectar y ajustar encuadres y escenarios para estudio fotográfico básico acorde con cada situación particular planteada.	20%	Proyecto 2
mCPI6 9	Es capaz de proponer y aplicar principios de composición gráfica en la elaboración o manipulación de imágenes fotográficas.	10%	Taller
mCPI6 9	Se expresa técnicamente con fluidez y claridad en los temas y aspectos que conciernen al campo de la fotografía.	10%	Exposición
mCPI6 9	Es capaz de crear imágenes de realidades simuladas, controlando las escalas, las distancias entre los temas de la imagen, y de éstas con los valores de la cámara fotográfica.	20%	Proyecto 3
<p>● <b>Equivalencia cuantitativa</b>  Taller: 30%  Exposiciones: 10%  Proyecto – entrega 1: 20%  Proyecto – entrega 2: 20%  Proyecto – entrega 3: 20%</p>			



### Bibliografía

- HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA, Barcelona: Salvat Editores S.A. 275p. Language: Spanish, Base de datos: Biblioteca Universidad Industrial de Santander
  - FOTOGRAFÍA DIGITAL, STRIZINEC, GABRIEL. Mexico : Alfaomega : Ra-Ma, 2006 272p. : il., tablas Language: Spanish, Base de datos: Biblioteca Universidad Industrial de Santander
  - CONTEXTO Y NARRACIÓN EN FOTOGRAFÍA, Short, Maria; Zelich, Cristina. Series: Manuales de fotografía aplicada. Barcelona : Editorial Gustavo Gili. 2013. eBook. Language: Spanish , Base de datos: eBook Index
  - FOTOGRAFÍA DIGITAL, POGUE, DAVID. Madrid : Ediciones Anaya Multimedia, c2009 254p. : il. Language: Spanish, Base de datos: Biblioteca Universidad Industrial de Santander
  - FOTOGRAFÍA SUBMARINA, EDGE, MARTIN. Madrid : Anaya Multimedia, c2007 480p. : il. (col.) Language: Spanish, Base de datos: Biblioteca Universidad Industrial de Santander.
  - FOTOGRAFÍA INFRARROJA, DERIBERE, MAURICE. Barcelona : Omega, 1951 175p. : il. Language: Spanish, Base de datos: Biblioteca Universidad Industrial de Santander.
  - LA IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA, Paula Fonseca Antunes Vieira; Leonardo Madson; Ana Carolina Marini; Sérgio Gurgel. In: Revista UniVap, Vol 22, Iss 40 (2017); Universidade do Vale do Paraíba, 2017. Language: Portuguese, Base de datos: Directory of Open Access Journals
  - ATRAPANDO LA LUZ. ORIGEN Y MATERIALIDAD DE LA FOTOGRAFÍA, Gil Bell, Rebecca María. In: TDX (Tesis Doctorals en Xarxa); Universitat de Barcelona Language: Spanish; Castilian, Base de datos: TDX
- NIKON Co, MANUAL NIKON D750, SPEEDLIGHT SB 700, Aula Virtual Curso de Fotografia.

Universidad Industrial de Santander								
Administración de Empresas Culturales y Creativas								
Electiva Disciplinar: Usabilidad								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas						
		HIP						
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			H T I
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico		En línea
				3				1
Justificación								
De los atributos de calidad de una herramienta, la usabilidad es uno de los aspectos más importantes para el diseño y uno de los factores más sensibles para los usuarios. Constituye la eficiencia, eficacia y satisfacción en cualquier actividad humana, que determina el grado de aceptación práctica y social de un producto en el mercado. El tener presente métodos de usabilidad en procesos de Diseño Centrado en el Usuario basado en los modelos del consumidor, garantizará la comprensión de sus necesidades, mientras que, en un producto basado en un modelo autorreferencial, los resultados de uso son erróneos y por tanto las operaciones diseñadas deterioran la facilidad de uso y la funcionalidad del producto, lo que incluso puede desencadenar accidentes.								
Propósito								
El propósito de la actividad académica es brindar el soporte teórico y práctico para la comprensión del enfoque metodológico "Diseño Centrado en el Usuario (DCU)", buscando que el estudiante adquiriera una visión más amplia de aplicación del diseño en el desarrollo de productos.								
Micro competencias a desarrollar								
Micro competencias (mC)							ID MC asociadas a las mC	
ID mC	mC							
mCP90	Elabora informes que integren los conceptos, teorías y metodologías de los estudios culturales para reflexionar sobre fenómenos culturales contemporáneos.						TMCEI	
mCE168	Analizar la usabilidad de productos mediante técnicas y herramientas derivadas del enfoque del Diseño Centrado en el Usuario (DCU) y la optimización de su experiencia.						PMCEI	
mCA7	Asume una actitud responsable y autónoma en ejecución de sus actividades						tMCEI	
mGCA142	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa						MGCI	
mCPI22	Propone un proyecto de investigación para el sector cultural y creativo que permita la generación de nuevo conocimiento respondiendo a las necesidades del entorno						PMCE7	

## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos Conceptuales:**

1. Introducción Identificación de conocimientos previos y expectativas.
2. Interacción hombre - máquina / hombre - computadora.
3. La interfaz (interfase)
4. Conociendo al usuario. Diseño de experiencias
5. Usabilidad - Introducción
6. Usabilidad Definición de variables en usabilidad.
7. Diseño centrado en el usuario

### **Contenidos Procedimentales:**

1. Métricas en usabilidad.
2. La investigación como marco para el análisis y evaluación de la usabilidad.
3. Métodos de usabilidad Indagación.
4. Métodos de usabilidad Prototipado y categorización.
5. Métodos de usabilidad Inspección.
6. Métodos de usabilidad test.
7. Diseño de instrumentos de usabilidad.
8. Aplicación de pruebas y comprobaciones ergonómicas.
9. Análisis de resultados de comprobaciones ergonómicas.
10. Usabilidad de productos intangibles software, multimedia, web
11. Usabilidad en móviles, pantallas táctiles, etc.
12. Estándares en diseño digital.
13. Ergonomía de software, trabajo con pantallas de visualización de datos.
14. Accesibilidad Evaluación de usabilidad con grupos minoritarios que sufren algún tipo de discapacidad.
15. Tendencias futuras en el ámbito de usabilidad.

### **Contenidos Actitudinales:**

1. Creatividad y exploración en la generación de ideas.
2. Compromiso y responsabilidad en la planificación y ejecución de proyectos.
3. Colaboración y comunicación efectiva en equipos conformados.
4. Adaptabilidad y resolución de problemas en entornos de producción.
5. Curiosidad y disposición para aprender sobre las nuevas tecnologías y tendencias.
6. Ética y respeto en el manejo de contenido y derechos de autor.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Realización de talleres: investigación y apropiación de los conocimientos básicos y redes de conceptos que les permitan integrar información con los contenidos de la actividad académica.

Trabajo Colaborativo- Proyectos: Con el fin de desarrollar contenidos y exposiciones sobre los avances del proyecto durante la actividad académica

Desafíos Creativos: Proporcionar desafíos creativos en los que los estudiantes deben aplicar conceptos interacción.

Foro de Investigación: Asignar investigaciones sobre técnicas y métodos innovadores en la industria. Los estudiantes presentarán sus hallazgos a la clase, fomentando el intercambio de conocimientos.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCE168	Comprender las expectativas de los usuarios en el diseño de experiencias interactivas.	10%	Taller
mCE168	Diferenciar entre la interacción hombre-máquina y la interacción hombre-computadora, destacando sus características y aplicaciones específicas.	10%	Taller
mCE168	Definir y explicar el concepto de interfaz (interfase) en el contexto de la usabilidad y el diseño centrado en el usuario.	10%	Exposiciones
mGCA142	La importancia de conocer al usuario en el proceso del diseño.	15%	Foro
mCE168	Las métricas utilizadas en la evaluación de la usabilidad, incluyendo su importancia en el proceso de diseño.	15%	Exposiciones
mCE168	Exponer los instrumentos de usabilidad eficaces para evaluar la interacción usuario-máquina, considerando las características específicas del proyecto.	20%	Proyecto fase 1
mCP90 mCP122 mCA7	Demuestra la capacidad de seleccionar y aplicar adecuadamente métricas de usabilidad en diferentes proyectos, identificando cuáles son las más apropiadas para evaluar la experiencia del usuario en un contexto específico.	20%	Proyecto fase 2
<p>● <b>Equivalencia cuantitativa</b>  Taller: 20%  Exposiciones: 25%  Foros: 15%  Proyecto fase 1: 20%  Proyecto fase 2: 20%</p>			
<b>Bibliografía</b>			
<p>Norman, D. A. (1998). La psicología de los objetos cotidianos (Vol. 6). Editorial Nerea. Donald Norman Why we love (or hate) everyday things.</p> <p>Norman, D. A. (2000). El ordenador invisible. Paidós.</p> <p>Javier Royo Jacob: Diseño digital Usabilidad</p> <p>Jakob Nielsen, Hoa Loranger, Publisher: New Riders Press, Year: 2006. ISBN: 0321350316,9780321350312</p> <p>Allan Nielsen: Atrapados por la tecnología</p> <p>Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., &amp; Noessel, C. (2014). About face: the essentials of interaction design. John Wiley &amp; Sons.</p> <p>Krug, S. (2006). No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la web (No. Gi2974). PEARSON.</p> <p>Albert, W., &amp; Tullis, T. (2010). Measuring the user experience. San Francisco: Morgan Kaufmann.</p> <p>Rubin, J., &amp; Chisnell, D. (2008). Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests. John Wiley &amp; Sons.</p>			



**INICIO DEL CICLO PROFESIONAL**

**SEPTIMO SEMESTRE**

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b> <b>Gestión de la innovación la tecnología y el conocimiento</b>								
Código:		Intensidad horaria semanal: 12 horas						H T I
		HIP						
Número de créditos:	4	Teóricas		Asincrónicas	Prácticas			
		Sincrónicas	En línea		Sincrónicas	Asincrónicas		
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea		
		5			I			
<b>Justificación</b>								
<p>En un mundo en constante transformación, donde la tecnología avanza rápidamente y la innovación es clave para la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones, es fundamental que los futuros profesionales del programa de Administración de Empresas Culturales y Creativas adquieran las competencias necesarias para liderar procesos de cambio y desarrollo en el sector.</p> <p>El curso proporcionará a los estudiantes una visión integral de la gestión de la innovación y la tecnología, permitiéndoles comprender cómo estas dos áreas se entrelazan y contribuyen a la creación de valor en las organizaciones culturales y creativas. A través del análisis de casos reales y el estudio de enfoques teóricos y prácticos, los estudiantes aprenderán a identificar oportunidades de innovación, implementar tecnologías disruptivas y aprovechar el conocimiento como un activo estratégico para el desarrollo sostenible del sector.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>El propósito del curso de Gestión de la Innovación, la Tecnología y el Conocimiento es brindar a los estudiantes una comprensión sobre la importancia estratégica de la innovación y la tecnología en el contexto empresarial y cultural. A lo largo del curso, los estudiantes adquirirán conocimientos fundamentales sobre los procesos de innovación y las nuevas tecnologías emergentes, así como la gestión eficiente del conocimiento como un recurso estratégico para el desarrollo organizacional. Se explorarán casos de éxito y mejores prácticas en diferentes sectores, incluyendo el ámbito cultural y creativo, para comprender cómo la innovación y la tecnología pueden generar ventajas competitivas y oportunidades de crecimiento. Además, se fomentará el desarrollo de habilidades para identificar y evaluar oportunidades de innovación, implementar procesos de gestión tecnológica y facilitar la transferencia efectiva de conocimiento en el entorno organizacional. Al finalizar el curso, los estudiantes estarán preparados para enfrentar los desafíos de la gestión de la innovación y la tecnología en el ámbito cultural y creativo, contribuyendo al desarrollo sostenible y la transformación del sector.</p>								

Micro competencias a desarrollar		
Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCPI 07	Utiliza herramientas de vigilancia tecnológica que impulsen la innovación en la gestión de las organizaciones culturales y creativas.	PMCE3
mCPI 08	Analiza las estrategias empresariales a partir de la identificación y uso de las herramientas tecnológicas.	
mCPI 15	Plantea estrategias de gestión de la innovación y del conocimiento que fomenten la colaboración, la creatividad y el aprendizaje continuo en equipos de trabajo.	
mCPI 16	Gestiona el cambio y la resistencia en procesos de innovación cultural y creativa, promoviendo una cultura organizacional abierta a nuevas posibilidades y al aprendizaje.	
mCPI 17	Adapta continuamente las estrategias de gestión tecnológica en respuesta a los cambios del entorno y las necesidades del sector cultural y creativo.	
mCAI 18	Promueve la colaboración y la interacción con otros actores del ecosistema cultural y creativo para potenciar la innovación y la inclusión de la tecnología en el sector.	
mGCP 155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	MGC4
mGCP 160	Planifica su trabajo orientado hacia propósitos, competencias y resultados de aprendizaje.	MGC5

## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos conceptuales:**

1. Tipología de innovación.
2. Variables estructurales de un proceso de innovación.
3. Enfoque del accionar innovativo
4. Innovación en el modelo de negocios
5. Capacidades organizacionales para la dinámica innovativa.
6. Partes de un ecosistema de negocios
7. Formas de vinculación y transferencia de ideas y desarrollos.
8. Gestión del conocimiento organizacional: Conceptos fundamentales de la gestión del conocimiento y su relación con la innovación.

### **Contenidos procedimentales:**

1. Actividades de captura y distribución de la información dentro de la empresa
2. Indicadores para validar la implementación del sistema de captación de información científica y tecnológica del entorno.
3. Análisis de mercado y tendencias tecnológicas: Evaluación sistemática de la industria y las tecnologías emergentes para identificar oportunidades innovadoras.
4. Diseño de procesos de innovación: Desarrollo de metodologías y estrategias para gestionar el ciclo de vida de la innovación, desde la idea hasta la implementación.
5. Evaluación de riesgos y gestión financiera: Identificación y mitigación de riesgos asociados con proyectos innovadores, así como la gestión de recursos financieros.
6. Gestión del conocimiento: Implementación de sistemas para capturar, compartir y aplicar el conocimiento dentro de la organización.
7. Medición y evaluación de la innovación: Diseño de indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el impacto y la efectividad de las iniciativas de innovación.

### **Contenidos Actitudinales:**

1. Desarrollar la actitud de ser proactivo en la generación de ideas innovadoras y soluciones creativas.
2. Promover la disposición para asumir riesgos calculados y buscar oportunidades de negocio a través de la innovación.
3. Trabajo en conjunto y aprovechar el conocimiento colectivo en la gestión de la innovación.
4. Pensamiento crítico y resolución de problemas: Cultivar la capacidad de analizar situaciones complejas, identificar desafíos y buscar soluciones efectivas.



### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

**Línea de tiempo:** Con el fin de que los estudiantes ordenen una secuencia de eventos o de hitos sobre un tema, con el fin de visualizar con claridad la relación temporal entre ellos.

**Clase magistral:** Transmitir de manera organizada y unidireccional (el profesor habla y el estudiante escucha), información de aprendizaje a un grupo de estudiantes.

**Aula invertida:** El profesor previamente al desarrollo de la actividad académica, prepara el material para que los estudiantes en su tiempo de trabajo independiente apropien conceptos claves. Esto busca a su vez incrementar el compromiso y la implicación del estudiante en su propio aprendizaje y en la manera como lo socializa y lo integra a su realidad.

**Trabajo colaborativo:** Permitir a los estudiantes aprender a trabajar comprometidos y en equipo (grupos pequeños), en un ambiente seguro y estimulante.

**Debates:** Los debates pretenden forjar competencia para los estudiantes dentro de la comunicación oral y escrita, dado que allí se debe evidenciar la oratoria, modo de expresión, entonación y por supuesto mostrar una postura clara y respetuosa sobre la situación problema.

**Foros:** Propiciar un espacio para la discusión o debate de temas específicos generando construcción de conocimiento

**Mapa Conceptual:** Permitir la organización de los contenidos de una temática en específico para facilitar su interpretación, comprensión y análisis, de tal manera que se promueva el aprendizaje significativo.

**Informes:** Integrar correctamente el vocabulario y conceptos fundamentales en un documento que dé cuenta de lo aprendido en un tema o el total del curso.

Evaluación del aprendizaje			
ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCPI 16 mGCP 160	Comprensión de los Conceptos: Los estudiantes podrán explicar de manera precisa los conceptos fundamentales relacionados con la gestión de la innovación, la tecnología y el conocimiento.	10%	Taller
mCPI 07 mCPI 08	Aplicación Práctica de Metodologías de Innovación: Los estudiantes serán capaces de aplicar diversas metodologías de innovación en situaciones del mundo real para resolver problemas empresariales.	10%	Debates
mCPI 07	Análisis de Tendencias Tecnológicas: Los estudiantes podrán identificar y analizar tendencias tecnológicas relevantes para su campo y evaluar su impacto potencial en la innovación.	10%	Taller Línea de Tiempo
mCPI 08 mCPI 17	Desarrollo de Estrategias Innovadoras: Los estudiantes serán capaces de analizar estrategias de innovación que sean coherentes con los objetivos y recursos de una organización.	10%	Proyecto entrega 1
mCPI 16	Habilidad para Gestionar el Conocimiento: Los estudiantes demostrarán la capacidad de gestionar el conocimiento de manera efectiva dentro de una organización, incluyendo la captura, organización y distribución de información clave.	10%	Proyecto entrega 2
mCAI 18	Resolución de Problemas: Los estudiantes serán evaluados en su habilidad para identificar y resolver desafíos específicos relacionados con la innovación y la tecnología.	10%	Retos
mCPI 17	Evaluación de Impacto de la Innovación: Los estudiantes podrán medir y evaluar el impacto de las iniciativas de innovación en términos de eficiencia, rentabilidad y ventaja competitiva.	10%	Proyecto entrega 3
mCAI 18 mGCP 155	Participación Activa en Proyectos de Innovación: Se evaluará la capacidad de los estudiantes para contribuir de manera efectiva en proyectos de innovación colaborativos, demostrando habilidades de trabajo en equipo y liderazgo cuando sea necesario	30%	Proyecto entrega final

- Equivalencia cuantitativa

Proyecto entrega 1: 10%

Proyecto entrega 2: 10%

Proyecto entrega 3: 10%

Proyecto entrega final: 30%

Retos: 10%

Talleres: 20%

Debates: 10%

#### Bibliografía

Marcelo López\_ Patricia López & Carlos Marulanda - Kit de Técnicas y herramientas para gestionar el conocimiento y la innovación-Universidad Nacional de Colombia 2019.

Tom Kelley, Jonathan Littman - The Ten Faces of Innovation: IDEO's Strategies for Defeating the Devil's Advocate and Driving Creativity Throughout Your Organization

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>							
<b>Gestión Estratégica de Proyectos</b>							
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas					
		HIP					HTI
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas		
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea	
		4					5
Justificación							
<p>En la esfera de la gestión<sup>49</sup>, se lleva a cabo un monitoreo simultáneo del progreso de los proyectos a lo largo de su concepción, evaluación e implementación, desde la perspectiva del administrador de empresas del sector cultural y creativo. Este enfoque posibilita la ejecución de acciones administrativas en las organizaciones, la identificación de posibles obstáculos en la ejecución y la realización de ajustes necesarios en caso de desviaciones respecto al plan original. La gestión, de igual manera, se basa en la necesidad de establecer técnicas que permitan comprender lo que está ocurriendo y cómo se evalúan los avances y discrepancias en relación con los objetivos establecidos, por medio de la organización sistemática de las actividades y la definición de indicadores de gestión. En la ilustración I se muestran las fases del ciclo de vida de un proyecto y donde ocurre la gestión del mismo:</p> <p style="text-align: center;"><b>Ilustración I. Fases del ciclo de vida de un proyecto</b></p>							
<p>Fuente: ICFES, Módulo de Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos</p>							
<p>Por lo anterior, la gestión estratégica de proyectos adquiere una relevancia crucial, ya que permite optimizar la planificación, ejecución y control de iniciativas culturales y creativas, maximizando su impacto y eficiencia. La gestión estratégica de proyectos no solo garantiza la entrega exitosa de resultados, sino que también promueve la creación de propuestas más sólidas, innovadoras y con un alto valor para el sector cultural y creativo, contribuyendo a la profesionalización del campo, fomentando la generación de proyectos de calidad y fortaleciendo la capacidad del sector para enfrentar retos y aprovechar oportunidades en un entorno competitivo y en constante cambio.</p>							
Propósito							
<p>El propósito de esta actividad académica es dotar a los estudiantes con las habilidades y conocimientos necesarios para planificar, ejecutar y controlar proyectos de manera eficaz y eficiente en el ámbito de la economía cultural y creativa. A través del estudio de metodologías de gestión, herramientas estratégicas y enfoques innovadores, los estudiantes desarrollarán la capacidad de liderar proyectos culturales y creativos con un enfoque estratégico, considerando aspectos financieros, temporales, humanos y de recursos. Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de conceptualizar, diseñar y gestionar proyectos que generen un impacto positivo en la industria cultural y creativa, contribuyendo así a su desarrollo sostenible.</p>							

<sup>49</sup> Marco de referencia para la evaluación, ICFES 2019. Módulo de Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos.

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCPI109	Aplica técnicas, herramientas financieras y tecnológicas para analizar estados financieros, ratios financieros y flujos de efectivo en el contexto del sector cultural y creativo con el fin de generar soluciones a los problemas financieros de las organizaciones en el corto, mediano y largo plazo.	PMCE5
mCPI119	Hace el seguimiento de la ejecución del proyecto contrastando lo presupuestado VS lo ejecutado a partir de los estados financieros e indicadores.	
mCPI120	Planea la provisión y el uso de los recursos necesarios utilizando herramienta de programación como (PERT, CPM, GANTT)	
mCPI121	Evalúa el cumplimiento del plan de ejecución del proyecto, mediante indicadores y elaboración de informes.	
mGCC145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	MGC2
mGCPI155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	MGC4
mGCPI165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados	MGC7

**Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

**Contenidos conceptuales:**

1. Introducción la Gestión Estratégica de Proyectos.
2. Elementos o áreas que deben gestionarse en un proyecto.
3. Tipologías de proyectos.
4. Fases de la gestión.
5. Documentos y herramientas.
6. Habilidades de un gestor de proyectos.

**Contenidos procedimentales:**

2. Aplicación de técnicas de programación (PERT, CPM, GANTT) en proyectos culturales.
3. Diseño de planes de provisión de recursos utilizando herramientas de programación.
4. Uso de técnicas para optimizar la asignación de recursos en proyectos culturales.
5. Uso de herramientas financieras y tecnológicas para la planificación de recursos.
6. Comparación de presupuesto vs. ejecución a través de estados financieros.
7. Fuentes de Financiación.
8. Creación de informes de seguimiento financiero utilizando indicadores clave.
9. Gestión de las incidencias y los cambios.
10. Gestión de los interesados.
11. Gestión de las comunicaciones del proyecto.
12. Gestión de los recursos humanos del proyecto.
13. Gestión de los riesgos del proyecto
14. Ejecución del proyecto
15. Lanzamiento del proyecto
16. Seguimiento y control del proyecto y las tareas
17. Cierre del proyecto: Elaboración del informe.

**Contenidos actitudinales:**

1. Disposición para abordar problemas financieros en la gestión de proyectos.
2. Reconocimiento de la importancia de la planeación y el seguimiento financiero.
3. Actitud responsable en la evaluación de resultados y ajustes.
4. Habilidad para comunicar ideas financieras de manera clara.
5. Colaboración efectiva en equipos para alcanzar objetivos comunes.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

**Simulación:** Utilizar simulaciones que permitan a los estudiantes tomar decisiones financieras y de gestión en entornos controlados. Esto les ayudará a comprender las implicaciones de sus decisiones en un ambiente seguro.

**Micro casos:** Con el fin de estimular a los estudiantes a brindar diferentes opciones de resolución de situaciones dadas.

**Trabajo Colaborativo:** A los estudiantes organizados en grupos se les asigna un micro proyecto que requieran planificación, ejecución y seguimiento. Esto les permitirá aplicar los conceptos aprendidos en un contexto práctico.

**Talleres:** Donde el estudiante demuestra lo investigado y apropiado.

**Aula invertida:** Se asignará material de consulta para trabajar sobre temas de discusión en clase.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mGCC145	Comprensión los conceptos clave y principios de la gestión estratégica de proyectos junto con los distintos tipos de proyectos.	10%	Aula invertida con trabajo en Moodle y Foros
mGCC145	Descripción los distintos elementos o áreas que deben gestionarse en un proyecto cultural o creativo y sus etapas.		
mCPI09 mCPI19	Utiliza herramientas financieras y tecnológicas para la planificación y control de recursos en proyectos culturales.	7,5%	Talleres prácticos/simulación
mCPI09	Análisis de los estados financieros para comparar el presupuesto inicial con la ejecución real del proyecto.	7,5%	
mCPI09	Calcula los ratios financieros pertinentes para gestionar financieramente un proyecto.	7,5%	
mCPI09	Análisis de las diversas fuentes de financiamiento para proyectos culturales y creativos.	12,5%	
mGCC145	Implementa estrategias de comunicación para mantener a todas las partes informadas y alineadas.	10%	Trabajo Colaborativo
mCPI20	Asignación y gestión de recursos humanos en proyectos culturales y creativos.	10%	Trabajo Colaborativo
mCPI20	Posibles riesgos en un proyecto cultural y propone estrategias para su mitigación.	20%	Evaluación (acumulativa)
mCPI20	Diseño un sistema de seguimiento y control para evaluar el avance de las tareas y el cumplimiento de objetivos.	10%	Trabajo Colaborativo
mCPI21 mGCP155 mGCP165	Elaboración un informe de cierre del proyecto que incluya resultados, aprendizajes y recomendaciones.	5%	Trabajo Colaborativo

• **Equivalencia cuantitativa**

Aula invertida, Moodle Foros: 10%

Talleres prácticos: 35%

Trabajo Colaborativo: 35%

Evaluación: 20%

### Bibliografía

- Quader, Mohammed. (2010). Management in the 21st Century: An Overview. 3. 117-129.
- Ollé, Candela. (2017). Gestión de proyectos paso a paso
- Romero Roldán J. R. & Llamazares Redondo F. Gestión de Proyectos, desde la propuesta al cierre. Cuadernos de Documentación. Abril 2011. ESIC Editorial. ISBN: 978-84-7356-764-0.
- Llamazares redondo f. & romero roldán j. R. Planificación y Control de Proyectos con MS PROJECT 2010, Caso Práctico. Cuadernos de Documentación. Octubre 2010. ESIC Editorial. ISBN: 978-84-7356-729-9. PMBOK Guide. A Guide to the Project Management PMBOK Guide. A Guide to the Project Management Body of Knowledge 4th Edition, 2008, PMI (Project Management Institute) ISBN 978-1-933890-7
- <http://www.pmi.org> Instituto de Gestión de Proyectos (Project Management Institute PMI). El Project Management Body of Knowledge (PMBOK), describe las buenas prácticas de gestión de proyectos, las áreas de conocimiento y la terminología utilizada.
- <http://www.pmi-mad.es> El PMI® Madrid Spain Chapter, tiene como misión principal desarrollar un verdadero sentido profesional en la práctica de la Dirección de Proyectos.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>									
<b>Distribución y Circulación</b>									
Código:		Intensidad horaria semanal: 9							HTI
		HIP							
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas				
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas		
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea		En físico	En línea		5	
		4							
<b>Justificación</b>									
<p>La importancia de comprender y aplicar estrategias eficientes de distribución y circulación en el ámbito de la economía cultural y creativa no puede subestimarse en un mundo cada vez más interconectado y digitalizado. Asimismo, la economía actual se caracteriza por su dinamismo y su enfoque en la experiencia del consumidor, por ende, la creación de productos culturales y creativos deben tener un lugar importante en el desarrollo económico de los países para que tanto sus productos como servicios, lleguen a sus audiencias y generen impactos importantes y duraderos.</p> <p>Actualmente, la tecnología digital y las plataformas en línea son componentes integrales de la sociedad y por tanto el enfoque en el uso de estas herramientas dentro del análisis de los canales de distribución y circulación son esenciales. Hoy por hoy, la colaboración y la asociatividad con otros actores en la industria pueden resultar en oportunidades de crecimiento y expansión que de otro modo podrían pasar desapercibidas. En consecuencia, la actividad académica de distribución y circulación juega un papel esencial en la formación de profesionales capacitados y exitosos en el sector cultural y creativa del siglo XXI.</p>									
<b>Propósito</b>									
<p>El propósito de esta actividad académica es brindar a los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios para comprender y aplicar estrategias eficientes de distribución y circulación en el ámbito de la economía cultural y creativa. A través del estudio de los procesos de distribución, circulación, logística, marketing y promoción, se busca instruir a los estudiantes en la identificación de canales de distribución adecuados, la gestión de la cadena de suministro, la implementación de estrategias de posicionamiento y visibilidad, y la maximización del alcance e impacto de los productos culturales y creativos. El curso abordará temas como la gestión de redes de distribución, el uso de tecnologías digitales y plataformas en línea, la negociación y gestión de contratos, y la creación de alianzas estratégicas. Al finalizar el curso, los estudiantes estarán preparados para diseñar estrategias de distribución y circulación efectivas para el sector.</p>									

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCPI132	Calcula los costos, gastos, ingresos y beneficios asociados a la distribución y comercialización de productos culturales y creativos.	PMCE8
mCPI133	Propone el plan de medios teniendo en cuenta elementos claves: objetivos, público objetivo, mensaje, canales de distribución, plan de acción, cronograma, presupuesto y evaluación.	
mCPI134	Proyecta el beneficio comercial de la obra artística teniendo en cuenta el plan de recuperación de la inversión.	
mGCPI155	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	MGC4
mGCPI160	Planifica su trabajo orientado hacia propósitos, competencias y resultados de aprendizaje.	MGC5
mGCPI165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	MGC7

**Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

**Contenidos conceptuales**

1. Conformación de las cadenas de suministro del siglo XXI: evolución y cambio.
2. Redes de la cadena de suministro
3. Diversidad de canales de distribución: tradicionales y digitales.
4. Concepto de costos y gastos en la distribución y comercialización.
5. Impacto financiero de la inversión en publicidad y promoción.
6. Evaluación de riesgos y posibles contingencias en la distribución.

**Contenidos procedimentales:**

1. Plan de distribución y canales.
2. Métodos y canales de distribución.
3. Los objetivos específicos de la estrategia de medios y sus canales.
4. Estrategias de distribución.
5. Desarrollo de mensajes adaptados a diferentes canales y plataformas.
6. Selección de los canales de distribución más apropiados para productos y servicios.
7. Intermediarios.
8. Los indicadores de desempeño de la cadena de suministro.
9. Conexión entre cadena de suministro y finanzas: costos directos e indirectos asociados a la distribución, calcular los ingresos estimados basados en diferentes escenarios de ventas, análisis de distintas estrategias de precios y su efecto en los beneficios.
10. Impacto financiero de la cadena de suministros.
11. Tecnología en la cadena de suministro: administración de los flujos de información.
12. Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para la evaluación.

**Contenidos actitudinales:**

1. Ética en la cadena de suministro
2. Responsabilidad para considerar factores financieros en la toma de decisiones de distribución y circulación.
3. Adaptación a situaciones cambiantes.



### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Estudio de caso: presentar a los estudiantes estudios de caso de productos culturales y creativos y sus estrategias de distribución y circulación. Debatar el caso en plenaria en clase.

Team teaching: Invitar a profesionales de la industria cultural y creativa para que compartan sus experiencias y conocimientos en la distribución y comercialización de productos. Esto brindará a los estudiantes perspectivas del mundo real y la oportunidad de hacer preguntas directas a expertos.

Aprendizaje colaborativo: Fomentar la colaboración entre estudiantes, permitiéndoles trabajar juntos en la resolución de problemas, la elaboración de estrategias y la presentación de proyectos.

Foros y debates: Analizar diferentes perspectivas y desarrollar su capacidad de toma de decisiones informadas.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCPI133	Identifica de manera acertada los canales de distribución más adecuados para diferentes tipos de productos culturales y creativos.	10%	Foro
mCPI132	Realiza cálculos precisos de costos y beneficios asociados a la distribución de productos culturales y creativos.	10%	Aprendizaje colaborativo
mCPI133 mGCPI65	Elabora un plan de medios completo que incluye objetivos, público objetivo, mensajes, canales, presupuesto y evaluación.	10%	
mCPI133	Analiza y compara estrategias de posicionamiento y visibilidad para productos culturales y creativos.	15%	Talleres
mCPI134 mGCPI60	Desarrolla proyecciones financieras que consideran los ingresos y costos a lo largo del tiempo en el ciclo de vida de un producto.	10%	
mCPI133	Evalúa y selecciona adecuadamente los indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el éxito de una estrategia de distribución.	15%	Formulación de Indicadores
mGCPI55	Aplica de manera efectiva tecnologías digitales y plataformas en línea en la distribución y comercialización de productos.	20%	Examen acumulativo
mCPI133	Identifica y analiza los riesgos potenciales en la distribución y propone estrategias para abordarlos.	10%	Foro

- **Equivalencia cuantitativa**

Foro: 20%

Aprendizaje colaborativo: 20%

Talleres: 25%

Formulación de indicadores: 15%

Examen acumulativo: 20%

### Bibliografía

Iglesias, A. (2016). Distribución y logística. ESIC editorial.

González de la Rosa, M. (2014). Logística y distribución comercial: modelos de gestión de inventarios con patrón de demanda potencial. Universidad de La Laguna, Servicio de Publicaciones.

Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). The handbook of logistics and distribution management: Understanding the supply chain. Kogan Page Publishers.

Frazelle, E. (2020). Supply chain strategy: the logistics of supply chain management. McGraw-Hill.

Furterer, S. L. (Ed.). (2016). Lean Six Sigma in service: applications and case studies. CRC press.

Harrison, A., Skipworth, H., van Hoek, R. I., & Aitken, J. (2019). Logistics management and strategy. Pearson UK.

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>								
<b>Audiencias II</b>								
Código:		<b>Intensidad horaria semanal: 9 horas</b>						HTI
	<b>HIP</b>							
Número de créditos:	3	<b>Teóricas</b>			<b>Prácticas</b>			
		<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	<b>Sincrónicas</b>		<b>Asincrónicas</b>	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		<b>En físico</b>	<b>En línea</b>		
				4				
<b>Justificación</b>								
<p>En el contexto dinámico y diverso de la economía cultural y creativa, la comprensión y gestión efectiva de las audiencias se vuelve esencial para el éxito y la sostenibilidad de proyectos y organizaciones en este sector. La creciente digitalización y la interconexión en la actualidad han redefinido la relación entre las organizaciones y sus audiencias. La necesidad de utilizar herramientas tecnológicas y evaluar el impacto de las estrategias implementadas es fundamental para lograr una comunicación efectiva y una conexión significativa con las audiencias. Además, la capacidad de analizar oportunidades de crecimiento y diseñar políticas de precios ajustadas a los costos involucrados en la realización de proyectos es esencial para asegurar la viabilidad económica y el éxito a corto, mediano y largo plazo.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>El propósito de esta actividad académica es profundizar en las herramientas y conocimientos necesarios para comprender, analizar y gestionar de manera efectiva las audiencias en el contexto de la economía cultural y creativa. A través del estudio de temas como; estrategias de participación, indicadores de impacto y el uso de herramientas tecnológicas, los estudiantes serán capaces de diseñar estrategias innovadoras y sostenibles para el crecimiento y la fidelización de audiencias en proyectos y organizaciones culturales y creativas.</p> <p>Al finalizar el curso, los estudiantes estarán preparados para identificar oportunidades de crecimiento, desarrollar estrategias de comunicación efectivas, evaluar el impacto de las acciones implementadas y utilizar de manera adecuada las herramientas tecnológicas disponibles en el contexto de la economía cultural y creativa. Los estudiantes adquirirán habilidades avanzadas para analizar y articular los diferentes tipos de eventos a corto, mediano y largo plazo en el sector, adaptándolos a las preferencias y demandas de las audiencias específicas. Además, aprenderán a formular políticas de precios considerando los costos involucrados en su realización.</p>								

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCCI02	Reconoce la diversidad de los intereses de las audiencias y sus tipos adaptando los productos y servicios culturales y creativos para su disfrute por parte de cada colectivo.	PMCE3
mCPI06	Analiza los diferentes tipos de eventos programados a corto, mediano y largo plazo en el sector cultural y creativo con el fin de articularlo a la oferta de su entorno satisfaciendo las necesidades de las audiencias.	
mCPI12	Propone políticas de precio teniendo en cuenta los eventos programados, los tipos de audiencias y los costos requeridos para el desarrollo del evento.	
mCPI13	Formula estrategias para la participación y la interacción de las audiencias a través de la creación de experiencias significativas.	
mCPI14	Utiliza herramientas digitales y plataformas en línea para alcanzar y comprometer a las audiencias	
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio	MGC6
mGCPI65	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	MGC7

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos conceptuales:

1. Conceptos y estrategias de desarrollo de audiencias para la participación cultural.
2. Tendencias en las audiencias del sector cultural y creativo.
3. Investigación y medición de audiencias.
4. CRM Marketing y bases de datos – gestión de la información

### Contenidos procedimentales:

1. Herramientas de desarrollo de audiencias: producto, lugar, precio, promoción, personas y asociaciones.
2. Diseño de experiencias significativas para involucrar y retener a las audiencias.
3. Creación de estrategias de engagement basadas en la comprensión de las audiencias.
4. Exploración y uso de herramientas digitales para la interacción y comunicación y participación de las audiencias.
5. Selección de canales de comunicación y estrategias de promoción.
6. Diseño de programaciones que se alineen con las demandas y tendencias de las audiencias: Identificación de oportunidades para involucrar a las audiencias en la creación de experiencias significativas.
7. Uso de plataformas digitales y herramientas tecnológicas para interactuar con las audiencias.
8. Implementación de estrategias de comunicación digital efectivas.
9. Integración de las preferencias y necesidades de las audiencias en la planificación de eventos y actividades.
10. El Ticketing o venta de entradas
11. Planes estratégicos para atraer y fidelizar diferentes tipos de audiencias
12. Desarrollo de indicadores avanzados para medir el impacto de las estrategias en las audiencias.
13. Plan de acción para audiencias

### Contenidos actitudinales:

1. Reconocimiento y respeto por la diversidad de intereses y preferencias de las audiencias.
2. Disposición para adaptar estrategias y acciones en función de las necesidades cambiantes de las audiencias.
3. Apertura a la experimentación y la implementación de enfoques innovadores.
4. Trabajo en equipo para el diseño y ejecución de estrategias que involucren a múltiples audiencias.
5. Habilidad para comunicar ideas y estrategias a través de diversos canales de comunicación.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

**Estudio de Caso:** Presentar casos reales que involucren desafíos en la participación y fidelización de audiencias en proyectos culturales. Los estudiantes analizarán, con el fin de generar debate en el aula y propondrán soluciones basadas en su comprensión del contenido.

**Talleres:** Por medio de grupos, los estudiantes tendrán diferentes tipos de audiencia. Cada grupo diseñará estrategias de participación y fidelización específicas para sus audiencias, utilizando herramientas digitales y tecnológicas y luego serán expuestas en clase para la comprensión y retroalimentación por parte de todo el grupo.

**Trabajo colaborativo:** Búsqueda de datos reales relacionados con eventos y participación de audiencias para la elaboración de indicadores clave y en la toma de decisiones basadas en datos.

**Simulaciones en la cámara de Gesell y juego de roles:** creación de escenarios con interacción con audiencias y asignar roles a los estudiantes. Deberán resolver desafíos en tiempo real y experimentar diferentes perspectivas.

**Visitas a Eventos y Organizaciones Culturales:** Participar de eventos culturales y organizaciones para que los estudiantes observen cómo se aplican las estrategias de participación y fidelización en la práctica.

**Evaluación del aprendizaje**

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC102	Indagar las tendencias actuales en las preferencias y comportamientos de las audiencias en el sector cultural y creativo.	10%	Trabajo Colaborativo – Aula invertida y exposición
mCC102	Identificar los conceptos clave relacionados con el desarrollo de audiencias y la participación cultural para crear estrategias efectivas.	10%	
mCPI13	Aplicar conceptos de CRM Marketing para gestionar la información de audiencias y personalizar las interacciones.	10%	Taller
mCPI13	Diseñar estrategias de engagement basadas en la comprensión profunda de las audiencias y sus necesidades.	10%	
mCPI12	Propuesta de políticas de precio según los requerimientos para el desarrollo de eventos acorde con la tipología de las audiencias.	10%	Aula Inversa – Trabajo Colaborativo
mCPI14	Seleccionar canales de comunicación y desarrolla estrategias de promoción que se alineen con las preferencias de las audiencias.	15%	Juego de Roles
mCPI06	Creación de planes de acción y programación para el desarrollo y fidelización según las demandas y tendencias actuales de las audiencias.	20%	Taller
mCPI13	Desarrollar indicadores avanzados para medir el impacto de las estrategias en la participación y satisfacción de las audiencias.		Taller
mCC102	Muestra respeto por la diversidad de intereses y preferencias de las audiencias en la toma de decisiones.	5%	Juego de roles
mGCC161	Comunica de manera clara y efectiva ideas y estrategias a través de diversos canales de comunicación.		Juego de roles
mGCPI65	Colabora eficazmente en equipos multidisciplinarios para diseñar y ejecutar estrategias centradas en audiencias.	5%	Trabajo Colaborativo

• **Equivalencia cuantitativa**

Trabajo Colaborativo: 35%  
 Talleres 1: 25%  
 Talleres 2: 20%  
 Juego de roles: 20%

### Bibliografía

- Cuenca-Amigo, M. y Makua, A. (2016). Audience Development: A cross-national comparison. Academia Revista Latinoamericana de Administración (ARLA), In press - to be assigned volume & issue in 2017 (JCR - Q4).
- Radbourne, J., Glow, H. y Johanson, K. (2013). The Audience Experience. A critical analysis of audiences in the performing arts. Bristol, UK: intellect
- Killeen, Robert;Murillo, Gus;Nguyen, Kenny Publisher: McGraw-Hill Education, Year: 2016.
- Kirsty Sedgman Publisher: Springer International Publishing,Palgrave Pivot, Year: 2018

## OCTAVO SEMESTRE

<b>Universidad Industrial de Santander</b> <b>Administración de Empresas Culturales y Creativas</b>									
<b>Relaciones Públicas Comerciales</b>									
Código:		Intensidad horaria semanal: 9							HTI
		HIP							
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas				
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas		
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico	En línea		5
		4							
<b>Justificación</b>									
<p>La relevancia de las relaciones públicas y comerciales en el ámbito de la economía cultural y creativa es fundamental para los profesionales que hoy se enfrentan a un mundo globalizado, interconectado y altamente competitivo. Estas relaciones van más allá de simples interacciones, transformándose en un engranaje esencial que impulsa la visibilidad, fortalece la reputación y crea conexiones estratégicas. En un entorno saturado de opciones y en constante transformación, la capacidad de forjar alianzas sólidas, comunicar mensajes persuasivos y gestionar de manera efectiva la presencia en medios y redes no solo marca la diferencia, sino que puede determinar la viabilidad y el alcance de proyectos, emprendimientos e incluso organizaciones del sector cultural y creativo.</p>									
<b>Propósito</b>									
<p>El propósito de esta actividad académica es proporcionar a los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar eficientemente las relaciones públicas y comerciales en el ámbito de la economía cultural y creativa. A través del estudio de estrategias, técnicas de negociación y gestión de redes de contactos, se busca capacitar a los estudiantes en el diseño e implementación de estrategias efectivas de relaciones públicas y comerciales que fortalezcan la visibilidad, la reputación y el posicionamiento de proyectos y emprendimientos culturales y creativos. El curso abordará temas como la planificación y los elementos esenciales en la ejecución de eventos promocionales, la negociación de alianzas estratégicas y la gestión de redes sociales y medios de comunicación, así como el diseño de estrategias sobre mecenazgo y patrocinio. Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de aplicar las mejores prácticas de relaciones públicas y comerciales en el ámbito de la economía cultural y creativa, generando oportunidades de crecimiento y desarrollo sostenible para proyectos y emprendimientos en este sector.</p>									



**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCCI03	Identifica los elementos clave de la imagen corporativa y la identidad de la organización cultural o creativa.	PMCE7
mCPI25	Propone actividades de patrocinio y mecenazgo.	
mCPI26	Utiliza herramientas y técnicas de negociación para establecer alianzas y acuerdos comerciales beneficiosos para la organización.	
mCPI27	Diseña estrategias de relaciones públicas para promover la visibilidad y reputación de la organización a nivel nacional e internacional.	
mCPI28	Plantea indicadores para medir el impacto de las estrategias de relaciones públicas y comerciales, y realizar ajustes según los resultados obtenidos.	
mGCA142	Asume una actitud responsable, ética y autónoma frente a la creación y aplicación de la tecnología en los productos y proyectos de la industria creativa	MGC1
mGCC145	Discute una posición argumentativa de manera que los demás puedan comprenderla y evaluarla a profundidad.	MGC2
mGCPI55	Utiliza herramientas tecnológicas para comunicar ideas eficientemente de forma gráfica.	MGC4
mGCPI65	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	MGC7

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos conceptuales:

1. ¿Qué son las relaciones públicas?
2. Elementos de las relaciones públicas.
3. Diferencias entre relaciones públicas, marketing y publicidad.
4. Concepto e importancia de la imagen corporativa y la identidad.
5. Concepto de patrocinio y mecenazgo en la industria cultural y creativa: Identificación de potenciales patrocinadores y mecenas.
6. Negociación y técnicas de negociación.
7. Estrategias de relaciones públicas: lanzamientos, eventos, colaboraciones, presencia en medios.
8. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) en relaciones públicas y comerciales.

### Contenidos procedimentales:

1. Planificación del programa de relaciones públicas y comunicación.
2. Aplicación de técnicas de negociación y alianzas estratégicas.
3. Diseño de propuestas de patrocinio y mecenazgo.
4. Diseño de estrategias de relaciones públicas.
5. Alianzas estratégicas.
6. Opinión pública y persuasión.
7. El público y los elementos de comunicación.
8. Seleccionar y aplicar indicadores relevantes para medir el éxito de estrategias.
9. Gestión estratégica de conflictos.
10. Relaciones públicas y derecho.
11. Nuevas tecnologías en las relaciones públicas.
12. Relaciones públicas internacionales.

### Contenidos actitudinales:

1. Ética en el sector cultural y creativo: derechos de autor, respeto cultural, inclusión.
2. Conciencia de la responsabilidad ética en la creación y difusión de contenido cultural y creativo.
3. Habilidad para escuchar y entender los intereses de las partes involucradas en una negociación.
4. Colaboración activa y efectiva con otros profesionales para alcanzar metas compartidas.
5. Habilidad para asumir roles de liderazgo y promover una atmósfera de trabajo positiva y productiva.

### **Estrategias de enseñanza y aprendizaje**

Estudios de caso: mediante el estudio de caso los estudiantes podrán analizar las estrategias utilizadas, los aciertos, los desafíos enfrentados y los resultados obtenidos.

Trabajo colaborativo: los estudiantes organizados en grupos diseñarán estrategias de relaciones públicas y comerciales a lo largo del semestre, aplicando los conceptos aprendidos.

Negociación – Cámara de Gesell: se organizarán simulaciones de negociación y diseño de estrategias de relaciones públicas. Los estudiantes pueden asumir roles específicos para practicar sus habilidades de negociación y comunicación.

Análisis de Casos: mediante el análisis de casos de éxito y fracaso en la gestión de relaciones públicas y comerciales los e los factores que contribuyeron a cada resultado y propongan alternativas.

Team teaching: invitar a profesionales del sector para que compartan sus experiencias y consejos sobre la gestión de relaciones públicas y comerciales.

Debates: brindar a los estudiantes escenarios y dilemas relacionados con la gestión de relaciones públicas y comerciales. fomenta debates y discusiones en clase para que practiquen la defensa de sus argumentos y consideren diferentes perspectivas.

Talleres: los estudiantes puedan aplicar directamente herramientas tecnológicas para la creación de materiales visuales, como infografías y presentaciones.

Estudio de Campañas Exitosas: mediante la investigación y análisis de campañas de relaciones públicas exitosas en la industria cultural y creativa, los estudiantes presentarán los hallazgos y reflexiones en clase.

Autoevaluación y Reflexión: se realizan momentos de autoevaluación y reflexión en los cuales los estudiantes analicen su progreso en el desarrollo de competencias específicas y establezcan metas de mejora.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCC103	Coherencia entre la imagen corporativa y la identidad de la organización contribuye a su reputación y visibilidad.	10%	Foro: Composición de texto y presentación oral.
mCP125	Propuesta de patrocinio que incluya los beneficios para las partes involucradas.	5%	Trabajo Colaborativo
mCP125	Estrategias de mecenazgo que incluye diversas formas de apoyo, como financiero, en especie y promocional.	5%	
mCP126	Herramientas y técnicas de negociación para generar alianzas y acuerdos comerciales.	5%	
mCP126 mGCC145	Simulación de una negociación en un escenario relacionado con la industria cultural y creativa e identificación de desafíos comunes en la negociación de acuerdos comerciales.	10%	Cámara de Gesell: Simulación
mCP127	Plan de relaciones públicas detallado que incluye objetivos específicos, tácticas y canales de comunicación.	20%	Trabajo Colaborativo
mCP128	Seleccionar al menos tres indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar el éxito de una estrategia de relaciones públicas y comerciales.	10%	Taller de indicadores
mGCA142	Evaluar las implicaciones éticas y legales de la utilización de materiales protegidos por derechos de autor en proyectos creativos.	10%	Exposiciones y evaluación acumulativa
mGCC145 mGCPI65	Discutir una posición argumentada sobre los diferentes elementos de las relaciones públicas comerciales	20%	
mGCPI55	Creación de materiales visuales, como infografías y presentaciones, que comunican información de manera clara y atractiva.	5%	

- **Equivalencia cuantitativa**

Foro: 10%

Trabajo Colaborativo: 35%

Simulación: 10%

Talleres: 10%

Exposiciones y evaluación: 35%

#### Bibliografía

Wilcox, D. L. (2012). Relaciones públicas.

Aced, C. (2018). Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Relaciones públicas 2.0, 1-226.

Fajardo, G. C., & Nivia, A. M. (2016). Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la comunicación" Guía de conceptos y saberes". Editorial Tadeo Lozano.

Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Bryan H. Reber (2016). Public Relations: Strategies and Tactics, Global Edition.

Michaelson David, Institute for Public Relations (2014). A Professional and Practitioner's Guide to Public Relations Research, Measurement, and Evaluation.

Santos, L. F. S. (2009). Relaciones públicas: patrocinio y mecenazgo. Vivat Academia. Revista de Comunicación, 63-76..

Universidad Industrial de Santander								
Administración de Empresas Culturales y Creativas								
Gestión del Patrimonio								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9						H T I
		HIP						
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	No tiene requisitos previos	En físico	En línea			En físico		En línea
				3				1
Justificación								
<p>En el contexto global actual, donde la identidad cultural se enfrenta a desafíos como la globalización y el cambio cultural acelerado, es esencial contar con profesionales capacitados en la gestión del patrimonio cultural.</p> <p>El patrimonio cultural representa la memoria, la identidad y la riqueza cultural de una sociedad, y su preservación y gestión adecuada son fundamentales para salvaguardar y promover la diversidad cultural. Las herramientas y enfoques para la gestión efectiva de proyectos patrimoniales, incluyendo la identificación de actores clave, la movilización de recursos y la aplicación de buenas prácticas de conservación y promoción del patrimonio. La gestión adecuada del patrimonio cultural es una responsabilidad compartida entre el sector público, el privado y la comunidad, y los futuros profesionales deben estar preparados para liderar proyectos y políticas que aseguren la preservación y difusión de este invaluable legado cultural.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es abordar el estudio de las teorías, métodos y prácticas de gestión del patrimonio; se busca capacitar a los estudiantes en la identificación, conservación, promoción y valorización del patrimonio cultural. El curso abordará temas como la gestión de museos, sitios arqueológicos, monumentos históricos y manifestaciones culturales inmateriales, así como la protección legal, el turismo cultural y la participación comunitaria en la gestión del patrimonio. Al finalizar el curso, los estudiantes estarán preparados para gestionar de manera sostenible el patrimonio, contribuyendo a su preservación, promoción y aprovechamiento económico en el contexto de la economía cultural y creativa.</p>								
Micro competencias a desarrollar								
Micro competencias (mC)							ID MC asociadas a las mC	
ID mC	mC							
mC P10 4	Examina técnicas propias de la curaduría como la tutoría, cuidado y preservación, documentación y catalogación para registrar y organizar el patrimonio de manera efectiva.						PMCEI	
mC P11 0	Elabora planes de gestión del patrimonio, considerando aspectos legales, financieros y sociales, así como la participación de las comunidades involucradas.							
mC P10 5	Aplica principios de sostenibilidad y responsabilidad en la gestión del patrimonio, fomentando prácticas de turismo cultural y desarrollo sostenible.							
mC P11 1	Plantea programas de formación y difusión del patrimonio, promoviendo la conciencia y valoración de la herencia cultural.							
mG CA1 41	Decide y actúa de manera autónoma con base en el conocimiento que tiene de los problemas del entorno.						MGCI	

## **Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar**

### **Contenidos conceptuales:**

1. Sociedad y cultura contemporánea:
  - La Globalización, definición, características, impactos sociales y culturales.
  - El Post modernismo, definición, características.
2. Legislación e instituciones peruanas que salvaguardan el patrimonio cultural
3. Puesta en valor del patrimonio cultural.
4. Principios de intervención.
5. Conceptos de autenticidad e integridad.
6. Técnicas de curaduría.
7. Definiciones, consideraciones, técnicas sobre museos y centros de visitantes: Tipos de museos relación de los museos y la gestión cultural, nueva museología y patrimonio.
8. Turismo Cultural. Definiciones y características. Tipos de turismo cultural.

### **Contenidos procedimentales:**

1. Interpretación del patrimonio y sus características.
2. Principios para la transmisión del patrimonio al público.
3. Animación sociocultural. Definiciones, principios para la intervención social.
4. Casos de políticas culturales internacionales.
5. Relación de los museos con la comunidad local: ecomuseos, museos del territorio y museos comunitarios, museos virtuales y el uso de nuevas tecnologías. nuevas fronteras de la museología: museos temáticos, museos etnográficos, museos de la memoria.
6. Lista roja del patrimonio cultural Colombiano.
7. Patrimonio cultural y desarrollo sostenible
8. Patrimonio y turismo cultural en el mundo y en Colombia.
9. Perfil del turista cultural y casos exitosos.

### **Contenidos actitudinales:**

1. Actitud de apertura y respeto hacia la diversidad cultural, reconociendo la importancia de preservar y promover todas las expresiones culturales, tradiciones y manifestaciones artísticas.
2. Actitud de innovación y adaptabilidad frente a los cambios y desafíos en el campo de la gestión cultural, estimulando la búsqueda de nuevas estrategias y enfoques para abordar los objetivos culturales y creativos.
3. Compromiso con la preservación y conservación del patrimonio, promoviendo la comprensión de su valor y la responsabilidad de transmitirlo a las generaciones futuras.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

Estudio de Caso: exponer casos sobre la gestión del patrimonio cultural y natural, permitiendo a los estudiantes analizar, discutir y proponer soluciones a desafíos específicos.

Trabajo colaborativo: los estudiantes en equipos de trabajo deben identificar, documentar y planificar estrategias para la conservación y gestión del patrimonio.

Visitas de Campo: organizar visitas a diferentes sitios culturales y comunidades locales para que los estudiantes interactúen con profesionales de la gestión del patrimonio con el fin de obtener una comprensión de los desafíos y las oportunidades en el terreno.

Juego de Roles: mediante escenarios simulados donde los estudiantes deban tomar decisiones relacionadas con la gestión del patrimonio, considerando aspectos culturales, legales, financieros y de planificación.

Talleres: para desarrollar planes estratégicos para la gestión y preservación del patrimonio. Esto incluirá la identificación de objetivos, recursos necesarios y stakeholders.

Debates y Foros: con base en temas como la comercialización versus la conservación, el papel de las comunidades locales y la ética en la gestión cultural. Esto fomentará la discusión crítica y el pensamiento reflexivo.

Proyectos: Que apoyen al curso de investigación creación.

### Evaluación del aprendizaje

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCPI 04	Elabora un informe sobre las técnicas de curaduría, incluyendo tutoría, cuidado, preservación, documentación y catalogación, al aplicarlas en la organización y registro efectivo del patrimonio cultural.	10%	Trabajo Colaborativo: Informe
mCPI 10	Explica los conceptos relacionados a la cultura y el patrimonio e identifica los lineamientos bases del marco normativo nacional e internacional sobre la protección y gestión del patrimonio cultural.	20%	Proyecto 1
mCPI 05	Debatir sobre la gestión cultural, las políticas culturales, el patrimonio y el turismo cultural.	20%	Debates
mGCA 141	Uso responsable del patrimonio a través de la gestión cultural.	10%	Exposición
mCPI 10	Estrategias dirigidas al éxito de la gestión cultural y del patrimonio en el campo turístico.	20%	Proyecto 2
mCPI 10 mCPI 11	Crea un plan de gestión integral del patrimonio que abarca aspectos legales, financieros y sociales, además de involucrar a las comunidades pertinentes, evidenciando la consideración de múltiples perspectivas y necesidades.	20%	Proyecto 3

● **Equivalencia cuantitativa**

Trabajo colaborativo: 10%

Proyecto 1: 20%

Proyecto 2: 20%

Proyecto 3: 20%

Debates: 20%

Exposición: 10%

### Bibliografía

- Querol, M. Á. (2010). Manual de gestión del patrimonio cultural. Ediciones Akal.
- Morales, L. L. M. (2011). Gestión del patrimonio cultural y cooperación internacional. Escuela Latinoamericana de Cooperación y Desarrollo.
- González, M. V. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. Cuadernos de turismo, (23), 237-254.
- Cabrera Martínez, A. M., & Vidal Ortega, A. (2017). Organización del patrimonio cultural en Colombia: Una categoría inexplorada. HiSTORELo. Revista de Historia Regional y Local, 9(18), 383-421.
- Vanessa Ratten - Heritage Entrepreneurship, Cultural and Creative Pursuits in Business Management (2023)
- Simon C. Woodward, Louise Cooke, World Heritage: Concepts, Management and Conservation-Routledge (2022)
- (Archaeology and Indigenous Peoples) Wilhelm Londoño Díaz - Cultural Heritage Management and Indigenous People in the North of Colombia. Back to the Ancestors' Landscape-Routledge (2020).



Universidad Industrial de Santander Administración de Empresas Culturales y Creativas								
Gestión Directiva								
Código:		Intensidad horaria semanal: 9 horas						HTI
		HIP						
Número de créditos:	3	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	Gestión Estratégica de Proyectos	En físico	En línea		En físico	En línea		
					4			
Justificación								
<p>En la actualidad, el sector creativo y cultural desempeña un papel crucial en la economía global y en la configuración de la sociedad. Las organizaciones y proyectos en este ámbito enfrentan desafíos únicos que requieren un enfoque de liderazgo altamente especializado y adaptable. El curso de habilidades directivas se fundamenta en factores claves como:</p> <p><b>Complejidad del sector:</b> Las organizaciones culturales y creativas se encuentran en un entorno complejo, en el que la innovación, la estética, la diversidad y la interconexión desempeñan un papel vital. La dirección en este ámbito requiere una comprensión profunda de los aspectos culturales en coherencia con la gestión y la administración.</p> <p><b>Necesidad de liderazgo adaptable:</b> Dado que el panorama cultural y creativo es dinámico, los líderes deben ser capaces de adaptarse rápidamente a los cambios en tendencias, tecnología y preferencias de las audiencias con flexibilidad y agilidad en un entorno en constante cambio.</p> <p><b>Impacto social y económico:</b> El sector cultural y creativo tiene un impacto significativo en la sociedad y la economía. La formación en habilidades directivas específicas para este sector asegura que los líderes sean capaces de maximizar este impacto, generando empleo, fomentando la creatividad y contribuyendo a la construcción de una identidad cultural.</p> <p><b>Colaboración y multidisciplinariedad:</b> El sector constantemente involucra a profesionales de diversas disciplinas trabajando juntos en proyectos. Se debe propender por líderes que faciliten la colaboración efectiva y cómo aprovechar la diversidad de habilidades para lograr objetivos compartidos.</p> <p><b>Sostenibilidad:</b> se tiene en cuenta la sostenibilidad en la gestión organizacional, permitiendo a los líderes tomar decisiones informadas que generen un impacto positivo a largo plazo.</p> <p><b>Desarrollo de habilidades personales y relacionales:</b> El liderazgo en el ámbito creativo y cultural va más allá de las habilidades técnicas. Requiere habilidades personales como la empatía, la comunicación efectiva y la inteligencia emocional.</p>								
Propósito								
<p>El propósito de esta actividad académica es brindar a los estudiantes las herramientas necesarias para enfrentarse a las exigencias de la globalización en constante cambio, los avances tecnológicos y las nuevas tendencias de la economía en la dirección de organizaciones en el ámbito creativo y cultural. A través de un enfoque holístico. Este curso está diseñado para permitir que los estudiantes desarrollen una comprensión profunda y aplicable del rol esencial que desempeña la dirección teniendo en cuenta las habilidades técnicas, interpersonales, sociales, de innovación, entre otras, las cuales son necesarias en su función de dirección y liderazgo organizacional, orientando y motivando a los colaboradores al logro de resultados.</p>								

**Micro competencias a desarrollar**

Micro competencias (mC)		ID MC asociadas a las mC
ID mC	mC	
mCPI10	Analiza el rol de dirección durante los procesos que conducen al éxito o fracaso de las organizaciones culturales y creativas.	PMCE7
mCPI11	Aplica habilidades analíticas y estratégicas para tomar decisiones informadas y efectivas en el sector creativo y cultural.	
mCPI29	Desarrolla habilidades personales, interpersonales y grupales que permitan responder competitivamente a las necesidades del entorno social, profesional y personal.	
mCPI30	Propone estrategias con el propósito de crear valor para la organización y sus grupos de interés.	
mCPI31	Integra el enfoque de sostenibilidad a la gestión organizacional con las partes interesadas.	
mGCPI47	Propone creativamente diferentes maneras de resolver un conflicto o un problema social.	MGC2
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.	MGC6
mGCPI65	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.	MGC7

## Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

### Contenidos conceptuales:

1. Importancia de las habilidades directivas y su clasificación.
2. La motivación humana: Jerarquía de las necesidades de Maslow; Teoría de los dos factores, de Herzberg; Modelo situacional de motivación, de Vroom; Teoría de la expectativa de Lawler III; La administración participativa y por objetivos.
3. Comunicación efectiva en un contexto creativo: gestión de relaciones con equipos multidisciplinarios y partes interesadas.
4. El líder: estilos de liderazgo.
5. Pensamiento sistémico.
6. Diferencias entre el liderazgo y el poder.
7. Liderazgo vs Gerencia.
8. Resolución creativa de conflictos y desafíos.
9. La Responsabilidad social y cultural.

### Contenidos procedimentales:

1. Identificación de desafíos específicos en la dirección organizaciones culturales y creativas.
2. Toma de decisiones
3. Pensamiento estratégico: estrategias de creación de valor organizacional y para los stakeholders.
4. Capacidad de negociación: procesamiento de los conflictos, evolución del pensamiento acerca del conflicto, negociación y conflicto, una perspectiva estratégica., solución de conflictos, estrategias de negociación y tácticas para negocios, negociaciones de terceros y factores que afectan las relaciones intergrupales, métodos para administrar las relaciones intergrupales, trabajo en equipo.
5. Coaching.
6. Delegación.

### Contenidos actitudinales:

1. Habilidades Interpersonales:
  - Asertividad, empatía, comunicación.
2. Habilidades grupales:
  - Participación, trabajo en equipo, capacidad para resolver conflictos.
3. Inteligencia emocional en la organización.
4. Compromiso con la sostenibilidad y el impacto positivo en la sociedad.

### Estrategias de enseñanza y aprendizaje

- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en retos.
- Trabajo colaborativo.
- Estudio y Resolución de Casos.
- Exposición Magistral.
- Exposiciones Grupales e Individuales.
- Juego de Roles.
- Lectura de textos y artículos.
- Talleres y prácticas de laboratorio.
- Uso de paquetes computacionales y TIC's

### Evaluación del aprendizaje

- **Estrategias de evaluación**

Indique la forma en que se valorará el nivel de aprendizaje de los estudiantes. Pueden utilizarse estrategias como el estudio de casos, la resolución de problemas, el desarrollo de proyectos, la lectura y composición de textos, el trabajo colaborativo, las intervenciones en el aula, los textos, los artículos, ensayos, etc.

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCPI10 mGCC16	Identifica los roles de la dirección en las organizaciones culturales y creativas	10%	Trabajo Colaborativo – Exposiciones
mCPI11	Toma decisiones que demuestran el pensamiento estratégico a nivel organizacional y sectorial.	10%	Trabajo Colaborativo - Taller
mGCP147	Demuestra habilidades de negociación.	15%	Juego de Roles
mGCP165	Demuestra habilidades interpersonales, a nivel grupal y de inteligencia emocional	15%	Resolución de casos
mCPI30 mCPI31	Evaluar el impacto social, económico y ambiental de un proyecto cultural y proponer medidas para mejorar su sostenibilidad a largo plazo.	20%	Trabajo Colaborativo - Exposiciones
mCPI29	Comprende la responsabilidad de mejorar continuamente la contribución de las personas en las organizaciones y la de sí mismo.	30%	Examen acumulativo

- **Equivalencia cuantitativa**

Trabajo Colaborativo – Exposiciones: 30%

Trabajo Colaborativo – Taller: 10%

Juego de Roles: 15%

Resolución de Casos: 15%

Examen: 30%

### Bibliografía

AXTELL, Paul. The Right Way to End a Meeting. Harvard Business Review, 2015.

GUÍZAR, Rafael. Desarrollo Organizacional, Principios Organizacionales. Cuarta Edición. México: Editorial McGraw-Hill, 2013

Tovar, R. A. (2012). Habilidades gerenciales: desarrollo de destrezas, competencias y actitud. Ecoe ediciones.

Naranjo Arango, R. (2015). Habilidades gerenciales en los líderes de las medianas empresas de Colombia. Pensamiento & gestión, (38), 119-146.

Pinto, J. E. M. (2019). Habilidades gerenciales: Visión globalizada del proceso administrativo. Ediciones de la U.

Puchol Moreno, L., & Puchol Plaza, I. (2016). El libro de las habilidades directivas. Ediciones Díaz de Santos.

IBORRA JUAN, M. A. R. Í. A., DASÍ COSCOLLAR, A. N. G. E. L. S., DOLZ DOLZ, C. O. N. S. U. E. L. O., & FERRER ORTEGA, C. A. R. M. E. N. (2014). Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas. Ediciones Paraninfo, SA.

David Whetten, Kim Cameron - Developing Management Skills-Pearson. 2023.

Skills for Business and Management (Macmillan Study Skills). 2020

Universidad Industrial de Santander								
Administración de Empresas Culturales y Creativas								
Investigación Creación III								
Código:		Intensidad horaria semanal: 12						HTI
		HIP						
Número de créditos:	4	Teóricas			Prácticas			
		Sincrónicas		Asincrónicas	Sincrónicas		Asincrónicas	
Requisitos:	Gestión Estratégica de Proyectos	En físico	En línea		En físico	En línea		6
		3			3			
<b>Justificación</b>								
<p>La investigación desempeña un papel fundamental en el sector cultural y creativo al generar nuevo conocimiento, impulsar la innovación en la creación artística, abordar problemáticas sociales, preservar el patrimonio, expandir horizontes interdisciplinarios, enriquecer la experiencia de audiencias, proporcionar fundamento teórico, promover el crecimiento profesional, conectar con la sociedad y contribuir al desarrollo sostenible. Al proporcionar nuevas perspectivas, profundidad y autenticidad, la investigación enriquece las expresiones artísticas y promueve la conexión entre el arte y la realidad contemporánea, forjando mejoras en el campo cultural y creativo.</p>								
<b>Propósito</b>								
<p>El propósito de esta actividad académica nuclear es empoderar a los estudiantes con una profunda comprensión y dominio de las intersecciones entre las funciones administrativas y las disciplinas como la música, las artes plásticas y el diseño industrial, en el contexto de la economía cultural y creativa. Mediante un enfoque holístico, el curso tiene como objetivo catalizar el desarrollo de capacidades que permitan a los estudiantes investigar, analizar y contextualizar críticamente sus propios proyectos dentro de un marco más amplio.</p> <p>Se busca fomentar la capacidad de los estudiantes para generar propuestas que no solo desafíen las convenciones, sino que también aborden problemáticas contemporáneas desde una perspectiva única y transformadora. Al finalizar el curso, los estudiantes estarán preparados para liderar diferentes procesos administrativos reconociéndose dentro del sector cultural y creativo como agentes de cambio y de transformación.</p>								
<b>Micro competencias a desarrollar</b>								
ID mC		Micro competencias (mC)					ID MC asociadas a las mC	
mCP122	Propone un proyecto de investigación para el sector cultural y creativo que permita la generación de nuevo conocimiento respondiendo a las necesidades del entorno					PMCE7		
mCP123	Organiza una muestra artística original a través de un proceso de investigación-creación.							
mCP124	Evalúa los resultados de la muestra por medio de indicadores para el mejoramiento continuo							
mGCP157	Analiza críticamente la información y las fuentes.					MGC4		
mGCP160	Planifica su trabajo orientado hacia propósitos, competencias y resultados de aprendizaje.					MGC5		
mGCC161	Comprende la estructura de los textos en inglés en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio.					MGC6		
mGCP165	Organiza el trabajo en equipo para producir resultados.					MGC7		

### Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales a apropiar

#### Contenidos conceptuales:

1. Definición y características de la investigación abordada mediante un reto – planteamiento del problema.
2. Métodos y enfoques de investigación.
3. Identificación de conceptos del sector.
4. Construcción de un marco teórico para la investigación.
5. Construcción del marco conceptual para la investigación.
6. Herramientas para el análisis y la reflexión del reto.
7. Interpretación de resultados y conclusiones en la investigación.

#### Contenidos procedimentales:

1. Definición de objetivos, hipótesis y preguntas de investigación.
2. Búsqueda de autores y bases de datos - Revisión de la literatura.
3. Estado del arte.
4. Alcance de la investigación.
5. Aplicación de la metodología y los pasos del proyecto.
6. Aplicación de métodos de análisis y evaluación de resultados.
7. Interpretación de hallazgos y conclusiones.
8. Presentación de proyectos en formatos adecuados al contexto
9. Reflexión sobre el proceso de investigación mediante retos.
10. Elaboración de la muestra – sustentación.
11. Autoevaluación de logros y desafíos

#### Contenidos actitudinales:

1. Desarrollo de la capacidad de análisis y reflexión crítica.
2. Aceptación de la retroalimentación y disposición a mejorar.
3. Participación en intercambios colaborativos con compañeros y mentores.
4. Habilidad para comunicar ideas y resultados de manera efectiva.
5. Valoración y respeto por la diversidad estética y cultural.
6. Reconocimiento de la importancia de la cultura en la creación artística.
7. Actuación ética en la investigación y en la utilización de fuentes.

## Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La estrategia para esta actividad académica será el aprendizaje basado en retos del sector tanto al interior como fuera de la Universidad así:





**Evaluación del aprendizaje**

ID mC	Indicador de aprendizaje	Ponderación (%)	Estrategias o instrumentos de evaluación
mCPI122	Integración de conocimientos teóricos y prácticos para enriquecer la apreciación estética por medio de los retos propuestos.	10%	Desarrollo del reto por medio del Aprendizaje Basado en Proyectos
mGCPI157	Evalúa y compara diferentes fuentes de información en la investigación-creación en beneficio de su proyecto.	15%	
mCPI122	Documenta un proyecto de investigación a profundidad en el sector cultural y creativo y reflexiona sobre las experiencias adquiridas en la participación de este, destacando la apertura a nuevas perspectivas.	15%	
mCPI122 mCPI123	Co - crea y presenta un proyecto de investigación original que aborde una problemática o necesidad específica en el ámbito cultural y creativo.	30%	
mCPI123 mCPI124	Organiza y coordina una muestra artística, demostrando la capacidad de gestionar aspectos de planeación, organización, dirección y control.	20%	
mGCC161	Comprende el contenido esencial de textos en inglés relacionados con la investigación y el área de su reto.	5%	
mGCPI165	Lidera y contribuye de manera efectiva en un equipo para la planificación y ejecución de un proyecto, demostrando habilidades de comunicación y coordinación.	5%	

• **Equivalencia cuantitativa**

- Proyecto fase 1: 20%
- Proyecto fase 2: 30%
- Proyecto fase 3: 20%
- Proyecto fase final: 30%

**Bibliografía**

Sampieri, R. H. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.  
 TAMAYO, Mario. Serie Aprender a Investigar – El Proyecto de Investigación. Módulo 5. Instituto para el Fomento de la Educación Superior- ICFES e Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda- ICESI. Cali. 1999  
 Normas, A. P. A. (2019). Normas APA.