

**ANEXO 1 PLAN DE ESTUDIOS
TIPO SUPERIOR**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE MEDELLÍN A.C.

NOMBRE DEL SOLICITANTE (PERSONA FÍSICA O R.L. DE LA PERSONA MORAL)

TECNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN COMERCIALIZACIÓN

NIVEL Y NOMBRE DEL PLAN DE ESTUDIOS

**BACHILLERATO O EQUIVALENTE CON
CONOCIMIENTOS EN LAS ÁREAS
ADMINISTRATIVAS**

ANTECEDENTES ACADÉMICOS DE INGRESO

MODALIDAD
DURACION DEL CICLO
CLAVE DEL PLAN DE ESTUDIOS

MIXTA
13 SEMANAS
2010

FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

JUSTIFICACIÓN

Actualmente, Veracruz constituye una de las economías más dinámicas de México, lo que le ha permitido desafiar y aprovechar las oportunidades dadas por la globalización económica y la apertura comercial. En los últimos años, Veracruz ha registrado un notable incremento económico; este hecho se explica por la necesidad de las empresas en buscar alternativas que las mantengan activas. Este escenario es la fuente principal de justificación para la creación del Técnico Superior Universitario en Comercialización, pues las compañías cada vez requieren mayor potencial humano especializado en esta área.

Una de las principales características del fenómeno global actual es la “terciarización” de la economía, lo que significa un incremento en las empresas de comercialización y servicios; así como profesionales que se desempeñan independientemente o subcontratados por empresas o autoempleados en ventas de esquemas piramidales o similares que les exige una formación amplia en técnicas de venta.

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES Y EXPECTATIVAS, OFERTA Y DEMANDA EDUCATIVA

El municipio de Medellín de Bravo, presenta una tasa de crecimiento poblacional muy elevada derivado de un proceso de incorporación a la zona conurbada Veracruz - Boca del Río, generando con ello la necesidad de capacitar a los jóvenes de la región en las áreas de mayor oportunidad como lo es el Comercio sector que aporta tan solo en dicha zona una derrama económica superior a los mil millones de pesos al año.

El crecimiento económico y poblacional de la región puede ir de la mano de un aumento en la calidad de la mano de obra regional; el programa de Técnico Superior en Comercio es una respuesta a la creciente demanda de mano de obra especializada. Tan solo en la zona Conurbada Veracruz -Boca del Río, el 83 por ciento de los negocios requiere de un puesto especializado en ventas.

Por otro lado, en dicha zona, es muy escasa la oferta de programas técnicos con nivel superior y son muchas las necesidades en el ámbito laboral, para contar con mandos medios capacitados, capaces de hacer eficiente la operación de las empresas del Sector Comercio y detonar la zona como una opción más en el estado para la inversión Regional, Nacional y/o Extranjera.

La Universidad Tecnológica de Medellín A.C. es la única institución que ofrece un programa de TSU en Comercialización en la región, la Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz también ofrece un programa similar pero ésta se ubica en Cuitlahuac, Ver., municipio del centro de la entidad. De acuerdo a un estudio realizado por la mencionada institución, el 63% de los aspirantes a ingresar a la UTCM preferían el TSU en Comercialización por considerar que es el programa con mayor posibilidad de

empleo.

En este sentido, se sostuvieron pláticas con representantes de ProMéxico y la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos de Veracruz en la cual se analizó el programa de TSU en Comercialización y coincidieron que el 82% de las solicitudes de empleo en los diarios locales corresponde a una vacante en ventas.

PERTINENCIA SOCIAL Y ACADÉMICA

El programa de TSU en Comercialización de la Universidad Tecnológica de Medellín A.C. es una respuesta a una necesidad latente en la sociedad veracruzana; una gran cantidad de empresas requiere personal capacitado en ventas sin tener ellos que invertir parte importante de sus utilidades. Actualmente los costos para cursos de capacitación en ventas son elevados y no abarcan la totalidad de necesidades de las empresas, con la carrera técnica, el empresario de la región contará con una bolsa de trabajo eficiente y capacitada que no incrementará sus costos.

El programa de TSU en Comercialización mixto ofrece la posibilidad de combinar el trabajo con el estudio, permitiendo al interesado obtener un título de nivel técnico superior sin disminuir sus ingresos mensuales; de igual forma, permite a las empresas enviar a capacitación a sus empleados en horarios que no se cruzan con los horarios de trabajo.

La Universidad Tecnológica de Medellín A.C. cuenta con servicios informáticos suficientes para preparar a los estudiantes con programas de vanguardia y equipos con tecnología de punta para que desarrollen sus habilidades no sólo verbales y de relaciones humanas, sino también de las nuevas tecnologías de información aplicadas a los negocios.

Los laboratorios de cómputo y biblioteca se facilitan a los estudiantes aun fuera del horario de clases, fomentando con ellos la investigación y el desarrollo de las habilidades de los egresados. Con ello, la Universidad Tecnológica de Medellín A.C., pretende egresar a la sociedad técnicos con grandes habilidades y destrezas que cumplan siempre con ética los objetivos de las empresas y los suyos como individuos.

ENTORNO REGIONAL, ESTATAL Y NACIONAL

Si bien el Estado de Veracruz se constituye como un estado con una oferta académica y educacional importante a nivel nacional, son pocas las instituciones Formadoras en niveles técnico superior.

La Universidad Tecnológica de Medellín A.C. se ubica en un entorno regional de crecimiento económico y poblacional; tan solo entre 2000 y 2005 la población en la región creció a un ritmo de 2.4 por ciento anual superando el promedio estatal y nacional. Entre 2005 y 2010 esta cifra ha sido un más elevada, considerando que se han construido mas de tres mil viviendas de nivel medio y se mantienen proyectos habitacionales de gran importancia al contar con amplios terrenos para su desarrollo.

Por otro lado, el estado de Veracruz ha sido uno de los pocos en el país que mantiene un saldo positivo anual en generación de empleos; en este sentido, la universidad tiene el compromiso de abastecer esa demanda con personal capacitado que se inserte al proceso productivo del estado con los parámetros cualitativos que exige la sociedad.

El puerto de Veracruz y su zona de influencia, conforman una de las ciudades estratégicas para el desarrollo nacional en materia portuaria, comercial y como centro de distribución y consumo, lo que exige a las empresas para estar a la vanguardia con personal capacitado en las diversas áreas de su organización.

En particular, la institución se ubica en el fraccionamiento Puente Moreno del municipio de Medellín, Ver. zona de alto crecimiento habitacional con ingresos promedio entre los 6,000 y los 20,000 pesos. El Fraccionamiento cuenta con todos los servicios y amplias zonas comerciales, y a pesar que ya existe una escuela de nivel superior, ésta no ofrece programas de nivel técnico superior ni programas en modalidad mixta.

EXPECTATIVAS DE LA INSTITUCIÓN

La Institución pugna por los programas de estudio que se enfoquen en el despliegue y fortalecimiento de las capacidades e intereses del estudiante, como preparación para un futuro ocupacional incierto, imprevisible, cambiante, en el cual la capacidad de aprendizaje y recalcificación continuos, será más significativa que la acumulación de información y conocimientos especializados, muchos de los cuales sufren una rápida obsolescencia y son de escasa relevancia.

Se ofrece el programa en modalidad mixta pensando en un esquema práctico en el cual el educando esté en posibilidades de vincularse rápidamente con el sector productivo y sea un verdadero agente de

cambio en el aula y no sólo un receptor pasivo, debe propiciar el debate, la integración de equipos de trabajo y la participación activa dentro del aula.

El egresado de la institución debe distinguirse del resto de las universidades y centros de educación superior por sus habilidades de adaptación al entorno y la destreza en campo; basados en la filosofía de 70% práctica y 30% teórico deberá contar con mayor experiencia que los egresados en la licenciaturas de mercadotecnia, administración o publicidad.

Una de las principales expectativas de la universidad es procurar la investigación científica y humanística, la preservación y difusión de la cultura, para formar profesionales eficientes que sean promotores del progreso regional y colaboradores firmes del desarrollo integral de nuestro país, haciendo llegar los beneficios de la educación al mayor número de mexicanos posible, reafirmando los valores nacionales y fortaleciendo el amor a la patria, la familia y la libertad.

La Institución basa su modelo en la creación de una conciencia de emprendimiento, buscando siempre la excelencia, con tecnología de punta para mejorar los procesos de aprendizaje, con el único fin de contribuir a la construcción de una cultura emprendedora; trabajando para que los estudiantes tengan alternativas de empleo desde el primer cuatrimestre de estudio.

Al presentarse el programa en modalidad mixta la institución se compromete a ofrecer una plataforma tecnológica basada en el programa (software) educativo moodle en el cual los estudiantes y el catedrático pueden estar en contacto directo con foros de discusión, revisión de tareas, asesorías en línea y hasta prácticas también en línea. Aunado a ello, se integra un programa adicional de asesorías presenciales en horarios pre-establecidos entre el grupo y los catedráticos.

SUSTENTO TEÓRICO DE LA DISCIPLINA

De acuerdo con la Secretaría de Educación Pública, el Técnico Superior Universitario ó Profesional Asociado es una opción educativa de nivel superior cuyo antecedente obligatorio es el bachillerato o equivalente, con una duración de dos a tres años, con un enfoque práctico y específico a una ó varias ocupaciones. Reconocido internacionalmente como nivel 5B2 (Clasificación Internacional Estandarizada, UNESCO 1997). Este nivel puede ser acreditado como parte del plan de estudios de una Licenciatura.

Características del Técnico Superior Universitario:

- Experiencia práctica.
- Educación personalizada.
- Educación pertinente de acuerdo con la región.
- Hábitos de investigación.
- Formación en alternancia con la empresa.
- Fuerte formación en conocimientos de computación e idiomas.
- Formación cultural, deportiva y artística.

Por tanto, para sustentar teóricamente el programa de Técnico Superior Universitario en Comercialización, es importante resaltar que la comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre si para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.

En teoría, la comercialización Implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al mayoreo, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento, entre otras actividades.

Todas las grandes firmas modernas tienen departamentos o gerencias especializadas en la comercialización de sus productos, las cuales se hacen cargo, usualmente, de las siguientes actividades: investigación de mercados, para conocer las necesidades de los individuos, sus hábitos de consumo y la posible aceptación de nuevos productos; publicidad, para difundir y estimular las ventas; las ventas en sí mismas, que por lo general se hacen a mayoristas, aunque en otras ocasiones directamente a los minoristas o al consumidor final; las promociones de diverso tipo, que complementan y hacen más efectiva la acción publicitaria y la distribución física de los bienes vendidos

MERCADO OCUPACIONAL

El egresado de la carrera de Técnico Superior Universitario en Comercialización de la Universidad Tecnológica de Medellín, podrá insertarse al campo productivo:

- ✓ En empresas privadas de los sectores Industrial y de Servicios.
- ✓ En las empresas de gran tamaño, independientemente de su posición, esta capacitado para asesorar, gestionar y ejecutar las decisiones de la dirección o gerencia.
- ✓ En las empresas medianas, donde la división del trabajo es menor, puede cumplir las mismas o más de las funciones que desempeña en la grande, con mayor nivel de integración, autonomía y capacidad de decisión.
- ✓ En la pequeña empresa, esas funciones puede ejercerlas en integración directa a la dirección de la misma, o incluso en el control total de la misma.
- ✓ Campo de acción profesional: Centros comerciales, compañías de estudios de mercado, supermercados, compañías distribuidoras, servicios comerciales de empresas industriales, mercados industriales y de servicios.
- ✓ Tendrá la capacidad para crear su propia empresa, con un alto sentido creativo y emprendedor para producir, comercializar un bien o servicio; así como para dedicarse a la consultoría independiente, dada su formación para trabajar bajo presión, con una actitud de responsabilidad y compromiso.

ESTRUCTURA CURRICULAR

El plan de estudios está constituido en períodos específicos. (Plan de estudios escolarizado de seis cuatrimestres)

OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ESTUDIOS

Formar profesionistas de nivel Técnico Superior Universitario en Comercialización con sólida preparación académica, tecnológica y cultural, que les permita obtener conocimientos para desempeñarse profesionalmente en las actividades de comercialización, habilidades para contribuir a la satisfacción de las necesidades de un mercado globalizado y tenga la capacidad de planear e implementar programas o campañas de ventas, promoción, comunicación comercial, distribución y abastecimiento.

PERFIL DE INGRESO

El aspirante a ingresar a la Universidad Tecnológica de Medellín A.C, específicamente a la carrera de Técnico Superior Universitario en Comercialización, deberá mostrar los siguientes:

Conocimientos:

- ✓ Acreditación de estudios de nivel medio superior
- ✓ Dominio básico del idioma inglés
- ✓ Dominio básico de procesadores de palabras, hojas de cálculo y presentaciones audiovisuales
- ✓ Relacionados con la rama comercial, estudio de los problemas socioeconómicos; actividades administrativas y empresariales.
- ✓ Inquietud por conocer y conservar el patrimonio natural y por el fomento al desarrollo sustentable.

Habilidades:

- ✓ Para la toma de decisiones asertivas.
- ✓ Para trabajar con grupos interdisciplinarios.
- ✓ Para la localización, organización y sistematización de la información.
- ✓ Para el manejo de relaciones humanas.

Actitudes:

- ✓ Liderazgo,
- ✓ Iniciativa
- ✓ Creatividad
- ✓ Convivencia social y académica

Destrezas:

- ✓ Disposición para el servicio.
- ✓ Para el uso de tecnología informática
- ✓ Ser autodidacta

PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la carrera de Técnico Superior Universitario en Comercialización, al concluir su plan de estudios habrá adquirido:

Habilidades para:

- ✓ Valorar y entender los componentes internos y externos del proceso de comercialización.
- ✓ Entender y aplicar críticamente los conocimientos, técnicas y procedimientos del proceso de comercialización.
- ✓ Tener una actitud competitiva frente a la internacionalización de los mercados.
- ✓ Comprender el comportamiento del consumidor al adquirir los bienes y servicios que requiere.
- ✓ Planear y organizar las actividades de promoción de la empresa.
- ✓ Asesorar en la adaptación de los productos a las necesidades de los clientes.
- ✓ Participar en las actividades publicitarias orientadas a las ventas.
- ✓ Hacerse responsable de los servicios de ventas directas y postventa.
- ✓ Investigar los canales y medios de distribución.
- ✓ Identificar las oportunidades comerciales de la empresa.
- ✓ Manejar las relaciones de la organización con los clientes y proveedores.
- ✓ Utilizar programas de cómputo para la organización y análisis de la información, así como preparar reportes ejecutivos.

Conocimientos sobre:

- ✓ Los principios de la administración y del proceso administrativo en el logro de los objetivos empresariales.
- ✓ Teoría y prácticas de manejo de personal, su selección capacitación y desarrollo.
- ✓ Organización de las operaciones para empresas del sector industrial y de servicios.
- ✓ Técnicas contables y presupuestales en organismos públicos y empresas privadas..
- ✓ Herramientas matemáticas y estadísticas en la toma de decisiones.

Actitudes:

- ✓ Liderazgo y capacidad de motivar a la gente.
- ✓ Asertividad en la toma de decisiones.
- ✓ Espíritu de servicio y organización.
- ✓ Respeto por sus colaboradores de equipo interdisciplinario.
- ✓ Compromiso en el aspecto social, profesional y personal.
- ✓ De apertura al conocimiento de acuerdo con los avances de la disciplina.

	LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIÓN
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES		
1° Cuatrimestre	MATEMÁTICAS I	101		13	67	5	A
	INFORMÁTICA I	102		13	67	5	L
	ADMINISTRACIÓN	103		13	51	4	A
	CALIDAD	104		13	67	5	A
	MERCADOTECNIA	105		13	83	6	A
	INGLÉS I	106		13	67	5	A
	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA I	107		13	51	4	A
				SUMA	91	453	34

	LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIÓN
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES		
2° Cuatrimestre	MATEMÁTICAS II	208		13	67	5	A
	INFORMÁTICA II	209		13	67	5	L
	CONTABILIDAD	210		13	67	5	A
	MACROECONOMÍA	211		13	51	4	A
	TÉCNICAS DE VENTA	212		13	83	6	A
	INGLÉS II	213	106	13	67	5	A
	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA II	214		13	51	4	A
				SUMA	91	453	34

	LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIÓN
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES		
3° Cuatrimestre	MATEMÁTICAS III	315		13	67	5	A
	COMERCIO ELECTRÓNICO	316		13	67	5	A / L
	PRESUPUESTOS	317		13	51	4	A
	MICROECONOMÍA	318		13	67	5	A
	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	319		13	83	6	A
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	320		13	83	6	A
	INGLÉS III	321	213	13	67	5	A
	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL I	322		13	51	4	A
				SUMA	104	536	40

	LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIÓN
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES		
4° Cuatrimestre	ANÁLISIS FINANCIERO	423		13	67	5	A
	DERECHO MERCANTIL	424		13	51	4	A
	COMPRAS	425		13	67	5	A
	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	426		13	83	6	A
	COMERCIO INTERNACIONAL	427		13	83	6	A
	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	428		13	67	5	A
	INGLES IV	429	321	13	67	5	A
	FORMACIÓN SOCIOCULTURAL II	430		13	51	4	A
				SUMA	91	469	40

	LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIÓN
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES		
5° Cuatrimestre	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING.	531		13	83	6	A
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	532		13	67	5	A
	COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA.	533		13	67	5	A
	COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MERCADOTECNIA.	534		13	83	6	A
	PLAN DE EXPORTACIÓN.	535		13	67	5	A
	ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	536		13	67	5	A
	SERVICIO AL CLIENTE	537		13	83	6	A
	INGLES V	538	429	13	67	5	A
				SUMA	104	584	43

	LISTA DE ASIGNATURAS	CLAVE	SERIACIÓN	HORAS		CRÉDITOS	INSTALACIÓN
				CON DOCENTE	INDEPENDIENTES		
6° Cuatrimestre	ESTADÍA EN EL SECTOR PRODUCTIVO	639		13	163	11	
				SUMA	13	163	11

TOTALES	494	2658	202	
----------------	------------	-------------	------------	--

MAPA CURRICULAR

CICLO LINEA DE FORMACIÓN	CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN SECTOR COMERCIO	GERENCIA Y TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL	SISTEMAS DE GESTIÓN SOCIAL	COMUNICACIÓN Y LIDERAZGO	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	PLANIFICACIÓN ESTRETEGICA
1º CUATRIMESTRE	104 Calidad HD:13 HI:67 CR:5	101 Matemáticas I HD:13 HI:67 CR:5		107 Expresión Oral y Escrita HD:13 HI:51 CR:4	105 Mercadotecnia HD:13 HI:83 CR:6	
		102 Informática I HD:13 HI:67 CR:5		106 Inglés I HD:13 HI:67 CR:5		
		103 Administración HD:13 HI:51 CR:4				
2º CUATRIMESTRE	212 Técnicas de Venta HD:13 HI:83 CR:6	208 Matemáticas II HD:13 HI:67 CR:5		214 Expresión Oral y Escrita II HD:13 HI:51 CR:4	211 Macroeconomía HD:13 HI:51 CR:4	
		209 Informática II HD:13 HI:67 CR:5		213 Inglés II HD:13 HI:67 CR:5		
		210 Contabilidad HD:13 HI:67 CR:5				
3º CUATRIMESTRE		315 Matemáticas III HD:13 HI:67 CR:5	322 Formación Sociocultural I HD:13 HI:51 CR:4	321 Inglés III HD:13 HI:67 CR:5	320 Investigación de Mercados HD:13 HI:83 CR:6	319 Administración de Ventas HD:13 HI:83 CR:6
		316 Comercio Electrónico HD:13 HI:67 CR:5			318 Microeconomía HD:13 HI:67 CR:5	
		317 Presupuestos HD:13 HI:51 CR:4				
4º CUATRIMESTRE	423 Análisis Financiero HD:13 HI:67 CR:5	424 Derecho Mercantil HD:13 HI:51 CR:4	430 Formación Sociocultural II HD:13 HI:51 CR:5	429 Inglés IV HD:13 HI:67 CR:5	426 Mezcla de Mercadotecnia HD:13 HI:83 CR:6	428 Formulación y Evaluación de Proyectos HD:13 HI:67 CR:5
		425 Compras HD:13 HI:67 CR:5			427 Comercio Internacional HD:13 HI:83 CR:6	

5° CUATRIMESTRE	537 Servicios al Cliente HD:13 HI:83 CR:6	536 Administración de Pequeñas y Medianas Empresas HD:13 HI:67 CR:5		532 Medios de Comunicación HD:13 HI:67 CR:5	534 Comunicación Integral de la Mercadotecnia HD:13 HI:83 CR:6	535 Plan de Exportación HD:13 HI:67 CR:5
	533 Comercialización Agropecuaria HD:13 HI:67 CR:5			538 Inglés VII HD:13 HI:67 CR:5		531 Planeación Estratégica de Marketing HD:13 HI:83 CR:6
6° CUATRIMESTRE			639 Estadía en el Sector Productivo HD:13 HI:163 CR:11			



PROPUESTA DE EVALUACION Y ACTUALIZACION PERIODICA DEL PLAN DE ESTUDIOS

a) En el aspecto externo, el plan de estudios será evaluado en función de la información obtenida a través de procesos de investigación de campo que permitan determinar, por una parte, la permanencia, evolución y satisfacción de las necesidades de aprendizaje que requieren los egresados en Técnico Superior Universitario en Comercialización, a efecto de que puedan desempeñarse con altos estándares de calidad profesional; por la otra, que posibiliten cuantificar y evaluar el impacto social de la práctica profesional de los egresados en las distintas áreas que conforman el plan académico.

Para ello, las referidas investigaciones de campo permitirán conocer, preponderantemente, los puntos de vista de los directivos y empresarios que se encuentran al frente de los diversos productores de bienes y servicios, así como las opiniones de las asociaciones profesionales relacionadas con la actividad comercial del país.

Con este fin, se utilizarán principalmente cuestionarios que se aplicarán a empleadores de los egresados de la carrera de Técnico Superior Universitario en Comercialización, y a los dirigentes de las asociaciones profesionales.

Las evaluaciones al plan de estudios deberán realizarse al año de haber egresado una generación, para de esta forma medir el desempeño que tengan los egresados en su ámbito profesional.

b) En el ámbito interno, el plan de estudios será permanentemente evaluado a través de las autoridades académicas de la universidad, los maestros y alumnos, a efecto de establecer tanto el nivel de desempeño de los docentes conforme a los perfiles profesionales, como el grado de aprovechamiento de los estudiantes según los elementos materiales y humanos puestos a su disposición.

A tal efecto, se utilizarán cuestionarios para aplicarlos a los maestros y a los alumnos, y se aplicará un examen general de conocimientos departamental por áreas que retroalimentará a la institución sobre el avance de los estudiantes.

Las evaluaciones al plan de estudios a través de los cuestionarios o exámenes se realizarán anualmente, para así poder medir el avance de los alumnos.