



*Asociación Mexicana de Educación
Continua y a Distancia, A.C.*



**Universidad
de Guadalajara**

MEMORIA

**Del XI Congreso Internacional de Educación Continua
y a Distancia:**

“Inclusión de la Innovación Tecnológica y Marketing en la Educación Continua con Responsabilidad Social”

**Organizado por la Asociación Mexicana de Educación Continua y
a Distancia, A. C., en conjunto con la Universidad de Guadalajara**

1 y 2 de octubre de 2015

Guadalajara, Jalisco, México



XI

CONGRESO INTERNACIONAL AMECYD



GUADALAJARA, JALISCO, MÉXICO

1 y 2 de octubre 2015

Inclusión de la innovación tecnológica y marketing en la Educación Continua con responsabilidad social

- ▶ Retos y expectativas de la Educación Continua
- ▶ Proyectos educativos para la generación *Millennial*
- ▶ Estrategias de marketing educativo
- ▶ Responsabilidad social en la formación
- ▶ Evaluación y acreditación en la Educación Continua

Informes:

<http://amecyd.uaemex.mx> · congresoamecyd@uaemex.mx
Teléfonos: 01 722 215 86 71 / 01 722 215 86 97



AMECYD A.C.



@AMECYD_mx

— PONENCIAS Y TALLERES IMPARTIDOS POR —



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

EDULÍNGUA
Laboratorio di linguai e cultura italiana



CENTRO NACIONAL
DE EVALUACIÓN PARA
LA EDUCACIÓN SUPERIOR, A.C.



ESCUOLA
EUROPEA
DE NEGOCIOS



UOC
Universitat Oberta
de Catalunya



SERIOUSPLAY™



Microsoft

Google™
for Education

Presentación

Debatir acerca de la implementación de estrategias de marketing e innovación tecnológica en la educación continua y a distancia fue el objetivo que enmarcó las actividades del XI Congreso Internacional de la Asociación Mexicana de Educación Continua y a Distancia (AMECYD), realizado los días 1 y 2 de octubre de 2015, en esta ocasión teniendo como institución anfitriona a la Universidad de Guadalajara.

La AMECYD logró conjuntar a un grupo internacional de expertos de los ámbitos educativo y empresarial para propiciar un intercambio de conocimientos y experiencias, en torno a la situación actual y a los posibles escenarios a mediano y largo plazos de la educación continua y a distancia.

En esta decimoprimer edición del Congreso se contó con la participación de empresas con presencia global tales como **Microsoft, Google y Lego**, así como de instituciones educativas internacionales como la **Universidad Oberta de Catalunya, España**; la **Escuela Europea de Negocios**, y el **Laboratorio de Lengua y Cultura Italiana (Edulingua)**, además de nuestras instituciones afiliadas, quienes durante dos intensos días interactuaron mediante conferencias, ponencias, talleres y un panel de expertos.

El Congreso estuvo organizado en los siguientes ejes temáticos: a) Retos y expectativas de la Educación Continua; b) Proyectos educativos para la generación *Millennial*; c) Estrategias de *marketing* educativo; d) Responsabilidad social en la formación, capacitación y actualización; e) Evaluación y acreditación en la educación continua.

Este ejercicio se convirtió en un espacio idóneo para dar continuidad a las acciones de las instituciones de educación superior interesadas en la consolidación de la educación continua y a distancia, una educación de vanguardia pensada para cubrir necesidades sociales en un contexto de globalización. En las siguientes páginas, presentamos sus resultados con la firme convicción de que el análisis de los trabajos

presentados sirva de base para propiciar mayor conocimiento y sean material de apoyo para estudiantes, académicos e investigadores de la educación superior pero sobre todo de la educación continua y a distancia.

Dr. en Quím. Rafael López Castañares,
Presidente de la AMECYD, A. C.



Ponencias en extenso



Propuesta de proyecto de adopción y mejora continua de procesos aplicable a la difusión de servicios en educación continua

Eje temático: Estrategias de marketing educativo.

Nubia Lizbeth Marina Fernández Grajales

Agradecimientos

Este trabajo ha sido posible gracias a la I.Q. Adela Castillejos Salazar, Directora de Docencia en TIC de la DGTIC-UNAM.

Resumen

Este proyecto en particular está enfocado a realizar la definición y documentación de procesos para la difusión de servicios educacionales, que sirvan como referencia a todos los Centros de extensión académica en TIC de la Dirección de Docencia en Tecnologías de Información y Comunicación (DDTIC) contribuyendo así al cumplimiento de sus líneas estratégicas.

Es relevante por las implicaciones prácticas de llevar a cabo una metodología de administración de procesos y de proyectos así como el uso de herramientas de Tecnologías de Información (TI) que permita en el corto plazo comprender la operación actual, fortalecer el equipo de trabajo, administrar el conocimiento generado en la DDTIC y contribuir al logro de los objetivos estratégicos, al largo plazo contribuye en la modernización y simplificación del quehacer académico - administrativo de la DDTIC y apoya a la Red de Educación Continua (REDEC) en sus áreas clave.

Introducción

En la presente gestión, en el marco de los programas y los proyectos que describe en el Plan de Desarrollo de la Universidad 2011-2015, el Dr. José Narro propone: "Ampliar y diversificar la oferta educativa de la UNAM, tanto en los programas de formación profesional como en los campos de

la educación continua... mediante el impulso y la consolidación de las modalidades en línea y a distancia”.

Debido a lo anterior se definió un proyecto de difusión de servicios en educación continua para el aprovechamiento de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la DDTIC, mediante la revisión de prácticas reconocidas y la experiencia sobre mejora de procesos, durante las fases de planeación y diseño de la metodología adoptada fueron generados elementos de soporte para la administración de los procesos.

Objetivos

Desarrollar un marco de trabajo integral con enfoque a procesos para la difusión de servicios en educación continua, con base en modelos y estándares tanto nacionales como internacionales.

Antecedentes

Desde el 2010 se han implementado acciones de mejora al interior de la Dirección de Docencia en Tecnologías de Información y Comunicación (DDTIC), aunque existe un departamento de promoción de servicios de educación continua no cuenta con procesos de operación y difusión homogéneos y automatizados.

Análisis de la situación actual

(Castillejos, 2014, p. 413-418)

“El 27 de septiembre de 2010, por acuerdo del Rector José Narro Robles, la DGSCA se transforma en la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación (DGTIC), en la medida en que las tecnologías de la información y la comunicación se presentan como un recurso estratégico indispensable para el desarrollo de servicios emergentes, productos educativos e innovaciones en diversos ámbitos, más allá del cómputo. Adicionalmente, la Dirección de Docencia en Cómputo cambia de nombre a Dirección de Docencia en Tecnologías de Información y Comunicación (DDTIC), y todos los centros de extensión quedan con la denominación de Centros de Extensión Académica en TIC.

Actualmente la DDTIC ofrece más de 300 cursos y 16 diplomados reconocidos a nivel nacional e internacional e impartidos por instructores altamente capacitados, lo que contribuye a que la UNAM esté a la

vanguardia en lo que se refiere a la educación continua en TIC y a la formación de nuevas generaciones de profesionales en este ámbito. Atiende al año a más de 16,000 alumnos, tanto de la Universidad y de la sociedad en general como de entidades públicas y privadas.

La capacitación se imparte tanto en los centros de extensión de la DGTIC como en las instalaciones de las instituciones que la solicitan. Asimismo, las tecnologías que hacen posible la educación a distancia permiten impartir capacitación, mediante los cursos en línea, en el territorio nacional, en Centroamérica y a las comunidades hispanoparlantes en Estados Unidos.”

Marco conceptual

En el ámbito de procesos se presenta una descripción de modelos nacionales e internacionales, que proponen prácticas y/o usan plantillas para la descripción de sus componentes, como se muestra en el cuadro 1:

Referencia	Descripción
<p style="text-align: center;">ISO 9001:2008</p>	<p>“Especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad, cuando una organización:</p> <p>a) Necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y</p> <p>b) Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos de cliente y los legales y reglamentarios aplicables.” (IMNC, 2008, p. 1)</p>
<p style="text-align: center;">ISO 10013</p>	<p>“Proporciona directrices para el desarrollo y mantenimiento de la documentación necesaria para asegurar un sistema de gestión de la calidad eficaz, adaptado a las necesidades específicas de la organización. El uso de estas directrices ayudará a establecer un sistema documentado como el requerido por la norma de sistema de gestión de la calidad que sea aplicable.” (IMNC, 2003, p. 1)</p>

Cuadro 1. Modelos nacionales e internacionales.

Fuente: elaboración propia con base en las fuentes citadas.

Los modelos descritos anteriormente proponen los siguientes elementos para documentar procesos: nombre del proceso, objetivo, entradas, roles involucrados, salidas y actividades.

Marco referencial

La metodología utilizada consta de seis fases 1. Planeación, 2. Análisis de la situación actual, 3. Diseño de alto nivel, 4. Diseño detallado, 5. Preparación para la implantación y 6. Implantación y mejora.

Para realizar la definición y documentación de la Difusión de servicios en educación continua se propone como marco de referencia la metodología definida, los productos de trabajo generados en cada una de las etapas se muestran en el cuadro 2:

Fase	Entregables	Descripción
1. Planeación.	Plan de Procesos.	Documento que describe las actividades a realizar en relación con el diseño e implantación de los procesos en la organización.
2. Análisis de la situación actual.	Análisis FODA.	Es una herramienta moderna para el análisis situacional que permite conocer la situación actual de la organización y obtener un diagnóstico general del entorno. (Koontz, 2004, p.174-177).
3. Diseño de alto nivel.	Mapa de Procesos.	Es el plano de todos los procesos de la organización por lo que brinda un panorama general de la operación de la misma. Además de los procesos pueden representarse las principales relaciones de entrada-salida.
4. Diseño detallado de los procesos.	Procesos documentados	Describen un conjunto de actividades necesarias para generar un resultado, es global y se conceptualiza desde una perspectiva de toda la organización, dice qué actividades deben hacerse (no cómo hacerlo).

Cuadro 2. Entregables del proyecto.
Fuente: elaboración propia.

Diseño de alto nivel

En esta propuesta se representan las principales relaciones de entrada-salida entre los procesos, en la figura 1 se presentan las entradas y salidas de los procesos relacionados:

Difusión de servicios en educación continua, su objetivo es desarrollar e implementar metas de difusión para promover, con base en las actuales políticas institucionales, la oferta académica de la DGTIC, contribuir al posicionamiento de la imagen institucional y mejorar la efectividad del equipo de Informes y relaciones.

Informes y relaciones, su propósito es atraer y asesorar a los interesados, así como difundir y dar seguimiento a los servicios de capacitación en TIC que ofrece la DGTIC a través de la detección, prospección, venta y post-venta del catálogo de cursos y cuotas vigentes para incrementar las horas-persona de capacitación y las utilidades.

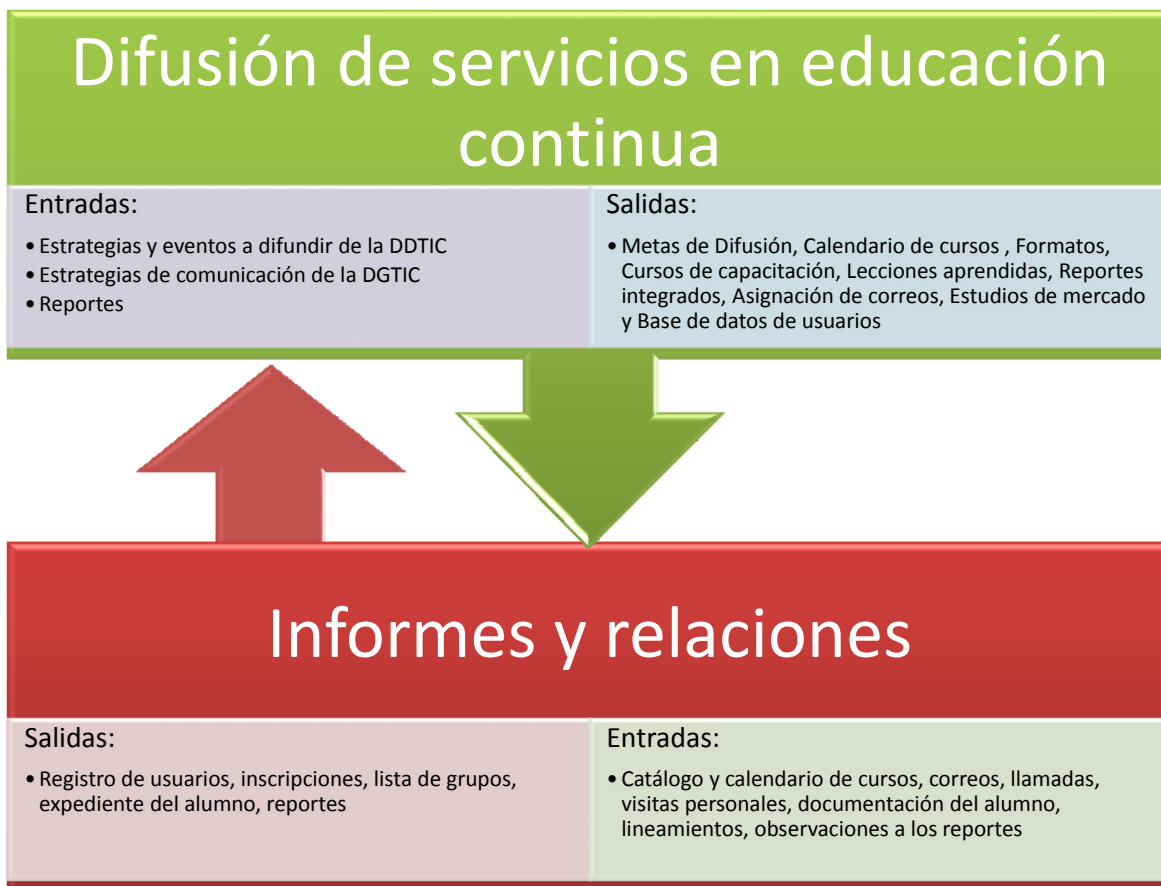


Figura 1: Mapa de procesos.

Diseño detallado de los procesos

Especifica los objetivos, las actividades y los recursos necesarios para la ejecución de los procesos. En la figura 2, se presentan las macro actividades de cada proceso:

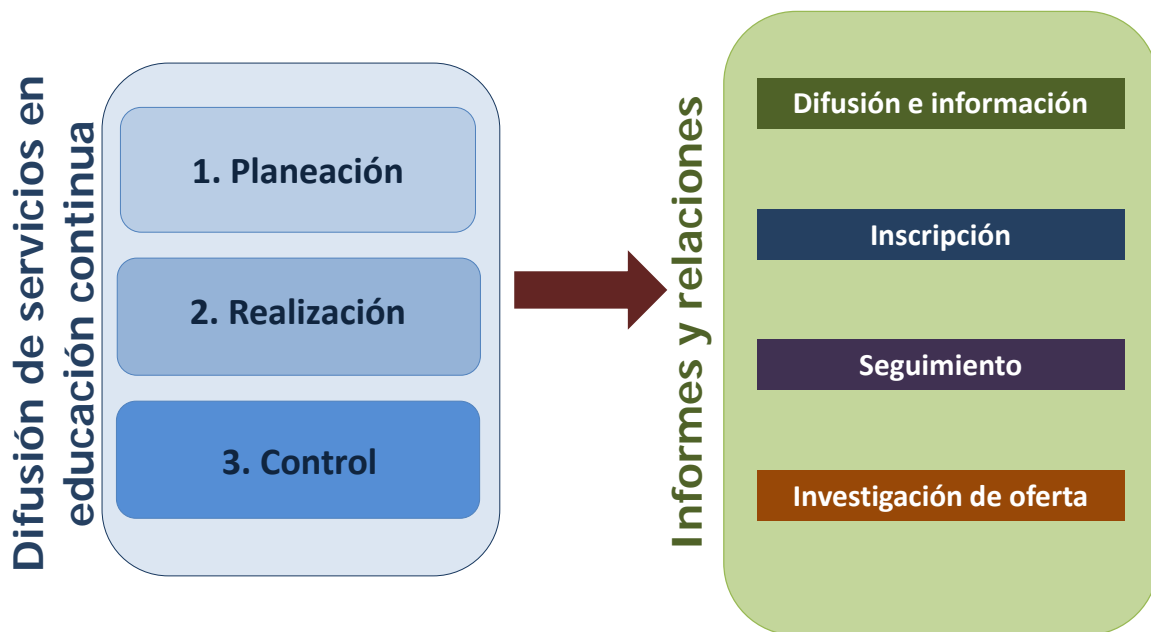


Figura 2: Actividades de los procesos.

A continuación se describen la propuesta de actividades del Responsable de Difusión:

Planeación	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Analizar Estrategias y eventos. 1.2 Analizar y generar Calendario 1.3 Generar o actualizar metas en función de Estrategias y eventos y la normatividad vigente. 1.4 Elaborar o actualizar Plan de ventas y medios. 1.5 Establecer Mecanismos de comunicación para la atención de clientes. 1.6 Generar un marco y Formatos de trabajo. 1.7 Validar Metas de Difusión, Plan de ventas y medios, Mecanismos de comunicación y Formatos de trabajo. 1.8 Corregir los defectos encontrados y obtener la aprobación de las correcciones.
-------------------	--

Realización	<p>2.1 Realizar las actividades, (Capacitación, Base de datos de clientes y Estudios de mercado).</p> <p>2.2 Implantar los Mecanismos de comunicación para la atención de clientes y Formatos de trabajo.</p> <p>2.3 Asignar correos electrónicos y recabar los Comentarios y quejas del cliente.</p>
Control	<p>3.1 Analizar el cumplimiento y dar seguimiento a las acciones correctivas.</p> <p>3.2 Analizar el Reportes y generar y dar seguimiento a las acciones correctivas.</p> <p>3.3 Analizar los Comentarios y quejas del cliente, así como generar y dar seguimiento a las acciones correctivas.</p> <p>3.4 Generar un Reporte integrado con base en los Reportes y al cumplimiento del Plan de ventas y medios.</p> <p>3.5 Identificar las Lecciones Aprendidas.</p>

Cuadro 3. Actividades del proceso de Difusión.

Las actividades del Responsable de Informes y Relaciones se detallan en seguida:

Difusión e información	<p>1.1 Revisar el Calendario de cursos, Metas de Difusión, Mecanismos de comunicación para la atención de clientes, Formatos de Trabajo, Catálogo de cursos, Normatividad y Lineamientos.</p> <p>1.2 Promover la oferta educativa y promociones a través de: Correo electrónico, llamadas telefónicas, instalaciones del centro, ferias, exposiciones, congresos, entre otros.</p> <p>1.3 Reportar el impacto de las acciones de difusión empleadas.</p> <p>1.4 Orientar, proporcionar información y aclarar dudas de los interesados en la oferta educativa para la adecuada selección acorde a sus necesidades de la siguiente manera: visita personal, llamada telefónica, correo electrónico.</p>
-------------------------------	---

Inscripción	<p>2.1 Verificar la documentación del alumno.</p> <p>2.2 Si la información es correcta y consistente abrir el grupo e inscribir a los alumnos Sistema de Administración de Educación Continua (SAEC).</p> <p>2.2 En caso de no cumplir los requerimientos, avisar al interesado sobre el requerimiento vía telefónica, correo electrónico o personalmente.</p> <p>2.3 Generar el expediente del alumno.</p> <p>2.4 Contactar a los Responsables de Informes y Relaciones de otras sedes para conocer el estado de inscripciones de alumnos en cursos similares y generar el reporte de seguimiento de estado de los cursos.</p> <p>2.5 Validar con el Coordinador del centro la autorización de apertura del grupo y generar la lista de grupo.</p> <p>2.6 Al terminar el curso, entregar la constancia al alumno.</p>
Seguimiento	<p>3.1 Realizar el seguimiento de los clientes individuales e institucionales ya atendidos, sobre las posibilidades de continuidad en su formación y actualización y documentar los comentarios y quejas del cliente.</p> <p>3.2 En caso de cancelación del grupo, generar la inscripción en otro curso o hacer devolución a solicitud del cliente.</p> <p>3.3 Apoyar a la administración en el seguimiento de pagos de cuotas de inscripción.</p>
Investigación de oferta	<p>4.1 Contar con el kit de estudio de mercado.</p> <p>4.2 Realizar investigaciones relacionadas con la oferta similar en el mercado de capacitación en cómputo de la zona de influencia del Centro.</p> <p>4.3 Generar el reporte del estudio de mercado que permitan definir perfiles de usuarios y áreas de capacitación no atendidas.</p>

Cuadro 4. Actividades del proceso de Informes

Conclusiones y recomendaciones

La metodología utilizada considera prácticas ya probadas, que fueron adoptadas al contexto actual de la DDTIC, sin perder de vista el enfoque metodológico.

Los procesos no son sólo documentos, sino el marco de operación de una organización, el que se tenga documentación de los procesos no significa que la organización haya adoptado un enfoque a procesos.

La adopción de un enfoque de procesos no es sólo un esfuerzo para "documentar" implica cambios y beneficios más profundos, no debe

esperarse una estabilidad y perfección absoluta, por el contrario debe considerarse que son elementos dinámicos.

Promover la participación activa y el compromiso de todos los involucrados, implica un esfuerzo importante que debe ser considerado desde el inicio del proyecto.

Es fundamental que el promotor esté plenamente convencido del proyecto para contar con su apoyo constante, así como mantenerlo informado permanentemente.

Las fases de preparación para la implantación y mejora aún no se han llevado a cabo debido a que la DDTIC continúa en el proceso de diseño y documentación de procedimientos de otras áreas operativas.

Referencias bibliográficas

Castillejos, A. et al (2014). La Educación Continua en la UNAM, REDEC-UNAM, México, pág. 413-416.

Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, et al (2003), Directrices para la documentación de Sistemas de Gestión de la Calidad, IMNC, México, pág. 1 y 5-6.

International Organization for Standardization (2008), Sistema de Gestión de la Calidad - Requisitos, ISO, Suiza, pág.1.

Koontz, H. y H., Weihrich. (2004). Administración: una perspectiva global, McGrawHill, México, pág. 174-177.

Narro Robles, J. (2011). Programa de trabajo para la UNAM 2011-2015, UNAM, México, pág. 30-32.

Red de Educación Continua de la Universidad Nacional Autónoma de México (2013). Lineamientos generales de educación continua de la UNAM, Gaceta UNAM, México, pág 23-26.

Nubia Lizbeth Marina Fernández Grajales, nulizma@comunidad.unam.mx
Dirección de Docencia en Tecnologías de Información y Comunicación (DDTIC) de la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación (DGTIC), **UNAM**.