



**COMPARACIÓN PLAN DE ESTUDIOS PROGRAMA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIMINUTO Y COLUMBUS  
STATE UNIVERSITY**

---

**AUTORES**

**GRUPO INTERNACIONALIZACION COLUMBUS STATE UNIVERSITY 2012**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTA  
2012**

**COMPARACIÓN PLAN DE ESTUDIOS PROGRAMA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIMINUTO Y COLUMBUS  
STATE UNIVERSITY**

**AUTORES**

AGUDELO NUBIA  
BERMUDEZ LADY  
BERNAL MYRIAM  
BONILLA DANIEL  
BUITRAGO ALEJANDRO  
CAMARGO MILTON  
CASTAÑO NURY  
FARFAN CRISTY  
GARNICA KAREN L  
GOMEZ YEIMY YULIETH  
GUERRA CAROLINA  
GUERRERO ANDRES  
LOMBANA JEIMMY  
LOPEZ AURA  
MARENTES JUAN CARLOS  
MARTINEZ JESSICA  
MASMELA MARINA  
PRADA ZULAY  
RAMIREZ MARCO  
SIERRA GYNA  
VARGAS MARCELA  
VELASQUEZ MARITZA

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTA  
2012**

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	4
OBJETIVOS .....	5
JUSTIFICACION .....	6
UNIMINUTO .....	7
a. <i>Nombre del programa</i> .....	7
b. <i>Misión:</i> .....	7
c. <i>Visión:</i> .....	7
d. <i>Principios y propósitos</i> .....	7
e. <i>Objetivo programa de negocios</i> .....	8
f. <i>Perfil del aspirante</i> .....	8
g. <i>Perfil profesional del egresado</i> .....	9
h. <i>Perfil ocupacional del egresado</i> .....	9
i. <i>Marco teórico de los programas</i> .....	10
COLUMBUS STATE UNIVERSITY .....	11
a. <i>Nombre del programa : B.B.A. in General Business (Bachelor of Business</i> .....	11
b. <i>Misión:</i> .....	11
c. <i>Visión:</i> .....	11
d. <i>Principios y propósitos</i> .....	12
e. <i>Objetivos CSU</i> .....	12
f. <i>Perfil del aspirante</i> .....	13
g. <i>Perfil profesional del egresado</i> .....	13
h. <i>Perfil ocupacional del egresado</i> .....	13
i. <i>Marco teórico de los programas</i> .....	14
EXPERIENCIAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN .....	16
ENTREVISTAS REALIZADAS .....	16
CONFERENCIAS.....	21
BENCHMARKING UNIMINUTO – CSU .....	29
MATRICES (Anexo 1) .....	42
CONCLUSIONES Y REFLEXIONES.....	45i42
RECOMENDACIONES .....	47
BIBLIOGRAFIA.....	48

## **INTRODUCCIÓN**

Realizar comparaciones entre los modelos educativos enfocándonos en las asignaturas que se enseñan a los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios y Columbus State University (CSU), es un proceso que se inicia con el conocimiento de la malla curricular de las dos Universidades para intentar así, identificar cuáles serían las asignaturas con mayor similitud en Columbus, sin embargo los enfoques que se manejan son diferentes, teniendo en cuenta que la demanda y población a la cual se dirigen, por razones económicas, condiciones sociales y características de los estudiantes, como también el mercado laboral que ofrece el entorno.

## **OBJETIVOS**

### *OBJETIVO GENERAL*

Identificar la misión, la visión, los objetivos estratégicos, los principios y valores y el enfoque internacional del programa que ofrecen UNIMINUTO y CSU

### *OBJETIVOS ESPECÍFICOS*

- Identificar la metodología, la bibliografía, las competencias que ofrecen las instituciones educativas, y que permiten conocer los enfoques a los cuales encaminan sus programas académicos.
- Identificar las Competencias, el Perfil del egresado, el Perfil ocupacional y el mercado al cual van dirigido sus programas, para así diferenciar el mercado objetivo, debido al cambio cultural y a la visión que cada país tienen como empresa y desarrollo económico.

## **JUSTIFICACION**

La globalización de la economía abarca el desarrollo de los negocios, pero involucra la participación activa de la educación, con el fin de que cada universidad, tenga en sus fortalezas la flexibilidad para responder con calidad al crecimiento de la economía y al mejoramiento de la calidad de vida, por medio de la oferta de carreras profesionales, que se enfoquen en un contexto internacional, lo cual permite que cada profesional que logre graduarse, sea un profesional que tiene la capacidad de romper paradigmas y de acoplarse a un mundo en constante cambio, característica que le permitirá acceder a mayores oportunidades laborales en el exterior, logrando así abrir su mente a nuevas culturas y nuevas formas de ver la vida, como también ayudando a construir país y oportunidades para la sociedad.

La experiencia de la internacionalización, da la oportunidad de conocer un enfoque de buenas prácticas y de hacer benchmarking, para que el egresado pueda ofrecer competitividad y sostenibilidad a las organizaciones en las cuales ejerza su profesión o a su compañía si decide ser empresario.

# UNIMINUTO



Ilustración 1 Logo UNIMINUO

a. *Nombre del programa*

Administración de empresas

b. *Misión*<sup>1</sup>:

El programa de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, tiene como misión formar líderes organizacionales con espíritu emprendedor, capaces de crear, poner en marcha, dirigir o conducir organizaciones empresariales y sociales, con autonomía, responsabilidad y vocación de servicio.

c. *Visión*<sup>2</sup>:

Para el año 2015 el programa de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, se consolidará como un programa de alta calidad, con pertinencia empresarial, posicionado por su innovación, eficiencia y competitividad, con vocación humana, social y con proyección internacional.

d. *Principios y propósitos*<sup>3</sup>

Implementar espacios que propicien el compromiso con su entorno como agente de cambio activo que propicia la comunicación, la participación y la negociación justa para generar procesos de impacto y beneficio común.

Diseñar estrategias orientadas al desarrollo de su capacidad para trabajar en equipo e integrar sectores y culturas, para proponer y

---

<sup>1</sup> PCP – Administración de empresas

<sup>2</sup> Ídem

lograr objetivos de utilidad social y construcción de tejido productivo y capital social.

Generar ambientes para destacar la habilidad de desarrollar pensamiento estratégico y sistémico, por medio del cual además de analizar el entorno, diagnostique la organización y cree las condiciones para hacer realidad los futuros deseables y posibles.

*e. Objetivo programa de negocios<sup>4</sup>*

Formar un profesional integral en Administración de Empresas; gestor y líder organizacional caracterizado por su espíritu emprendedor, innovador y trascendente; que conoce y maneja la complejidad de las organizaciones y orienta su acción fundamentado en criterios estratégicos y prospectivos.

*f. Perfil del aspirante<sup>5</sup>*

Para ser admitido como estudiante de UNIMINUTO, el aspirante inscrito deberá someterse al proceso de selección y cumplir con los requisitos exigidos en cada programa y en cada Sede. El perfil del aspirante deberá responder a las siguientes orientaciones:

- Poseer sentido de responsabilidad, sensibilidad social, capacidad de liderazgo e interacción con grupos de personas y comunidades.
- Demostrar habilidades y competencias interpretativas, argumentativas y propositivas frente a situaciones del contexto familiar y situacional.
- Estar dotado de una mística por el estudio y compromiso académico.
- Poseer una mentalidad abierta al cambio.
- Promulgar valores éticos y morales.

El futuro estudiante del programa de Administración de Empresas debe evidenciar estas características que demanda el rigor del objeto y campo de estudio disciplinar de la administración como ciencia social de gran relevancia para las organizaciones.

Los Requisitos exigidos son los siguientes<sup>6</sup>:

- Puntaje ICFES requerido para Administración de Empresas: Matemáticas: 35, Historia: 35 y Lenguaje: 35

---

<sup>3</sup> ídem

<sup>4</sup> ídem

<sup>5</sup> ídem

<sup>6</sup> <http://portal.uniminuto.edu/index.php/component/content/29.html?task=view>



- Certificación de afiliación a la EPS ó ARS según sea el caso.
- Ser bachiller

*g. Perfil profesional del egresado<sup>7</sup>*

El egresado del programa de Administración de Empresas se destaca por ser un líder organizacional con visión prospectiva para responder a las necesidades de las organizaciones económicas y sociales, con una visión estratégica que le permite reconocer las oportunidades y amenazas de un entorno económico. Así, está en capacidad de crear e implementar soluciones empresariales dentro de un marco de desarrollo sostenible para la humanidad, sin olvidar su compromiso y responsabilidad con el desarrollo del ser humano, de la comunidad y de la organización para incorporar el uso y aplicación de las nuevas técnicas de gestión, en todos los niveles de liderazgo organizacional y empresarial.

UNIMINUTO, se caracteriza por basar su educación en tres pilares, que le permiten al egresado ser un profesional idóneo, que se compromete con la sociedad y su entorno; los pilares son los siguientes:

Desarrollo humano: conocimiento en las relaciones con los demás, comportamiento ético y respetuoso, basado en los derechos humanos y en la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida de su entorno, por medio de la creatividad y la recursividad.

Competencias profesionales: ser flexible frente a cambios en las organizaciones, potenciar grupos de trabajo, relaciones respetuosas con sus pares y con profesionales de otras disciplinas, manejo de herramientas administrativas que permiten ser más productivos, aprovechar las fortalezas y contrarrestar las debilidades y amenazas, por medio de la investigación y el descubrimiento de nuevos potenciales en el talento humano que le rodea.

Responsabilidad social: ser un ciudadano comprometido con las comunidades, permitiendo interactuar con ellas, para así desarrollar proyectos que permitan el desarrollo social, por medio del uso de las experiencias obtenidas durante el ejercicio de su profesión.

*h. Perfil ocupacional del egresado<sup>8</sup>*

El Administrador de Empresas, egresado de la Universidad Minuto de Dios, podrá desempeñarse como líder en cualquiera de los niveles estratégico, táctico u operativo de las organizaciones sociales y comerciales de tipo empresarial de naturaleza pública o privada.

---

<sup>7</sup> PCP Administración de empresas

<sup>8</sup> ídem

También, podrá desempeñarse en estas mismas organizaciones en las áreas funcionales de Mercadeo, Finanzas, Talento Humano y Producción. Igualmente, está capacitado para ejercer como profesional independiente ya sea como empresario o como consultor en cualquiera de los procesos de gestión organizacional y empresarial. No obstante, se destacan específicamente las siguientes áreas:

Finanzas: toma de decisiones en contextos nacionales e internacionales, reconoce el valor del dinero, analiza rendimientos y realiza proyecciones como presupuestos y análisis de rentabilidad.

Talento humano: capacidad de gestionar procesos relacionados con el manejo de personas, diseño de cargos, lidera procesos de selección y reclutamiento de personas, asistente en bienestar ocupacional.

Mercadeo: realiza actividades de organización, dirección y control de marcas y productos, lidera el departamento de compras, promoción y distribución.

*i. Marco teórico de los programas<sup>9</sup>*

UNIMINUTO ha optado por un modelo educativo praxeológico, centrado en la formación integral, de todas las dimensiones de la persona, es decir que la conformación de una persona que integra el saber (teoría) con el actuar (praxis) y con la sociedad por medio del proyecto de vida.

Se desarrolla en todos los currículos mediante tres campos de formación: desarrollo humano, práctica social y profesional, y competencias profesionales específicas.

---

<sup>9</sup> ídem

a. *Nombre del programa*<sup>10</sup> : B.B.A. in General Business (Bachelor of Business Administration Management)

b. *Misión*<sup>11</sup>:

La facultad de Negocios y Ciencias de la Computación, tiene como misión preparar a los estudiantes para agregar valor a sus comunidades y a las empresas principalmente locales y regionales.

Como una institución de enseñanza para una población estudiantil diversa del Estado de Georgia, la facultad se compromete a:

- Ofrecer programas de licenciatura y de maestría en negocios y ciencias de la computación.
- Apoyar la investigación estudiantil y el aprendizaje basado en experiencias.
- Atraer y retener en la facultad, un talento humano académicamente calificado, que esté comprometido con el aprendizaje del estudiante y la mejora continua.
- Apoyar la enseñanza de calidad, investigación aplicada y prestar un servicio profesional y de negocios que esté al alcance de la comunidad.
- La creación de una comunidad de aprendizaje, de los estudiantes, profesores y personal, que promueve el crecimiento individual, el desarrollo ético y la conciencia global.

c. *Visión*<sup>12</sup>:

Ampliar el reconocimiento de la Universidad como un centro de excelencia en los negocios y la educación de ciencias de la computación.

Los estudiantes tienen identidad con la Universidad, es como una constitución, no se maneja por reglamentos de facultades sino por los lineamientos generales de la Universidad.

---

<sup>10</sup> [http://www.columbusstate.edu/aboutus/strategic\\_plan.php#values](http://www.columbusstate.edu/aboutus/strategic_plan.php#values)

<sup>11</sup> Ídem

<sup>12</sup> Ídem

#### *d. Principios y propósitos<sup>13</sup>*

En CSU, se manejan una serie de valores, que le permiten a la comunidad universitaria ser un centro de aprendizaje y de interacción con muchas culturas del mundo.

##### *Valores*

- Excelencia: Compromiso con las mejores prácticas en la enseñanza y el aprendizaje, por medio de becas, fortaleciendo el compromiso del estudiante y el enriquecimiento cultural.
- Compromiso: La participación activa de los estudiantes, profesores y personal en el constante aprendizaje de la experiencia universitaria.
- Creatividad: La búsqueda de la distinción a través de la investigación y la innovación, desafiando adversidades y centrándose en las soluciones.
- Liderazgo de Servicio: El liderazgo eficaz, ético a través de la ayuda y el servicio.
- Inclusión: El fomento y la promoción de un campus que abarca diversas personas, ideas, puntos de vista y prácticas.
- Sostenibilidad: Compromiso con las conductas que reconozcan y respeten el contexto ambiental.

#### *e. Objetivos CSU<sup>14</sup>*

- Lograr la excelencia en la educación de pregrado y posgrado para satisfacer las necesidades de los estudiantes y la comunidad.
- Aumentar la matrícula de 10.000 estudiantes para el otoño de 2011.
- Crear más alianzas con instituciones académicas, agencias gubernamentales y empresas en concordancia con la misión de la universidad.
- Aumentar la financiación externa y el reconocimiento.
- Proporcionar un servicio de alta calidad, por medio de la infraestructura, basada en la prestación de servicios y tecnología.

---

<sup>13</sup> Ídem

<sup>14</sup> Ídem

*f. Perfil del aspirante*<sup>15</sup>

Requisitos del aspirante a pregrado (Undergraduate General Degree Requirements):

- La Oficina de Admisiones revisa todas las calificaciones de los exámenes y expediente académico.
- Los solicitantes serán notificados si se requiere una entrevista.
- Un estudiante es considerado para la admisión sin distinción de raza, credo, sexo, estado civil, edad, u origen nacional.
- Exámenes de admisión.
- En algunos casos es obligatorio que los estudiantes desarrollen exámenes de Inglés, lectura y matemáticas. Los resultados de estas puntuaciones se utilizarán para determinar la admisión a la institución. Estos exámenes son administrados por Columbus State University en el Centro de Pruebas.
- Un estudiante de primer año, debe tener la media institucional de calificaciones de 2.4 y los resultados del SAT mínimos de 440 y 410 de lectura crítica de Matemáticas (ACT Inglés 17/Math 17).
- Estudiantes de primer año tradicional también deben mostrar la finalización exitosa del plan de estudios de escuela superior con 17 unidades.

*g. Perfil profesional del egresado*

Los programas de pregrado de negocios están diseñados para preparar a los estudiantes en su buen desempeño en las diferentes organizaciones, incluyendo habilidades empresariales necesarias para las empresas privadas y las corporaciones, organizaciones sin fines de lucro y el gobierno en todos los niveles.

Los estudiantes pueden especializarse en contabilidad, finanzas, negocios en general, de gestión, sistemas de información o de marketing.

Los cursos también están disponibles para desarrollar las habilidades de los estudiantes que deseen iniciar su propio negocio.

*h. Perfil ocupacional del egresado*<sup>16</sup>

El Administrador de Empresas, egresado de la CSU, podrá desempeñarse en cualquier ámbito de negocios, según la

---

<sup>15</sup> [http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/college\\_cobcs.php](http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/college_cobcs.php)

<sup>16</sup> Ídem

especialidad que haya tomado el estudiante durante su época de estudios, algunos ejemplos son:

- Los programas disponibles para los graduados de contabilidad, incluyen vendedor de valores, analista financiero, gerente de crédito, impuestos y contabilidad, por nombrar unos pocos.
- Los graduados en Finanzas se pueden desempeñar en los servicios financieros, finanzas corporativas, planificación de la banca de inversión / corretaje financiera / análisis financiero.
- Gestión de negocios en general, pueden seguir una carrera como gerente de recursos humanos, gerente de producción, gerente general, analista de gestión, o iniciar su propio negocio como empresario.
- Gestión de Sistemas de Información puede empezar su labor como administradores de bases de datos, analistas de redes, ingenieros de sistemas y administradores de sistemas de información.
- Marketing, pueden seguir una carrera en la gestión de ventas, gestión de marca, investigación de mercados, gestión de productos, comunicaciones de marketing, y gestión de la logística.

*i. Marco teórico de los programas*<sup>17</sup>

Contenido del programa en Columbus: Bachelor of Business Administration Management

*Electivas de administración:*

- ITDS 1779. Los estudiantes de becas en todas las disciplinas (2-0-2) tomarán charlas de investigadores universitarios invitados, que trabajan en el país y en proyectos de importancia mundial. Las presentaciones serán acompañadas por la lectura y escritura, en las que se desarrollan habilidades esenciales de investigación, tales como revisiones de la literatura, razonamiento cuantitativo, el uso crítico de las fuentes primarias, la identificación de un problema de investigación y análisis crítico de los textos.
- ITDS 2726. Introducción a la Diversidad Cultural (1-0-1). Este curso está diseñado para familiarizar a los estudiantes con las diferencias culturales de los principales grupos minoritarios raciales / étnicos en los Estados Unidos. Mitos, estereotipos, y las cuestiones relativas a

---

<sup>17</sup> [http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/reqs/cobcs\\_bbamgmt.php](http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/reqs/cobcs_bbamgmt.php)

los grupos minoritarios también se explorarán. Sobre la base de las experiencias individuales, oradores invitados, presentaciones, auto-exploración y conferencias, los estudiantes obtendrán el conocimiento que les ayudará a entender mejor y a relacionarse con estos grupos.

- ITDS 2727. Introducción a las habilidades interpersonales (1-0-1). Este curso está diseñado para introducir a los estudiantes los conocimientos básicos necesarios en la profesión. Un estudio de ayuda en la disciplina, incluyendo las oportunidades de trabajo y entornos de trabajo, serán cubiertos. Técnicas de entrenamiento de habilidades sociales y Conceptos en las relaciones interpersonales, los problemas de evaluación y de desarrollo, y resolución de conflictos son componentes en este curso.
- ITDS 2735. Vida y Planes de Carrera (1-0-1) Este curso está diseñado para ayudar a los estudiantes a considerar las opciones de carrera y los factores relacionados que contribuyen a la satisfacción personal y profesional. El proceso de ajuste de la meta y la autogestión por objetivos serán estudiados a fin de que el estudiante de una planificación sistemática para una carrera.
- ITDS 2746. Empresa y Sociedad (1-0-1) Una introducción a las funciones de negocio en la sociedad histórica y contemporánea, la relación entre las empresas y las instituciones gubernamentales y sin fines de lucro y las formas en que las empresas interactúan con todas las profesiones, ocupaciones y carreras. Los estudiantes investigarán las cuestiones morales y éticas relacionadas con los objetivos empresariales y sociales, y las formas por las que podrían ser resueltos.
- ITDS 2748. Temas en los asuntos globales (1-0-1). Es un curso interdisciplinario sobre cuestiones que afectan al mundo o a la gente del mundo, temas como la contaminación del aire, la pornografía infantil en Internet, infracción de copyright internacional, las especies en peligro de extinción, las políticas de las Naciones Unidas, los mercados bursátiles internacionales, la exportación / importación de las leyes, entre otros temas que varían de semestre a semestre.
- ITDS 2749. Ética y aspectos legales en las profesiones liberales (1-0-1). Es un curso interdisciplinario centrado en cuestiones tales como la censura, el plagio, la verdad en la publicidad, la falsificación, no validación de datos científicos y experimentos, problemas, etc.
- ITDS 2755. Elementos del Pensamiento Crítico (1-0-1). Este curso se centra en las cuestiones de cómo razonar correctamente, y cómo identificar errores del razonamiento. En concreto, las cuestiones de la validez y la coherencia.

## EXPERIENCIAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN ENTREVISTAS REALIZADAS

**ROBIN SNIPES** (docente clases de negocios)

**Cuáles son las competencias del egresado de Columbus en Administración?:**

**Respuesta:** Hay varias áreas de estudio en Columbus:  
Finanzas, Mercadeo, Administración, Contabilidad, Sistemas informáticos y Maestrías

Todos los estudiantes toman clases de finanzas, de negocios, etc.

No importa cual clase de carrera de administración elija, todos los estudiantes deben tomar las clases básicas y después se concentran en su área específica.

Si el estudiante es administrador: toma una clase por semestre sobre teorías de motivación para el empleado.

**En cuanto a las empresas en Atlanta cuáles son los requerimientos o perfil para los profesionales en Administración de Empresas?:**

**Respuesta:** Debe tener un Perfil básico de negocios, capacidades en matemáticas, contabilidad, mercadeo, finanzas, recolección de datos, ser buen comunicador, buen orador, que hable con la gente, tener buen desempeño en comunicaciones.

**Cuál es la duración de la carrera?**

**Respuesta:** 4 años, el estudiante de tiempo completo (toma primero clases básicas), los dos primeros años: matemáticas, historia, ciencias, biología, química, idioma extranjero y posteriormente los estudiantes toman dos - 2 - años de asignaturas específicas

**Qué Bibliografía usa en sus clases?**

**Respuesta:** En mis clases de negocios tomo las Teorías de Autores como:

Abraham Maslow  
Michael Porter  
Frederick Herzberg  
John Kotter

**Cuál es la Misión, Visión y Principios para la carrera Administración de empresas?:**

**Respuesta:** Los docentes tenemos la libertad de enseñar los programas como cada profesor quiera. Sin embargo se sujetan a un esquema (qué es lo que necesita un estudiante aprender).



Los docentes se rigen por currículos nacionales, aunque tienen la libertad de enseñar con diferentes metodologías.

**Qué Entidad regula los currículos?**

**Respuesta:** Asociación Americana de Universidades y colegios de negocios (AACSB.edu) <http://www.aacsb.edu/>

Es la Agencia que regula el currículo en los Estados Unidos.

**Cuál es el Perfil del docente?**

**Respuesta:** Los profesores deben tener doctorado en el campo en que enseñan y adicionalmente, realizar investigaciones y actualizaciones constantes (anuales)

## **ENTREVISTA ANDRES JAUREGUI**

### **MISION Y VISION**

La misión de Columbus State University principalmente gira alrededor de educar a estudiantes para que sirvan como ciudadanos que ayuden a las empresas regionales. (Información en la página web de CSU)

### **PROCESO PEDAGÓGICO**

Primero los estudiantes deben tomar clases generales, las cuales no se contemplan en el College de Negocios (cultura general o formación general); al mismo tiempo se toman clases de negocios, dentro de las cuales hay áreas que son comunes a todos los estudiantes y áreas específicas como marketing, contabilidad, finanzas, negocios generales y manejo de información o sistemas de información.

### **CLASES**

Las clases generales están dentro de las áreas de los grupos de la A al grupo E, dentro de las cuales existen requisitos que los estudiantes deben cumplir. En estas áreas se ve la rigidez de CSU, pues no existe la posibilidad de evitar esas clases. Los estudiantes en estas áreas deben obtener un conocimiento general muy amplio porque lo que los estudiantes ven en el High School es mínimo.

A partir del área del grupo F, las clases generales de negocios son tales como: economía, contabilidad, aspectos legales de negocios, Excel y toma de decisiones. Todos los estudiantes deben tomar estas clases.

En el área G hay prerrequisitos y se ven las clases específicas como: Marketing, principios de finanzas, análisis cuantitativo, entre otras.

En las áreas de H hasta I, se ven las materias específicas de negocios, algunas de estas son obligatorias pero también se ven las electivas las cuales los estudiantes escogen siempre y cuando cumplan con ciertas horas.

### **SISTEMA DE REGISTRO AISIS**

En este sistema se llevan todos los registros académicos de los estudiantes, es su programa de software con el historial de los estudiantes.

### **PROYECTO DE GRADO**

No se hacen procesos de tesis, existen honores donde los estudiantes tienen que hacer proyectos en cada clase y al final hacen un proyecto relacionado con lo que está estudiando. Es una clase regular donde se hace este proyecto (simulación). En cuestión de maestrías y doctorados si se realiza la tesis.

## **PERFIL DEL ESTUDIANTE**

Se deben cumplir con ciertos parámetros tales como exámenes, donde se debe obtener un mínimo de 2,4 sobre 4 (puntaje relativamente bajo frente a otras Universidades del Estado de Georgia); otros exámenes que debe tener el aspirante son los de admisión, en los cuales se evalúa el nivel de inglés y matemáticas del estudiante y por último cumplir con los parámetros de la misión y la visión del administrador.

## **CRÉDITOS DE LA CARRERA**

El estudiante al final de la carrera debe obtener un total de 123 créditos donde 1 crédito equivale a 3 horas.

## **INTERNACIONALIZACION**

Existe un plan universitario de internacionalizar el campus. Actualmente están buscando la internacionalización tanto de adentro hacia afuera como de afuera hacia adentro.

## **MERCADO O COBERTURA**

De 35 universidades, CSU está en categoría 3 y están en busca de la categoría 2.

## **ENTREVISTA A SUNGWOO JUNG, PH. D DOCENTE DE MARKETING**

### **1. ¿Cuál es el enfoque que le da a la materia de mercadeo?**

**Respuesta:** El principal enfoque que se le da a esta materia se relaciona con la importancia del cliente-producto, antes de sacar el producto al mercado se debe establecer, estudiar y conocer el mercado objetivo, con el fin de establecer las necesidades del grupo de clientes.

### **2. ¿Para vender un producto que es lo primero que se debe conocer?**

**Respuesta:** Se debe pensar en el cliente y en el mercado que lo va a comprar antes de hacer un gran producto, si se concibe, se debe saber que le gusta al cliente, cuáles son sus necesidades, hoy en día la escala del mercado da como gran poseedor de la cima al cliente, pues de él depende la empresa, su estructura y lo más importante su permanencia en el mercado.

### **3. ¿Dentro de la temática de la clase cuales son los ejes fundamentales?**

Los ejes fundamentales de mercadeo son el comportamiento del cliente y la publicidad, pues de allí parte la concepción de cómo crear un producto, identificar para quién va dirigido y lo más importante conocer las necesidades

del entorno, que si bien es importante hay que hacer que la necesidad exista, es un tema complejo pero dinámico, las temáticas en marketing buscan solamente cómo ofrecer un gran producto a una sociedad que tenga dicho menester.

## CONFERENCIAS

### **Tema: Introducción a la iniciativa empresarial**

Existe un gran interés en el espíritu empresarial en los Estados Unidos y alrededor del mundo.

Según el estudio GEM 2010, 7,6% de los estadounidenses están participando activamente en la puesta en marcha de un negocio o es el gerente propietario de un negocio que es inferior a tres años de edad.

### **Empresas Salario sustitutos**

Empresas que, básicamente, ofrecen su propietario o propietarios de un nivel de renta similar a lo que sería capaz de ganar en un trabajo convencional.

### **Las empresas de estilo de vida**

Empresas que dan a su propietario o propietarios la oportunidad de seguir un estilo de vida particular y hacer su vida en ello.

### **Las empresas emprendedoras**

Las empresas que traen nuevos productos y servicios en el mercado mediante la creación y aprovechamiento de las oportunidades, independientemente de los recursos que actualmente controlan.

Las compañías pequeñas se sostienen con lo que producen las empresas grandes, se tienen que diligenciar varios documentos, y después de 3 años se puede colocar la empresa en funcionamiento.

Una corporación puede llegar a ganar 100 mil USD, estas compañías deben ir a la IRS, y ahí es donde le dan la clasificación al tipo de empresa, las cuales estos pagan un 0% de interés corporativo.

El comparativo entre la corporación autónoma y la que se encuentra registrada en la IRS son:

La autónoma va a tener un 70% de ganancia y la guiada por la IRS un 100%.

La autónoma paga impuesto corporativo y la IRS no paga.

En caso de quiebra de las compañías limitadas en Estados Unidos, como tienen un mayor número de socios, la responsabilidad será de todos los socios y no irá nadie preso por esta causa.

En 1985 había más de 259 clases de empresarialidad en todas las ciudades de Estados Unidos.

Hoy en día hay más de 200 universidades que ofrecen más o menos una clase de empresarialidad.

Una compañía recauda dinero para una universidad, para que ésta contrate a un profesor que les enseñe a los estudiantes sobre la importancia de crear empresa.

En Columbus State University existen 3 cursos primarios:

- Introducción a la especialidad: cualquier estudiante de la universidad sin importar la carrera puede tomar esta clase.
- Creación de un nuevo negocio o propuesta: es donde los estudiantes deben de tener un proyecto en clase el cual se basa en la creación de una compañía nueva.
- La administración de pequeños negocios: que tiene que ver del cómo manejar y administrar un negocio pequeño.

Estas tres clases son electivas, aparte de esto hay un cuarto curso que es la consejería a pequeños negocios, donde el estudiante aprende como aconsejar a empresarios para la creación de la misma

Como tal la Universidad de Columbus no tiene alguna asociación que apoye a los estudiantes en la creación de una empresa, pero si hay una entidad en la ciudad de Atlanta.

**Conferencista:** *Sungwoo Jung, PH.D. – Associate Professor of Marketing*

**Tema:** *Marketing*

Enseña negocios Internacionales, negocios públicos de administración y mercadeo

Se considera: WASP – White Anglo Sajón Protestante

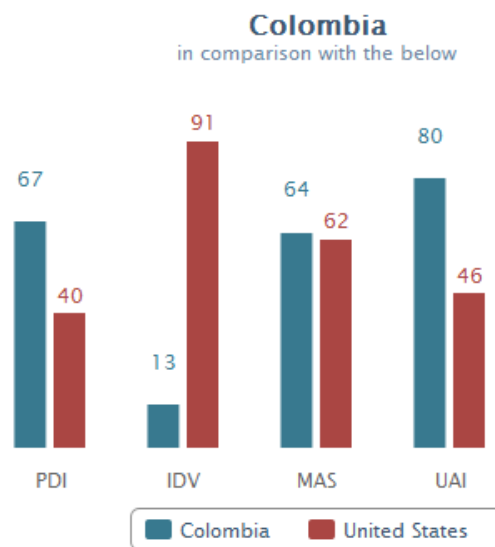
Nos enseñará diferencias entre Estados Unidos y Colombia y a su vez las diferencias entre Colombia y Corea del Sur

Variable	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA	COREA DEL SUR
Habitantes	300 millones	45 millones	48 millones
GDP – Gross Domestic Product = Producto Interno Bruto (PIB) x persona	45 mil dólares	13 mil dólares	30 mil dólares
Dólar	1 dólar	1800 pesos	1100 won

Religión	Protestante	Católica	Protestante / Budismo
Jerarquía	Igualdad de derechos	Igualdad de derechos	Hay mucho respeto por las personas adultas

Hay muchas diferencias entre Colombia y Estados Unidos, pero no hay muchas diferencias entre Colombia y Corea del Sur

Esto es lo que él enseña a sus estudiantes americanos en las clases de negocios internacionales<sup>18</sup>



Power distance

Individualism

Masculinity / Femininity

Uncertainty avoidance

Long term orientation

<sup>18</sup> <http://geert-hofstede.com/colombia.html>

Colombia es la barra azul y Estados Unidos la barra roja, se denota la distancia que hay entre los dos países

La jerarquía en los tres países es diferente, puede que él tenga una mejor posición al ser profesor, y los estudiantes tengan una posición baja o distante, pero en la mentalidad americana permite que las personas tengan relaciones más cercanas, en Corea del Sur, no se permite por el protocolo y la jerarquía, en América es más accesible

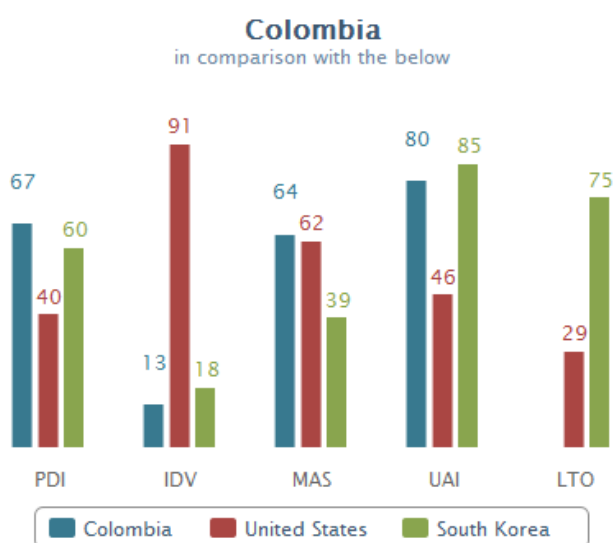
En Estados Unidos son más individualistas, el índice es el más alto del mundo: del 91%, Colombia tiene un 13% de individualismo.

Los procesos operacionales de una empresa pararían en Estados Unidos por una queja de alguna persona, mientras que en Corea del Sur o en Colombia, la individualidad no es tan respetada y el individuo tiene que sacrificar algo, si alguien se queja todo el mundo sigue adelante, pero en Estados Unidos el individuo es muy importante.

En Estados Unidos una tarjeta de negocios se entrega primero con el nombre de la persona, luego el cargo y la empresa a la cual pertenece, mientras que en Corea del Sur, lo importante es colocar primero el nombre de la empresa y en el último renglón el nombre de la persona, esto indica que en Estados Unidos se le brinda mayor importancia a las personas, el individuo en Corea del Sur no es tan apreciado.

El proceso de mercadeo en ambos países es diferente, porque en Estados Unidos le dan relevancia a la forma cómo se ve la persona, en Corea del Sur, hacen sentir que la gente te verá mejor con algo que compres

Colombia vs. Corea del Sur





Las dos culturas (Colombia – Corea del Sur) tienen mucha similitud, el ítem de UAI es similar entre ambos países, al querer evitar la inestabilidad económica.

El último ítem de orientación a largo plazo (LTO) no tiene el dato de Colombia porque no enviaron la información a tiempo.

El deporte más popular en Estados Unidos es el Softball, el 50% de la población miraría una final de éste deporte, mientras que el Soccer es el deporte popular en Corea del Sur y en Colombia y si hubiese una final al menos el 90% de la población se detiene a mirar el juego

El profesor Jung, enseña en sus clases, que todos en nuestras vidas somos tocados por los negocios internacionales; teniendo en cuenta que lo que consumimos a diario (comida, ropa, tecnología, etc.) proviene de varios países.

El profesor les recuerda mucho a los estudiantes la importancia de los negocios internacionales y el nivel global de las cosas.

¿Cuántas horas dedican los estudiantes a estudiar el idioma inglés en la escuela? A los americanos no les enseñan tampoco otra lengua como el español.

Hay muy pocas personas interesadas en aprender otra lengua, hay pocos americanos que sepan dos idiomas, otra diferencia es que en Estados Unidos solo utilizan un sistema métrico.

Otro aspecto es la población Baby boomer, nacidos entre 1946 y 1964, es una población que tendrá que ser sostenida por el gobierno y es una población envejeciente.

La educación y Sistema de Salud son eficientes en Estados Unidos, las personas aprenden de la vida en ese país.

Como conclusión: ¿Qué puedo hacer?

1. Open mind! - 7 billones de personas habitan el mundo, debemos tener una mentalidad abierta, tener retos.
2. English - Estudiar más inglés porque aunque a algunos no les guste el idioma, el inglés es el idioma mundial y más usado. Si se habla español se aprende inglés más fácilmente porque hay similitud en los dos idiomas
3. Awareness of world news, hay que saber lo que pasa en el mundo, tener mentalidad global, no solo pensar que somos colombianos

4. Culturaly literate, ser conocedores de culturas, no solo aprender inglés, sino aprender de la cultura americana, se debe tratar de aprender otras culturas
5. Global Citizen, somos ciudadanos del mundo
6. Noblesse oblige: La nobleza obliga, es una expresión francesa, entre mas educación se tiene más obligado se está a aprender cada día. Somos personas privilegiadas porque tuvimos la oportunidad de viajar a Columbus para aprender inglés y es algo que se debe transmitir a los amigos y familiares

### **Conferencista: Phill Cook TSYS**

#### **Tema: Servicio al cliente**

Dentro de la Conferencia ofrecida en CSU – Columbus State University, el día 05 de Julio de 2012 en el Auditorio Stanley Hall, se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos que debe una empresa exitosa respecto al Servicio al Cliente.

El nombre o marca de una empresa es sinónimo de reconocimiento, calidad, precio, posicionamiento, elegancia, nombre llamativo, etc. Adicionalmente a estas características, lo más importante es tener “Servicio al Cliente que se puede ofrecer al mercado”

52% de las personas que llenaron una encuesta manifestaron que ellos cambiarían de marca o de producto simplemente por el servicio al cliente que reciben, siendo esta una herramienta que se puede utilizar para ser un ente diferenciador en el mercado donde se encuentra.

Walmart es una gran compañía en los Estados Unidos al igual que Safeway, que ofrece los mismos productos (Hipermercados), si se hace la comparación, los artículos que vende Safeway son un poco más costosos en todo lo que vende.

¿Cómo entonces Safeway compite con Walmart? Si un cliente necesita comprar algún artículo en el supermercado, por ejemplo, un shampoo para el cabello y le pregunta a uno de sus empleados: ¿En qué pasillo encuentro el shampoo?; en vez de darle las indicaciones (derecho por este pasillo y luego a la izquierda); el empleado de Safeway lo lleva desde donde usted esta hasta donde se encuentran el producto y le aconseja cual es el más económico o cual es el que tiene mejor impacto en el mercado. En cambio si se hace el mismo ejercicio en Walmart, los empleados no suministran la información necesaria para la compra del producto ya que solamente le interesan las ventas.

Hay muchas empresas en el mundo que han tenido éxito y no ha sido por accidente, lo han obtenido gracias a su excelente servicio al cliente “si quieres ser el mejor, estudias lo mejor y serás el mejor”. Hay que escuchar al cliente, si

te dice que disfruta un producto en específico, la empresa debe concentrarse en eso, o si es una experiencia en especial se debería concentrarse en la experiencia en particular.

En otra encuesta realizada, el 80% de las personas encuestadas dijeron que cambiarán de empresa de acuerdo al trato brindado al momento de la compra del producto o del servicio prestado.

Por otro lado, hace algún tiempo las redes sociales no fueron tan relevantes, pero actualmente se puede dar a conocer una mala experiencia con alguna empresa por su mal servicio al cliente en Facebook, Twitter, o cualquier otra red social y esto perjudica el nombre de la empresa porque por lo general las cosas buenas no se comparten tanto como las malas experiencias. Hoy en día es muy importante que su compañía tenga una excelente reputación.

Ahora, cuando los clientes tienen muy buenas experiencias de atención en servicio al cliente, es más fácil mantenerlos que ganar nuevos clientes y si se puede mantener el 5% de los clientes actuales, la empresa puede llegar a crecer hasta un cien por ciento y lo más importante es que mantener clientes es menos costoso que tratar de ganar más clientes.

La relación cliente – empresa – precio, deben ir de la mano para llegar a tener éxito, el trato debe ser el mismo y especial, no solo para un cliente sino para todos los demás.

Uno de los ejemplos que expone el conferencista es la empresa Carulla, quien se ha especializado en un área y nicho de mercado en especial que han logrado tener un buen nombre para su compañía, como lo dice su lema “Un placer para todos los días” adicionalmente disponen a sus clientes un programa innovador de fidelización por puntos a los clientes para obtener beneficios, recompensas, y descuentos entre otros.

Como líderes de las compañías o encargados de la contratación del personal, es importante generar la cultura de servicio al cliente, otro ejemplo que se cita es, que cuando se tiene un buen empleado, se le encarga a éste que traiga a sus familiares o conocidos ya que consideran que es una buena estrategia para transmitir y mantener el Servicio al Cliente como lo es la cadena hotelera W-Marriott.

La empresa Zappos.com, es una empresa reconocida por sus ventas a través de Internet en los Estados Unidos, prefiere pagarles una indemnización hasta de tres mil dólares a los empleados que no se sientan a gusto con lo que hacen para desvincularlos y no tener un mal elemento que no aporte valor de servicio a los clientes ni a sus funciones.

La intención y el objetivo de Zappos.com no es ser reconocida como una empresa que vende zapatos por Internet, sino por ser reconocida como una empresa que ofrece un buen servicio al cliente.

El Servicio al Cliente debe ir acompañado de la calidad de los productos o servicios que se oferten en el mercado.

Adicionalmente podemos concluir que en cuanto a Servicio al Cliente debemos entender, que dependemos de nuestros clientes, así que:

“Trate a los demás como le gustaría que lo tratarán a usted”, la honestidad, el compromiso, la sinceridad son valores importantes que las empresas deben tener para incrementar sus ganancias. Para reafirmar a los clientes, se debe investigar por medio de encuestas periódicas las sugerencias, oportunidades de mejora, lo que realmente el cliente necesita o espera del producto o servicio, a medida que pase el tiempo se deben aplicar los ajustes necesarios que el mercado y los clientes indiquen o lo exijan.

## BENCHMARKING UNIMINUTO – CSU

### COLUMBUS STATE UNIVERSITY

Esta imagen corresponde a los salones de clase de CSU, su infraestructura es adecuada para recibir clases universitarias, además cada puesto cuenta con puertos USB, toma eléctrica, lo que permite recibir clases con computadores, Ipad y demás elementos electrónicos. El contenido de la clase es enviado por parte de cada docente con anterioridad, para que el estudiante tenga los conocimientos que se van a desarrollar en la clase.



Ilustración 3 salón de clases CSU

Esta imagen corresponde a un salón donde se reciben clases personalizadas, adicionalmente reciben las clases de sistemas donde cada estudiante lleva su computador.

Ilustración 4 salón de clases CSU pregrado



Esta imagen corresponde a un salón donde dictan clases más avanzadas, como por ejemplo en el contexto de UNIMINUTO, serian clases como Gerencia Estratégica, Seminario de Juegos Gerenciales entre otras, debido a que este escenario hace sentir al estudiante como verdadero gerente.

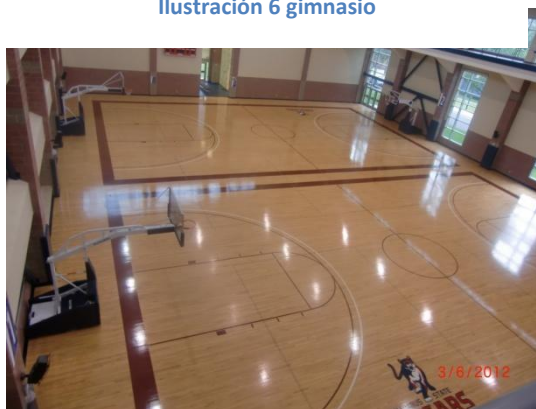


**Ilustración 5 salón de clases postgrado**

Estas imágenes corresponden a una parte del gimnasio, la cancha de baloncesto y la piscina donde los estudiantes pueden aprovechar su tiempo libre, haciendo ejercicio:



**Ilustración 6 gimnasio**



**Ilustración 7 canchas baloncesto**

Esta imagen corresponde a una clase de ingles que reciben los estudiantes tanto de CSU como los estudiantes que van en el programa de internacionalización. El salón esta adecuado con un reproductor de imagen y de sonido, permitiendo al estudiante tener una mejor visualización durante las clases:



Ilustración 8 salón de clases

Esta imagen corresponde al medio de transporte que utiliza la universidad para sus estudiantes y visitantes:



Ilustración 9 transporte

Esta imagen corresponde a un comparativo de un punto ecológico utilizado por CSU y UNIMINUTO, donde el valor agregado podemos ver que la bolsa transparente facilita el reciclaje.

CSU



UNIMINUTO



### UNIMINUTO

Al día de hoy la Corporación Universitaria Minuto de Dios cuenta con una sede principal y varias sedes regionales denominadas CERES. A continuación se realizará un desglose general de las disposiciones de la planta física de la Universidad Minuto de Dios sede principal.

#### Sede Principal



Ilustración 10



No.	PREDIO	DIRECCION	TENENCIA	AREA CONSTRUIDA	CAPACIDAD ADMINISTRATIVOS	CAPACIDAD SILAS	CAPACIDAD DISPONIBLES ALUMNOS		TOTAL CAPACIDAD MAXIMA ALUMNOS
							A DIURNA	A NOCTURNA	
1	LOTE 72 - EDIFICIOS SEDE PRINCIPAL (Etapas 1, 2 y 3)	DG 81C 72B 81	PROPIO	23.287,58	318	5380	5380	5380	10760
	ED. PADRE RAFAEL GARCIA HERRERA	Etpa 1 y 2		6.611,58	110	1580			
	ED. PADRE EGO JARAMILLO	Etpa 3		6.656,00	66	1900			
	EDIFICIO JUAN EUDES	Etpa 4		10.000,00	140	1900			
2	LOTE 71 - FACULTADES	KR 73 83 29	PROPIO	805,30	120				
	OFICINAS LOTE FACULTADES	Int1		600,00	120				
	FUNDASES	Int8 - 9 - 10		205,30					
3	SEDE CALLE 90 - Acapulco		PROPIO	3.475,50	44	1800	1800	1800	3600
6	SEDE CL 90	CL 99 87 A 50	PROPIO	3.356,30	30	1800			
8	CASA CL 90	CL 90 87 69 AP 101, AP 10	PROPIO	119,20	14				
4	EDIFICIO CARLOS ACOSTA	CL 80 92 51	PROPIO	798,70	5	330	330	330	660
5	INFORMATICA Y TELECOM	DG 81C 72B 48	PROPIO	117,80					
6	INSTITUTO BIBLICO PASTORAL	KR 73 81 52	PROPIO	90,00	6				
7	INVESTIGACION Y DESARROLLO	CL 81 81S 72B 59	PROPIO	88,50	25				
8	EDIFICIO FACULTAD DE INGENIERIA	CL 81 B73 45	PROPIO	780,00	180				
9	CASA EUDISTA	DG 81C 72B 08	PROPIO	130,00	7				
10	BENESTAR SEC. 1	CL 81 81S 73 03	PROPIO	183,55	20				
11	CASA SECTOR 1 - 3	KR 73 81S 81 34	PROPIO	90,00	16				
12	SEDE ALTERNATIVA	Collegio. Manu. 09 Di. 05	ARRIENDO			1600		1600	1600
13	FACULTAD DE ADMINISTRACION	CL 81 73A 14/CL 81 73 24	ARRIENDO	330,00	45				
14	MUSEO TEATRO	KR 74 82A 81	COMODATO	1.450,00	5	656	656		656
15	CENTRO DE IDIOMAS ROCHE RE	KR 73 82A 05	COMODATO	138,64	8				
16	OFICINAS PARA FACULTADES	AV CL 8072 92	ARRIENDO	300,00	80				
		TOTALES		32.043,77	849	9788			17.278

Tabla 1<sup>i</sup>

Los salones de pregrado cuentan con los instrumentos básicos.



Los salones de postgrado que se encuentran ubicados en el 6 piso cuentan con televisores.



Las salas de informática:



Además existen programas de recolección de basuras.



## Sedes CERES

No.	PREDIO	DIRECCION	TENENCIA	AREA CONSTRUIDA	CAPACIDAD SILLAS	JORNADAS DISPONIBLES ALUMNOS			TOTAL CAPACIDAD MAXIMA ALUMNOS
						JORNADA DIURNA	JORNADA TARDE	NOCT. O SABADO	
1	SOACHA			5.120,00	2.370	2.370	870	2.370	5.610
	Sede Centro	Cr 7 No 8-24	ARRENDADO	505,00	170				
	Sede Via Aerea	Bq 6 B & No 5-95	PROPIO	1.415,00	700				
	Sede Etapas 2 y 3	Bq 6 B & No 5-96	PROPIO	3.200,00	1.500				
2	GIRARDOT			5.000,00	1.500			700	700
	Sede Centro	KR 7383-29	ARRENDADO	700,00	300				
	Sede Aeria - Colegio Presentación		ARRENDADO	800,00	400				
	Edificio Girardot Etapa 1	Cr 10 No 36-60	PROPIO	3.500,00	800	800		800	1.600
3	VILLAVICENCIO			2.800,00	820	820		820	1.640
	Sede Centro	Cr 40 No 33A-32	ARRENDADO		700				0
	Sede Agroecología		PROPIO		120				0
4	SEDE BOGOTÁ SUR			5.000,00	2.100	2.100		2.100	4.200
	Sede Edificio Laboratorios		PROPIO	3.000,00	1.500				
5	BELLO			3.500,00	2.000	2.000		2.000	4.000
	Edificio de atlas		PROPIO	5.400,00	1.600	1.600		1.600	3.200
6	CALI			2.000,00	800	600		600	1.200
	POPAYAN			1.800,00	400	400		400	800
	CERES ANTIOQUIA	(9 Municipios Antioquia)	CONVENIO	5.000,00	2.000			2.000	2.000
	CERES CUNDINAMARCA	(9 Municipios Cundinamarca)	CONVENIO	3.000,00	1.800	1.400		1.300	2.700
	Edificio de atlas Zipa		PROPIO	2.000,00	700	700		700	1.400
	CERES MITU			300,00	100			100	100
	CERES LEONARDO			1.800,00	900	900		900	1.800
	CERES CHINCHINA			800,00	180			180	180
	CERES BUENAVISTA			800,00	220			220	220
	<b>TOTALES</b>			<b>38.120,00</b>	<b>14.990,00</b>				<b>31.350</b>

## **Información general**

### **Constitución de los Estados Unidos<sup>19</sup>**

La Constitución tiene siete artículos originales, y veintisiete enmiendas.

El Preámbulo establece:

NOSOTROS, EL PUEBLO de los Estados Unidos, a fin de formar una Unión más perfecta, establecer Justicia, afirmar la tranquilidad interior, proveer la Defensa común, promover el bienestar general y asegurar para nosotros mismos y para nuestros descendientes los beneficios de la Libertad, ordenamos y establecemos esta Constitución para los Estados Unidos de América.

#### **Artículo I: El Poder Legislativo**

El **Artículo I** establece el poder legislativo del Gobierno, el Congreso de los Estados Unidos, incluyendo la Cámara de Representantes y el Senado. El Artículo establece la forma de elección y calificaciones de los miembros de la Cámara y del Senado. Además, estipula el debate libre en el Congreso y limita el comportamiento egoísta de miembros del Congreso, perfila el procedimiento legislativo e indica los poderes del poder legislativo.

#### **Artículo II: El Poder Ejecutivo**

El **Artículo II** describe la Presidencia (poder ejecutivo): procedimientos para la selección del presidente, los requisitos para acceder al cargo, el juramento que se debe prestar, y los poderes y deberes de la oficina. También establece la oficina del vicepresidente de los Estados Unidos, y especifica que el vicepresidente sucede en la presidencia en caso de incapacidad, muerte o dimisión del presidente, aunque no quedó claro si esta sucesión es temporal o permanente. En la práctica, esto se trató siempre como sucesión, y la 25ª enmienda estipula explícitamente la sucesión. El Artículo II también regula el juicio político (*Impeachment*) y la remoción del cargo de los oficiales civiles (el presidente, el vicepresidente, los jueces, y otros).

#### **Artículo III: El Poder Judicial**

El **Artículo tercero** describe el sistema judicial (poder judicial), incluyendo el Tribunal Supremo de los Estados Unidos. El artículo requiere que haya una corte llamada el Tribunal Supremo. El Congreso, a su discreción, puede crear

---

<sup>19</sup>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Constituci%C3%B3n\\_de\\_los\\_Estados\\_Unidos#Art.C3.ADculos\\_de\\_la\\_Consttuci.C3.B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Constituci%C3%B3n_de_los_Estados_Unidos#Art.C3.ADculos_de_la_Consttuci.C3.B3n)

cortes inferiores, cuyos juicios y órdenes pueden ser revisados por el Tribunal Supremo. El Artículo III también requiere la participación de un jurado en todos los casos criminales, define el crimen de traición, y encarga al Congreso establecer un castigo para él.

#### **Artículo IV: Los poderes del Estado y límites**

El **Artículo IV** describe la relación entre los estados y el Gobierno federal y entre los propios estados. Por ejemplo, esto requiere que los estados den "total fe y crédito" a los actos públicos, registros y procesos de otros estados. Permite al Congreso regular la forma de probar tales actos, registros o actas, y los efectos de los mismos. La cláusula de "privilegios e inmunidades" prohíbe a gobiernos estatales discriminar a los ciudadanos de otros estados en favor de ciudadanos residentes (por ejemplo, imponiendo penas mayores a los residentes de Ohio condenados por crímenes cometidos en Míchigan).

#### **Artículo V: Proceso de enmienda**

El **Artículo V** describe el proceso necesario para reformar la constitución. Establece dos métodos de proponer enmiendas: por el Congreso o por una convención nacional solicitada por los estados. Con el primer método, el Congreso puede proponer una enmienda con los votos de dos tercios (de un quórum, no necesariamente de toda la cámara) del Senado y de la Cámara de Representantes. Con el segundo método, los cuerpos legislativos de las dos terceras partes de los estados pueden convocar y obligar al Congreso a convocar una convención nacional, y el Congreso debe convocar esa convención con el fin de considerar las enmiendas propuestas. Hasta 2008, solamente se ha utilizado el primer método —propuesta del Congreso.

Una vez propuestas —bien por el Congreso o por las convenciones nacionales— las enmiendas deben ser ratificadas por las tres cuartas partes de los estados para que tengan efecto. El Artículo V otorga al Congreso la opción de requerir ratificación por los cuerpos legislativos de los estados o por convenciones especiales convocadas en los estados. El método de ratificación por convención sólo se ha utilizado una vez (para aprobar la Vigésimoprimer Enmienda). El Artículo cinco actualmente sólo impone una limitación al poder de enmienda-ninguna enmienda puede privar a un estado de su representación igual en el Senado sin el consentimiento de ese estado.

El nombre "enmienda". Se entienden por *ammendment* , posteriormente puede ser integrada en el articulado de la ley, si se llega a aprobar un texto refundido. Texto adicional a la Constitución, que posee distinta numeración que los *artículos* de la misma

#### **Artículo VI: Poder Federal**

El **Artículo VI** establece a la Constitución, las leyes adoptadas y tratados de los Estados Unidos concluidos de acuerdo con ella, como la **ley suprema** en todo el territorio nacional, y que "los jueces de todos los estados estarán vinculados

por la misma, a pesar de cualquier cosa que establezcan al contrario las leyes o las constituciones de los estados".

### **Artículo VII: Ratificación.**

El **Artículo VII** fija los requisitos para la ratificación de la Constitución. La Constitución no entraría en vigor hasta que por lo menos nueve estados la ratificaran en convenciones estatales especialmente convocadas para tal objetivo.

### **PUBLICACIONES CSU:**

Heriot, Kirk C., Leo Simpson , & Harriet Stephenson (2012). Using Adjunct Faculty to Teach Entrepreneurship at an AACSB – Accredited Business Program: Synergies and Opportunities. Small Business Institute ® Journal, 8(1), 47-60.

Campbell, N., Heriot, K., Jauregui, A., Mitchell, D. (2012). Which State Policies Lead to Small U.S. Firm Death Analysis with the Economic Freedom Index. Journal of Small Business Management, 50(1), 87-104.

Heriot, Kirk C. and Noel D. Campbell (2011). –Firm Size as a Determinant of Export Propensity: An Empirical Study d., of South Carolina Firms. Southern Journal of Entrepreneurship, 4(2), 87-96.

Campbell, Noel D., Alex Fayman, and Heriot, Kirk C. (2011). Growth in Number of Firms and the Economic Freedom Index in a Dynamic Model of the U.S. States. Journal of Economics and Economics Education Research. 12(2), 51-64.

Campbell, Noel D., Alex Fayman, and Heriot, Kirk C. (2010). Including U.S. State Government Regulation in the Economic Freedom of North America Index. Journal of Private Enterprise. XXV(2),165-186.

Carter, F., Heriot, K. (2010). Instructor's Notes for The Shoppes at Riverside. Journal of the International Academy For Case Studies, 15(2), 103-113.

Carter, F., Heriot, K. (2010). The Shoppes at Riverside. Journal of the International Academy for Case Studies, 16(1), 109-120.

Campbell, Noel D., Andres Jauregui, and Heriot, Kirk C. (2010). State Regulatory Spending: Boon or Brake for New Enterprise Creation and Income? Economic Development Quarterly. 24(3), 243-250., August 2010.

Heriot, Kirk C. and Thomas Loughman (2009). Resolving the Planning Conundrum in New Venture Creation: An Adaptation of Mintzberg's Strategy Formation Perspective. Journal of Applied Management and Entrepreneurship 14(4), pp. 14-24.

Campbell, Noel D., Tammy M. Rogers, and Heriot, Kirk C. (2009). The Economic Freedom Index as a Determinant of Firm Births and Firm Deaths. *Southwest Business and Economics Journal*, 16, 37-50

Parker, Richard D. and Heriot, Kirk C. (2009). Introducing the Study of Canada Into International Business Programs. *Academy of Educational Leadership Journal*. 13(3)

Heriot, Kirk C., Neal Thomson, and Stephanie Bardwell (2008). Call to Duty: What Every Small Business Owner Should Know About USERRA. *Small Business Institute @Journal*, 2, 79-102

Heriot, Kirk C., Ron Cook, Rita Jones and Leo Simpson (2008). The Use of Student Consulting Projects as an Active Learning Pedagogy: A Case Study in a Production / Operations Management Course. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*. 6(2), pp. 463-481.

Campbell, Noel D., Andres Jauregui, and Heriot, Kirk C. (2008). Housing Prices and Economic Freedom. *The Journal of Private Enterprise*. Vol.23 (2), pp. 1-17.

Poff, J. Kent, Heriot, Kirk C., and Noel D. Campbell (2008). Re-Examining Firm Size and Exporting: An Empirical Analysis of SC Firms. *Journal of Small Business Strategy*, 19(1), 69-79

Heriot, Kirk C., Ronald G. Cook, Leo Simpson, and Richard D. Parker (2008). The Use of Micro Student Consulting Projects as an Alternative to Traditional Field-Based Student Consulting Projects: An Exploratory Study. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 59-74.

Heriot, Kirk C., Ronald G. Cook, Charles Matthews, and Leo Simpson (2007). Creating Active and High Impact Learning: Moving Out of the Classroom with Field-Based Student Consulting Projects. *Industry and Higher Education*., Vol. 21(6)

Campbell, Noel D., Heriot, Kirk C., and Dianne Welsh (2007). The Black Box: Unraveling Family Business Succession. *New England Journal of Entrepreneurship* Volume 10(2), pp. 9-14

Heriot, Kirk C., and Leo Simpson (2007). Establishing a Campus-Wide Entrepreneurial Program in Five Years: A Case Study. *Journal of Entrepreneurship Education*. Volume 10, pp. 25-42

Heriot, Kirk C., and Campbell, Noel D., (2006). Searching for Wortman's Rural Economic Development Zones: A Case Study of Three Rural Electric Cooperatives. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Volume 11, No. 3, pp. 233-253.

Heriot, Kirk C., Noel D. Campbell, and R. Zachary Finney (2006). In defense of silos: An argument against the integrative undergraduate business curriculum., *Journal of Management Education*. Vol. 30, No. 1, pp. 316-332.

Heriot, Kirk C. and Noel D. Campbell (2005). Creating a New Program In Entrepreneurship Education: A Case Study in Colombia. *New England Journal of Entrepreneurship*. Volume 8, No. 1, pp. 65-74.

Heriot, Kirk C. (2005). Assessing the South Carolina Firm's Ability to Export: An Analytical Framework to Barriers to Foreign Market Entry. *Palmetto Review*, Vol. 8, pp. 3-10.

Fugate, Douglas, Kirk C. Heriot, and Raja Bhattacharya (2005). Microenterprises in the Kingdom of Nepal: On the Path to Economic Development. *The Virginia Review of Asian Studies*, Volume VIII, Fall 2005. Pp. 191-207.

Heriot, Kirk C., Noel D. Campbell, and R. Zachary Finney (2004). Omitted Variable Bias in the Link Between Planning and Performance. *New England Journal of Entrepreneurship*. Vol. 7(2), 27-31.

Heriot, Kirk C. and Robert Hatfield, (2004). A Framework for Assessing the Need For Legal Readiness in Small and Entrepreneurial Firms. *Entrepreneurial Executive*. Vol. 9, 204, pp. 17-30.

Heriot, Kirk C. and Noel D. Campbell (2004). Starting a Small Business Outreach Program: The Experience of a Small Southeastern University. *Coastal Business Journal*. Vol. 3, No. 1, pp. 36-46.

Heriot, Kirk C. and Noel D. Campbell (2002). Starting New Small Business Institute Programs: A Survey of New Programs Begun Since 1996. *Journal of Small Business Strategy*., Vol. 13, No. 2, p. 90-96.

Heriot, Kirk C., Eileen A. Hogan and Noel D. Campbell (2002). Positioning Your MBA Program to Meet the Needs of Your Students: One Size Does Not Fit All. *Pennsylvania Journal of Business & Economics*, Vol. 9, No. 1. Pgs. 11-26.

Kulkarni, Subodh P. and Kirk C. Heriot, 2001. The influence of the type of uncertainty on the mode of international entry; *American Business Review*, Vol. 19, Issue 1; pgs. 94- 101.

Heriot, Kirk C. Kulkarni, Subodh P. 2001. The Extent of Use of Intermediate Sourcing Strategies. *The Journal of Supply Chain Management*. Winter, 2001.

Powell, C. Michael with Kirk C. Heriot, 2000. The Interaction of Holistic and Dyadic Trust in Social Relationships: An Investigative Theoretical Model. *Journal of Social Behavior & Personality*, September Vol. 15, No. 3, p. 387-398.



Kulkarni, Subodh P. and Kirk C. Heriot. Transaction Costs and Information Costs as Determinants of the Organizational Form: A Conceptual Synthesis. *American Business Review*. June, 1999.

St. John, Caron H. and Kirk C. Heriot. JIT Purchasing: Buying from Small Suppliers. *International Journal of Purchasing and Materials Management*. Winter, 1993.

## ***MATRICES***

### ***Anexo 1 (Excel)***

## **CONCLUSIONES**

### ***Globalización de la educación***

La globalización impone a la educación, en particular a la educación superior, el reto de cambiar el rol del docente, este tiene que ser un creador de conocimiento y un profesional capaz de convertir, la información en conocimiento útil.

Algo que logramos observar en Atlanta es que el perfil del docente, es muy exigente de lo que se observa en Colombia, ellos deben tener como mínimo un título de doctorado y realizar una publicación, para estar permanentemente actualizados, ante la entidad que los regula.

### ***Contexto internacional***

A partir de la experiencia vivida en COLUMBUS STATE UNIVERSITY, podemos observar que la internacionalización es una buena oportunidad para ampliar la visión del estudiante y de la Universidad,

En otras Universidades, este programa es enfocado a los estudiantes de alto nivel, como un premio a su buen desempeño, esto beneficia tanto al participante del programa como a la Universidad. Debido a que las personas enviadas a EE UU, obtienen un título que les contribuye a su vida profesional.

Observamos que la exigencia de inglés, en este tipo de programas es muy importante y necesario porque el estudiante puede aprovechar mucho las clases, conferencias y demás actividades realizadas, una de las posibles opciones de mejora es la metodología usada en las clases de inglés, ya que son clases más didácticas, totalmente en inglés, donde se utilizan juegos y dinámicas que exigen al estudiante interactuar con el idioma.

## ***Conclusiones de las matrices***

Observando la comparación realizada entre las instituciones de educación superior de Uniminuto y CSU, se puede evidenciar el esfuerzo que se ha hecho para mejorar la infraestructura en el Minuto de Dios, también se debe tener en cuenta que el campus de CSU es muy extenso y está adaptado para que los estudiantes vivan allí durante el período académico (semestre), por esta razón tiene diversos espacios en los cuales los estudiantes pueden aprovechar su tiempo libre, cada semestre la universidad se convierte en su hogar, permitiendo así un intercambio cultural entre las diferentes nacionalidades que allí se encuentran.

Uniminuto ha estado implementando ambientes de aprendizaje como por ejemplo el cuidado ambiental, es necesario crear una cultura que les permita a todos los estudiantes identificarse con su institución y cuidarla.

En el área académica, estudiando las matrices y después de realizar las entrevistas, se concluye que teniendo en cuenta las culturas americana y colombiana, los modelos educativos son diferentes, por ejemplo los estudiantes norteamericanos deben ver materias básicas durante dos años e interactuar durante este tiempo con los estudiantes de otras carreras, paso seguido, durante los próximos dos años se enfocarán en su especialidad, este método puede ser muy eficaz para evitar la deserción, porque brinda al estudiante el tiempo necesario para conocer la verdadera vocación y decidir el camino por el cual quiere seguir su vida académica y profesional.

Durante la realización de las entrevistas, la mayoría de docentes concuerdan con que es necesario desarrollar un pensamiento crítico y esto se hace por medio de la lectura y la escritura de ensayos, se comentó que al igual que Colombia, la juventud está teniendo problemas para escribir y por esta razón es necesario resaltar que en UNIMINUTO se debe tomar en el primer semestre materias que permiten desarrollar las capacidades de comunicación escrita y oral, como también identificar las falencias y errores en este campo tan importante para ser un egresado según el perfil expuesto anteriormente.

Comparando las materias, se observa que en CSU, cambian el nombre de algunas asignaturas, lo cual genera un bienestar a la población estudiantes, que salen egresados del colegio (High School) y que tienen paradigmas sobre las materias básicas como estadística, matemáticas, física etc.

También se debe tener en cuenta los contextos y el entorno de cada universidad, lo cual hace cambiar algunos métodos de enseñanza por razones culturales, o por las leyes que rigen cada país.

En el caso de materias como legislación, contabilidad o emprendimiento, se ven afectadas directamente por la leyes de los países, en el caso de Estados

Unidos hay que tener en cuenta la legislación de cada estado (son 50 en todo el país), por esta razón hay que poner en el contexto las normas en cuanto al manejo de las instituciones.

En asignaturas que aunque el nombre en cada universidad varía, la temática es similar, como por ejemplo en fundamentos de administración, análisis financiero y mercadeo y gracias a las bases dadas por UNIMINUTO, se tiene la capacidad y el pensamiento crítico para opinar en las conferencias y exponer con fundamento las ideas a los docentes norteamericanos.

Es muy importante que una electiva como comercio exterior, sea una materia obligatoria en Uniminuto, porque estamos siendo avocados a que muchos países están realizando acuerdos y todos los administradores debemos saber y conocer el entorno en que se están desarrollando los negocios, consideramos que se debe ampliar el horizonte y ver oportunidades de negocio a nivel mundial y no solo nacional.

## **CONCLUSIONES Y REFLEXIONES**

Basados en la experiencia y en la oportunidad que tuvimos al interrelacionarnos con los conferencistas, quienes hacen parte del grupo de docentes de la Universidad de Columbus, a continuación presentamos algunas conclusiones:

1. El proceso de internacionalización además de contribuir con la calidad de UNIMINUTO y de sus distintos programas y procesos académicos, beneficia a la comunidad educativa en su formación, ya que esta experiencia brinda a los participantes vivencias de diferente índole que le permiten desarrollar los distintos niveles de análisis, que producen un incremento cognitivo al pasar de una visión nacional a una internacional y global.
2. Favorece el desarrollo de las habilidades requeridas para el pensamiento intercultural, pensamiento comparativo, capacidad de diferenciación y resolución de problemas, promoviendo en el estudiante diferentes tipos de conocimientos, basados en aspectos relevantes tales como:
  - tema interdisciplinario
  - otras culturas
  - auto reflexión sobre la propia cultura
  - la capacidad de diferenciar, adaptarse
  - ajustarse a otros sistemas de pensamiento

3. La estructura de los contenidos del programa de Administración de Empresas de UNIMINUTO, no cuenta con aspectos internacionales tanto en los cursos principales como en los electivos, es clara la necesidad de la inclusión de una o más ventanas hacia la movilidad internacional para efectuar un periodo de estudios, de práctica o de investigación en el extranjero, la cual se consideraría un reto para el estudiante de manera académica, ya sea como una alternativa de intercambios firmado por la universidad o como base a proyectarse en una “movilidad libre” por iniciativa del estudiante.
4. La internacionalización de los estudios ya no es algo opcional, pues se ha convertido en una dimensión esencial para el desarrollo en todas las universidades debido al ámbito competitivo en el cual funcionan todas las disciplinas a todos los niveles de las titulaciones.
5. UNIMINUTO y la Facultad de Ciencias Empresariales han realizado un gran esfuerzo, al permitir que gran número de estudiantes de sus programas académicos tengan la oportunidad de realizar sus prácticas profesionales y su proyecto de grado por medio de la internacionalización y al tener la experiencia de conocer otro estilo de vida y otras culturas, se amplía la visión del profesional y permite que cada estudiante amplíe sus expectativas e identifique qué competencias le hace falta para ser competitivo y para ser un egresado que cumpla con el perfil de UNIMINUTO y permitiéndole así cumplir con su proyecto de vida y lograr las metas que se proponga aportándole a las empresas en las que se desempeñe o en su propia empresa.

## RECOMENDACIONES

- En el proceso de internacionalización deben implementarse parámetros, reglas y requisitos claros, que permitan a todos los interesados en participar en los programas de movilidad internacional, contar con los requisitos en los tiempos establecidos, lo cual garantizará a la institución la efectividad del proceso al hacerse elegible como Practica Profesional o como Opción de Proyecto de Grado.
- Es necesario que el contenido temático de las visitas empresariales sea acorde con el programa específico de formación de los estudiantes, ya que se evidenció que las temáticas no apuntaron a brindar experiencias del campo de acción a los educandos de las diferentes carreras que participaran de ellas.
- Sobre las competencias del manejo del idioma inglés, Uniminuto debe generar en los estudiantes la necesidad de reconocer la importancia en la preparación, conocimiento y aprendizaje de otro idioma fuera del nativo, para vivir y trabajar en un mundo complejo, cada vez más interdependiente y multicultural, donde el estudiante a partir de un reconocimiento sobre otra cultura, idiomas y lenguas, pueda adquirir experiencias internacionales que permitan a los estudiantes continuar con sus estudios en universidades extranjeras.

Para crear esta conciencia y necesidad de aprender inglés, se considera viable que un tema de las asignaturas dadas durante el semestre, se brinde en inglés, lo cual podría crear al comienzo un poco de conflicto, pero a futuro, UNIMINUTO tendrá estudiantes que podrán desempeñarse en cualquier lugar, tendrán conciencia y una visión global, así se podrá generar país y mejorar la calidad de vida de los egresados y de la sociedad con la cual ellos interactúan.

- Puesta en función de una casa internacional para estudiantes y académicos extranjeros.
- Elaborar bancos de datos de información sobre oportunidades de estudio en el extranjero.
- Generar la facilidad de oportunidades a los estudiantes para efectuar prácticas profesionales en empresas internacionales.
- Buscar convenios que le permitan a los estudiantes permanecer más tiempo realizando sus estudios, en el caso de Estados Unidos, es necesario interactuar con los estudiantes, asistir a clases con ellos, para así aprovechar al máximo la oportunidad de viajar, estudiar en la universidad y así mejorar el nivel inglés, crear contactos que en un futuro podría ser útiles para los estudiantes y para la institución.

## BIBLIOGRAFIA

PCP, programa curricular Administración de empresas UNIMINUTO, facilitado por: Docente Roque Rodríguez

Principios del programa

[http://www.columbusstate.edu/aboutus/strategic\\_plan.php#values](http://www.columbusstate.edu/aboutus/strategic_plan.php#values)

Internacionalización:

[http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/degrees\\_specprogs.php#CIE](http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/degrees_specprogs.php#CIE)

Acreditación <http://cobcs.columbusstate.edu/accreditation.php>

Programas académicos:

[http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/degrees\\_online.php](http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/degrees_online.php)

Perfil del aspirante

[http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/degrees\\_genreqs.php](http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/degrees_genreqs.php)

Asignaturas:

[http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/reqs/cobcs\\_bbamgmt.php](http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/reqs/cobcs_bbamgmt.php)

Proceso de admisión:

<http://academics.columbusstate.edu/catalogs/current/admissionug.php>

Constitución de Estados Unidos de América:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Constituci%C3%B3n\\_de\\_los\\_Estados\\_Unidos#Art.C3.ADculos\\_de\\_la\\_Constituci.C3.B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Constituci%C3%B3n_de_los_Estados_Unidos#Art.C3.ADculos_de_la_Constituci.C3.B3n)

---