



MARIO FERNANDO ARCOS ROSAS
CANDIDATO A LA DIRECCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO
INTERNACIONAL Y MERCADEO
PERIODO 2025 – 2028

Uniando esfuerzos por y para la Región.

Introducción

En articulación con lo establecido en el Estatuto General de la Universidad de Nariño (2019) y el Plan de Desarrollo 2022-2032 “Pensar la Universidad y la Región”, el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo debe articular su actividad administrativa y de desarrollo académico para fortalecer los ejes misionales de Docencia, Investigación, Interacción Social, a fin de mantener la calidad continua de los procesos académicos al servicio del desarrollo de la región y del país. Este importante propósito solo se logra mediante un trabajo integral de equipo en el que directivos, docentes, estudiantes y egresados aporten sus mejores esfuerzos, sus propuestas constructivas y sus mejores desempeños.

La propuesta que se describe a continuación permite demostrar como el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo en sus sedes Pasto e Ipiales seguirá cumpliendo **¡Con Compromiso, respeto y trabajo en equipo!**, con los diferentes procesos institucionales, no solo en el desarrollo y aportes para los ejes misionales de docencia, investigación e interacción social, si no también, con estándares de calidad, innovando en sus planes de estudios, manteniendo satisfecho a los stakeholders, y haciendo uso de los recursos de manera eficiente, evaluando su desempeño y teniendo un impacto positivo en el entorno regional

Objetivo General

Trabajar de manera permanente por la calidad académica integral en el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo CIM para responder con excelencia al desarrollo de la región y del país.

Con Compromiso, Respeto Y Trabajo En Equipo, Impulsamos Con Calidad Académica El Desarrollo De La Región!



Objetivos específicos:

1. Optimizar recursos y equipamiento para el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo –CIM-.
2. Actualizar los planes de estudios para la relevancia de los programas
3. Fortalecer la capacitación docente.
4. Promover la participación en la Investigación en vinculación con el Sector Productivo.
5. Mejora en los procesos de evaluación y aseguramiento de la Calidad.
6. Desarrollo de programas de internacionalización.
7. Desarrollo de estrategias de comunicación y marketing.

1. Optimización de recursos y equipamiento para el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo –CIM-.

Objetivo: Realizar las gestiones pertinentes para que el Departamento CIM, cuente con los recursos necesarios, tanto del talento humanos como de recursos técnicos y tecnológicos, para ofrecer continuamente una educación de alta calidad con la participación de un personal docente y administrativo cualificado, con instalaciones adecuadas y tecnología actualizada.

Actividades:

- Gestión de recursos para fortalecer el equipamiento de medios educativos pertenecientes al Departamento CIM en las sedes Pasto e Ipiales.
- Gestión de programas de bienestar con el propósito de formalizar planes de clima laboral.
- Reuniones permanentes (1 mensual) en las sedes Pasto e Ipiales para obtener retroalimentación de los procesos adelantados en el desarrollo de los programas académicos, proceso continuo lo que permite demostrar que la Institución y el Departamento CIM están comprometidos con la satisfacción de todas las partes interesadas.

2. Actualización curricular para la relevancia de los Programas.

Objetivo: Indagar, cómo el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo, ha actualizado y adaptado los currículos para alinearse con las tendencias actuales del mercado y las necesidades de los estudiantes, pues la acreditación y certificación deben reflejar constantemente un enfoque innovador y adaptativo en la formación académica.

Actividades



- Diálogo permanente con actores (directivos, administrativos, estudiantes, egresados y empleadores)
- Fortalecer los escenarios de prácticas informativas-formativas y prácticas empresariales.
- Aprovechar la participación en eventos que articulen el CEDRE, CUEEN, CENTRO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS, LABORATORIO EMPRESARIAL, CONSULTORIO EMPRESARIAL FACEA-UDENAR y la UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO con los sectores productivos, empresariales, comerciales y de servicios.
- Aprovechamiento de convenios (operacionalización), con el ánimo de fortalecer y gestionar la visibilidad e internacionalización (ejes misionales).
- Desarrollar programas y jornadas deportivas y lúdicas.
- Fortalecer el desarrollo de cursos relacionados con analíticas de datos e Inteligencia Artificial.
- Socialización semestral del plan de actividades desarrolladas por el Departamento, a fin de dar a conocer lo acordado en el semestre (modalidades de grado, prácticas, salidas de campo, interacción social e investigación).
- Fortalecer la modalidad de investigación en los programas Sedes Pasto e Ipiales y visibilizar sus resultados (Encuentro del Investigador FACEA y Feria del Emprendimiento FACEA-UDENAR, publicaciones, ponencias, conversatorios, entre otros).
- Interactuar en la construcción de la política institucional para el desarrollo de programas con Doble Titulación.
- Desarrollo de aulas espejo entre sedes y universidades aliadas.
- Gestionar la construcción de laboratorios (comercio exterior y mercadeo).
- Gestión de recursos para la compra de simuladores.
- Análisis de información de los actores (docentes, estudiantes y egresados), con el propósito de generar retroalimentación continua para el currículo y actividades académicas establecidas en los PEP.
- Realizar la respectiva gestión para lograr fortalecer el manejo de segundo idioma, e indagar, en la formación en otras lenguas.

3. Fortalecimiento de la capacitación docente.

Objetivo: Fortalecer programas de formación continua y desarrollo profesional para el cuerpo docente. Revisar cómo la institución evalúa el desempeño académico y administrativo y cómo utiliza esta información para realizar ajustes y mejoras, pues la acreditación y certificación deben reflejar un sistema de evaluación robusto y efectivo.

Actividades:

- Comunicación constante con directivas universitarias con el fin de velar por el cumplimiento del plan de capacitación docente propuesto a través de necesidades planteadas por el cuerpo docente.
- Gestionar la capacitación docente en estrategias de enseñanza - aprendizaje.



- Fortalecer programas de cualificación docente (redacción de artículos, idioma, IA, big data, entre otros.).
- Trabajar por un sistema de evaluación de desempeño.
- Desarrollar una comunicación permanente con los representantes de curso, con el ánimo de establecer un permanente contacto para identificar las necesidades de los diferentes semestres en cuanto a metodologías de la enseñanza-aprendizaje.
- Gestionar la movilidad docente interna y externa.
- Mantener la labor docente buscando así fortalecer el desarrollo de los ejes misionales.
- Gestionar plazas docentes tiempo completo y medio tiempo, como una alternativa para ampliar las oportunidades a los docentes hora cátedra y a profesionales idóneos de la región. Será necesario, entonces, estructurar por una parte los registros únicos y promover su apertura dentro de la política institucional de regionalización.
- Incentivar la participación en el proceso de construcción de la Labor Académica de docentes Hora Cátedra, en la que es necesario el reconocimiento integral de la investigación y la interacción social que desarrollen.
- Buscar y estimular las actividades de bienestar entre el estamento docente del Departamento por ser parte de la labor académica.
- Consolidar la investigación en los grupos para incrementar su productividad y visibilizar sus resultados (libros, artículos, capítulos etc.).

4. Promover la participación investigativa en vinculación con el sector productivo.

Objetivo: Fomentar la colaboración con empresas locales e internacionales para desarrollar proyectos de investigación y proyectos sectoriales aplicados, estas alianzas estratégicas permiten evaluar el impacto que el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo tiene en la comunidad y en el sector productivo, empresarial comercial y de servicios, dado que la acreditación y los registros de calidad deben reflejar un compromiso con el desarrollo regional y la contribución al crecimiento económico a través de la formación profesional.

Actividades:

- Estudio de satisfacción de los Stakeholders.
- Propiciar la suscripción de más convenios para ampliar el campo de acción para la investigación y la interacción social.
- Fortalecer el dialogo con directivos y empresarios de la región.
- Invitación permanente a investigadores y del sector productivo al aula de clase con el fin de fortalecer el vínculo entre universidad y sector externo.
- Promocionar la labor de los semilleros y la práctica de investigación.



- Promover la inclusión de los grupos de investigación de los Programas a las redes de investigación existentes en la Facultad y gestionar convenios con otras redes externas (cohesión).
- Promover alianzas internas y externas con grupos de investigación (cohesión).
- Comunicación permanente con la oficina de Egresados de la Sede Central para promover actividades que beneficien a los egresados del Departamento CIM.
- Interactuar en los procesos para el fortalecimiento de la política institucional del programa a Egresados y articular sus acciones a los programas del Departamento.
- Seguimiento a estudios de egresados.
- Examinar los resultados de encuestas y estudios sobre la satisfacción de estudiantes, egresados, empleadores y otros actores relevantes, puesto que no solo las actividades con el sector externo deben estar para los ejercicios de autoevaluación y acreditación.

5. Mejora en los procesos de evaluación y aseguramiento de la calidad.

Objetivo: Evaluar las estrategias y mecanismos de mejora continua que la institución ha adoptado, pues es esencial que el Departamento CIM muestre cómo ha incorporado las recomendaciones y observaciones previas para mejorar sus procesos y ofrecer una educación de calidad continua.

Actividades:

- Seguimiento al cumplimiento de estándares de calidad en los PEP de los programas de las sedes Pasto e Ipiales.
- Mantener contacto permanente con la división de autoevaluación y acreditación institucional para articular las directrices de actualizaciones en los programas.
- Revisión exhaustiva de los procesos académicos, administrativos y de gestión de calidad, para asegurar que cumplen con las expectativas nacionales e internacionales.

6. Desarrollo de Programas de Internacionalización.

Objetivo: Gestionar ante las instancias universitarias la búsqueda de oportunidades de intercambio académico y programas de doble titulación con universidades extranjeras; de igual manera, promover la participación de docentes y estudiantes del Departamento CIM en conferencias, congresos y eventos globales para mejorar la visibilidad y prestigio de los programas.

Actividades:

- Operacionalización de convenios suscritos por la Universidad y la Facultad.
- Suscripción de alianzas estratégicas con el fin de ampliar campos de acción para docentes y estudiantes.
- Articulación con consultorios empresariales



- Aprovechar la vinculación con ASPROMER para desarrollar actividades de Capacitación Docente, investigación e interacción social.
- Fortalecer Los contactos con La Asociación Red Colombiana de Profesionales Internacionales RCPI, con el propósito de beneficiarse de las alianzas establecidas para actividades derivadas de los ejes misionales (docencia, investigación e interacción social).
- Aprovechar la presencia y participación frente al sector productivo a través de las alianzas que han promovido, CUEEN, CENTRO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS, LABORATORIO EMPRESARIAL, CONSULTORIO EMPRESARIAL FACEA-UDENAR, UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO y CEDRE; para adelantar y fortalecer la visibilidad del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo – CIM-.

7. Desarrollo de estrategias de comunicación y marketing.

Objetivo: Proponer un plan de comunicación y marketing que incluya una presencia activa en redes sociales, sitios web y ferias académicas, creando materiales de promoción que destaquen los logros y fortalezas de los programas del Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo.

Actividades:

- Identificación de necesidades.
- Realizar y ejecutar el plan de comunicación de marketing.
- Vinculación de estudiantes monitores y practicantes.
- Diseño de piezas publicitarias
- Desarrollo de estrategias de comunicación y difusión.

MARIO FERNANDO ARCOS ROSAS

Docente Tiempo Completo

Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo –CIM-

Universidad de Nariño

(mfarcosr@udenar.edu.co)