


Estándar 6 Curriculum

La unidad de negocios debe tener un proceso sistemático para garantizar la mejora continua del currículo y la impartición del programa. El Currículo debe estar compuesto de contenido empresarial y profesional apropiado para preparar a los graduados para el éxito.

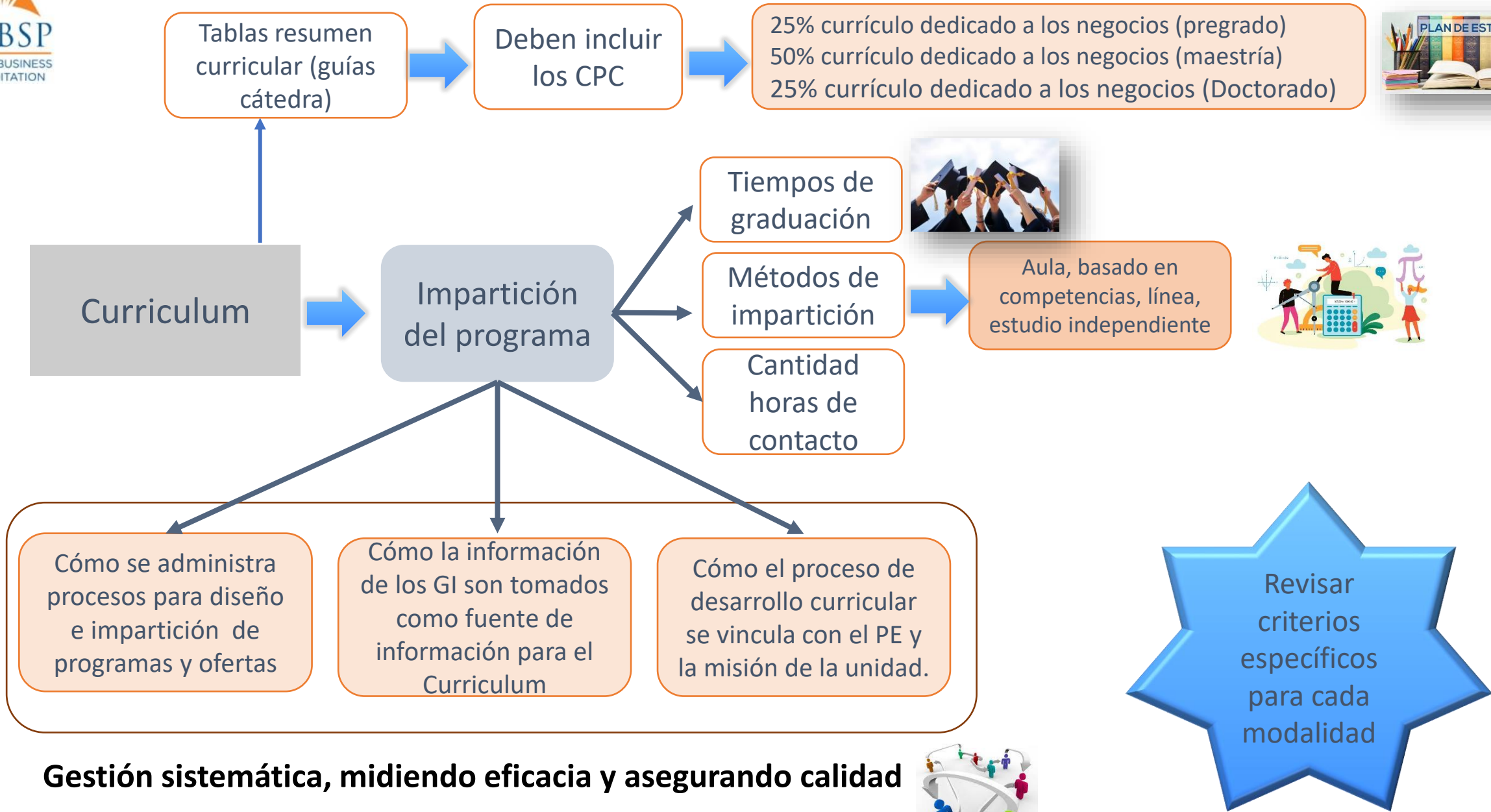


ACBSP promueve permanentemente:

- a) Que los programas no solo incluyan temas de negocios, sino también contenidos generales que garanticen una formación integral que responda a las necesidades del entorno.
- b) Que se fomenten habilidades innovadoras, flexibilidad, curiosidad intelectual, capacidad creativa a través de actividades complementarias y vinculación con empresas y organizaciones.
- c) Que se incluyan temas comunes (el Componente Profesional Común, CPC) y áreas de especialización.
- d) Que las escuelas de negocios cuenten con recursos financieros, infraestructura y equipamiento suficiente para implementar los programas educativos en las mejores condiciones.
- e) Que se cuente con áreas de atención para conseguir, admitir y retener a los estudiantes.



Este estándar revisa el contenido de los planes de estudio y verifica que incluyan componentes comunes y especializados, así como elementos de formación integral necesarios para la profesión y para la vida, así mismo revisa la existencia de suficientes recursos para la implementación del programa y la forma en que se gestiona el ingreso y retención de los estudiantes.



Gestión sistemática, midiendo eficacia y asegurando calidad



ENTREGABLES ESTÁNDAR 6

01. Mapa de Procesos (académicos, de soporte y administrativos)

02. Procesos para el diseño de sus programas y ofertas educativas,

03. Proceso para realizar cambios en el programa de estudios

04. Proceso para realizar cambios en el programa de estudios:

*Tiempo para concluir sus estudios para obtener su grado académico

*Métodos usados para la impartición de cada programa

*Sistema de creditaje

05. Cuadros de análisis de los CPC

ENTREGABLES ESTÁNDAR 6

06. Sílabos indicando cobertura de los CPC por cada curso

07. Métodos y procesos para el monitoreo y evaluación de la impartición de los cursos en cada sede

08. Indicadores usados para el monitoreo y evaluación (matriculados vs asistentes; evaluaciones de cursos y docentes por parte de los estudiantes, índices de éxito/finalización de curso, índices de asistencia, índices de abandono, quejas, retroalimentación de los estudiantes, etc)



Tablas

Tabla 6.2.b. Información del programa

Nombre del programa	Modalidad de Impartición	Tiempo promedio para completar el grado

Tabla 6.3.b. Resumen de currículo: Componente profesional

Número del curso	Título del curso	Área de estudio	Horas de crédito
Total de horas de crédito			
Porcentaje de horas totales			

Componente principal de programa de negocios

Número del curso	Título del curso	Área de estudio	Horas de crédito
Total de horas de crédito			
Porcentaje de horas totales			

Tabla 6.4.a Ejemplo de programa de curso abreviado completado

Número del curso: Marketing 3723

Nombre del curso: Principios de Marketing

Instructores: Brown, Smith y True

Texto requerido: McCarthy, Perreault: MARKETING BÁSICO, Irwin

Descripción del curso: una descripción y análisis de las actividades comerciales diseñadas para planificar, cotizar, promocionar y distribuir productos y servicios a los clientes. Los temas estudiados incluyen el entorno de mercadeo, hábitos y motivos de compra del consumidor, tipos de intermediarios, instituciones y cambios de mercadeo, regulaciones gubernamentales, publicidad y prácticas actuales de mercadeo.

Resumen del tema: Horas / minutos 0% de un curso de 3 horas

Curso

I. Introducción	
A. Factores ambientales	Principio 9
B. Segmentación del mercado, previsión de ventas	
C. Comportamiento del comprador	
D. Investigación de mercado y marketing	
Sistemas de información	
II. Producto	Principio 3
A. Clasificación, marca, envasado, y etiquetado	
B. Mezcla de productos, surtidos de productos, Posicionamiento del producto	
III. Lugar - Distribución	Decisiones 9
A. Canales de Distribución.	
B. venta al por mayor	
C. venta al por menor	
D. Físico: Distribución / Logística	
IV. Promoción	
A. Publicidad y publicidad.	
B. Venta personal	Decisiones 7 1/2
V. precios	
A. Conceptos de precios	Decisiones 6
B. Fijación de precios	
VI. Incontrolable	Decisiones 3
VII. Seleccionado	Aplicaciones 7 ½
A. Dirección de Marketing	
B. Comercialización industrial	
C. Marketing Internacional	
D. Marketing no comercial	
Sesiones totales (horas de cobertura)	45

Resumen de los temas de UG CPC cubiertos en este curso: Horas / minutos 0% de un curso de 3 horas

a. Marketing	45
b. Administración	4
c. Entorno legal de la empresa.	1
d. Ciencias económicas	2
e. Ética de negocios	1
f. Dimensiones globales del negocio	2
g. Técnicas cuantitativas y estadísticas	2
h. Experiencia comprensiva o integradora	1
Total de horas estimadas de cobertura de CPC	

COMPONENTE PROFESIONAL COMUN DE PREGRADO

Áreas funcionales	a. b. c. d.	Marketing Financiación de las empresas Contabilidad Gestión, incluida la gestión de producción y operaciones, comportamiento organizativo y gestión de recursos humanos
El ambiente de negocios	e. f. g. h. i.	Ambiente Legal de Negocios Economía Ética de negocios Dimensiones globales de los negocios Comunicaciones de negocios
Habilidades técnicas	j. k.	Sistemas de información Técnicas Cuantitativas / Estadísticas
Áreas integrativas	l. m.	Políticas comerciales, o Una experiencia integral o integradora que permite a un estudiante demostrar la capacidad de sintetizar y aplicar conocimientos y habilidades desde una perspectiva organizativa.

Tabla 6.4.c. Pregrado CPC de componentes profesionales comunes: cree una tabla para cada programa o especialización

Componente profesional común de grado (CPC)

Programas que incluyen un B.A. (con una especialización en negocios), B.S. (con una especialización comercial), B.B.A., B.S.B.A., u objetivos que impliquen una preparación comercial general con o sin una especialización funcional deben incluir la cobertura del Componente Profesional Común (CPC) al nivel prescrito por el ACBSP. El CPC que se describe a continuación debe incluirse en el contenido de los cursos impartidos en los programas de pregrado de todas las escuelas y programas acreditados. Cada área de CPC debe recibir una cobertura mínima de dos tercios de un curso de tres (3) semestres de crédito por hora (o equivalente) o aproximadamente 30 horas de cobertura.

Tabla 6.4.c. Cumplimiento del Componente Profesional Común (CPC) de Pregrado

Sesiones de Clases de una Hora por Tema del CPC

Cursos básicos	a. MKT	b. FIN	c. CONT	d. GEST	e. DER	f. ECON	g. ETI	h. GLO	i. IS	j. MC ESTAD	k.l. POL/COMP	Total
MATH 1203		6								45		51
ACCT 2143			45		2		7		2			51
ACCT 2243	8	2	45	15			7					72
BUAD 2153			3						45	2		50
BUAD 2203									5	45		50
ECON 2333			2		3	45	3	9		2	10	69
ECON 2433	2	1	2	9	2	45	1	9		1	1	68
MGMT 3013		1	1	45	4	1	4	9	3	1	2	66
MGMT 3113	3	2	3	8	1	1	2	2	45			67
BUAD 3233					45		6					51
MKTG 3723	45			4	1	2	1	2		2		58
FINC 3733		40	8		2	10	1		7			68
MGMT 4853	3	3	8	10	3	2	3	4	9	5	45	95
Total	61	55	117	91	63	106	35	35	116	103	58	

Tabla 6.5.a. Información de los programas de maestría

Nombre del programa	Tipo de credito	Créditos Requeridos para la Graduación



Evaluación Estándar 6

- <https://forms.office.com/r/hGrXE40g2a>

