



UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

ESCUELA DE POSTGRADO

**ESTRATEGIAS DE MARKETING EDUCATIVO
PARA IMCREMENTAR LAS METAS DE
ATENCIÓN DE ESTUDIANTES DEL CENTRO DE
EDUCACIÓN TÉCNICO PRODUCTIVA PÚBLICA
ACOLLA**

**Trabajo Académico para optar el Título Profesional de
Segunda Especialidad en Gestión Escolar con Liderazgo
Pedagógico**

LUIS ALBERTO PAEZ TEMBLADERA

Asesora:

Lourdes Crumencia Jaime Matos

Lima – Perú

2018

Índice

Resumen	3
Introducción	4
Desarrollo	6
Identificación del problema	6
Contextualización del problema	6
Descripción y formulación del problema	7
Análisis y resultados del diagnóstico	8
Descripción de la problemática identificada con el liderazgo pedagógico	8
Resultados del diagnóstico	9
Alternativas de solución del problema identificado	11
Referentes conceptuales y de experiencias anteriores	11
Referentes conceptuales frente a las alternativas priorizadas	10
Aportes de experiencias realizadas sobre el tema	12
Propuesta de implementación y monitoreo del plan de acción	16
Matriz del plan de acción: objetivo general, específico, dimensiones, acciones y metas	16
Matriz de implementación del plan de acción: cronograma, responsables y recursos humanos	17
Presupuesto	18
Matriz de monitoreo y evaluación	19
Conclusión	21
Referencias	22
Anexos	23

Resumen

El objetivo primordial del presente plan de acción es el de incrementar las metas de atención de estudiantes en el Centro de Educación Técnico Productiva Acolla, mediante la implementación del marketing educativo y para el diagnóstico se ha aplicado la técnica de la entrevista utilizando como muestra a las autoridades, docentes y estudiantes, los instrumentos utilizados han sido las guías de entrevista porque nos permitió tener una organización y secuencia cuidadosa y obtener nuestros referentes teóricos como son el marketing educativo, monitoreo y acompañamiento y tener que sensibilizar a la población desarrollando las habilidades socio-comunicativas como informarse y empoderarse de la educación técnica. Sin embargo, para crear una cultura del marketing educativo se debe de empezar con la comunidad educativa y que la población estudiantil del distrito vea las bondades de la educación técnico productiva y la oferta formativa que ofrecemos. Creemos que con un buen plan de marketing educativo estaremos logrando incrementar las metas de atención de estudiantes con una visión compartida, de cara a lograr ser una institución educativa de calidad e integrar los esfuerzos que hacen la comunidad educativa en función de los cambios y que la gestión escolar esté enmarcada en los aprendizajes de calidad.

Introducción

Analizando la realidad nacional en los Centros de Educación Técnico Productiva las opciones ocupacionales en algunos casos no se ajustan a la demanda del sector productivo de la localidad, nuestro distrito de Acolla no es ajeno a ello porque no hay un vínculo entre el sector productivo, los organismos públicos, la comunidad y nuestra representada, todo ello dificulta las alianzas estratégicas y es mas en nuestro medio no se tiene en cuenta las estaciones, jornadas agrícolas y pastoreo que desarrollan los jóvenes en edad formativa porque no hay un diagnóstico de la oferta laboral, todo esto conlleva a que nuestras metas de atención sean insatisfactorias y que al final se tenga a los estudiantes insatisfechos y con escaso interés por la educación técnica.

Qué, de acuerdo a la demanda del mercado laboral de nuestro distrito es necesario potenciar la infraestructura y el equipamiento de nuestra institución educativa, asimismo capacitar y actualizar a los docentes para que las necesidades de aprendizaje de los estudiantes sean satisfechas y que es urgente en esta etapa la evaluación de la viabilidad de los módulos que se dictan o en todo caso será necesario una reconversión de las especialidades de acuerdo a las características y necesidades del distrito.

Entonces podemos apreciar que el propósito de nuestro trabajo es que el marketing educativo bien enfocado nos llevará a incrementar las metas de atención en nuestra institución educativa y que las investigaciones realizadas sobre este tema sean realidad y está dividido en lo referente a la identificación del problema, que no es otra cosa que nuestro contexto, luego análisis y resultado del diagnóstico, de cómo podemos mantener a los estudiantes que inician y culminan el año escolar y así evitar las bajas metas de atención.

Con los actores involucrados nos permite tener una información valedera para el logro de las metas propuestas y que las actividades agrícolas y de pastoreo no sean un obstáculo para la inasistencia de los estudiantes, sino al contrario que sean los ejes de desarrollo y que las necesidades de capacitación ocupacional vaya de la mano con la inserción o reinserción en el mercado laboral de los adolescentes, jóvenes y adultos por cuanto se les prepara en competencias, actitudes y valores para ejercer una función productiva de nuestra localidad.

El liderazgo pedagógico en la gestión pedagógica remarcamos que es el segundo factor de influencia en el logro de los aprendizajes después del docente y para garantizar esto es necesario conocer muchos factores que vamos a detallar donde esta descripción generara un gran impacto en la calidad de enseñanza del Cetpro y que al final se pueda generar condiciones para que se produzcan cambios y con el tiempo atender e implementar las falencias que se tiene en cuanto a las metas

de atención que son insatisfactorias y por ello ponemos a consideración este plan de acción para que se convierta en una herramienta de cambio y se mejore la gestión escolar.

En lo referente a las alternativas de solución para el problema identificado estaremos tratando la implementación de estrategias de marketing educativo, aplicación del monitoreo y acompañamiento personalizado a los docentes de las diferentes especialidades, enfatizando en la reflexión de la concordancia entre la formación y la demanda laboral y la organización y ejecución de charlas sobre la educación técnica a la población de nuestro distrito.

En lo concerniente a los referentes conceptuales y experiencias anteriores, estaremos viendo como los diferentes autores y experiencias anteriores nos muestran que si se puede aplicar los estudios realizados y por último realizar una propuesta de implementación y monitoreo del plan de acción.

En consecuencia, para tener un incremento en las metas de atención, es necesario garantizar toda una planificación y se pueda generar un proceso de reflexión del porque no hay la cantidad suficiente de estudiantes para las diferentes especialidades, por ello ponemos a consideración de ustedes el presente plan de acción, que por su carácter de acción nos dará luces de cuál es la falencia y que al final se convierta en una herramienta orientadora para mejorar la gestión escolar en esta parte del país.

Desarrollo

Identificación del problema

El problema está referido sobre:

Las insatisfactorias metas de atención de estudiantes en el Centro de Educación Técnico Productiva Acolla, del distrito de Acolla, provincia de Jauja, región Junín perteneciente a la Unidad de Gestión Educativa Local de Jauja.

Contextualización del problema.

El presente trabajo académico se realiza en el distrito de Acolla y está ubicada en el primer cuartel, Jr. Dos de Mayo N° 406, es una forma de educación, donde se adquieren competencias laborales, capacidades empresariales para el desarrollo sostenible de nuestro entorno y básicamente está orientada a los adolescentes, jóvenes y adultos predispuestos a ser competitivos, cuenta con seis especialidades como son: Computación e Informática, Mecánica Automotriz, Cuero y Calzado, Confección Textil, Cosmetología, Electricidad y Electrónica.

En el Centro de Educación Técnico Productiva (Cetpro) la prioridad inminente es el de impulsar la educación tecnológica, en otras palabras, la educación para el trabajo y geográficamente se encuentra en el distrito a los 3500 msnm, ubicándose en la depresión interandina de las cordilleras Occidental, Oriental y sub andina de los Andes centrales del Perú, tiene servicios básicos de agua y luz

En la actualidad la población en el distrito se estima en un total de 8.020 individuos de acuerdo al Censo Nacional 2007, ello se debe al factor de esterilización de la población femenina y la constante emigración de la población joven fuera del distrito por más oportunidades de trabajo, desarrollo personal y de sus familias.

El tres punto cincuenta y nueve por ciento de la población mayor de seis años, no ha alcanzado ningún nivel de educación, determinando la tasa de analfabetismo existente en el distrito. El mayor porcentaje de la población ha alcanzado el nivel de primaria (57.95%), mientras que el 29.09% el nivel secundario y el nueve punto treinta y ocho por ciento el nivel superior. De la población iletrada, el dos punto ochenta y uno por ciento son mujeres.

En el distrito, existen algunas enfermedades por la que la población acude a consulta externa al centro de salud y una de ellas es la desnutrición que se tiene un

promedio de siete punto seis por ciento con una incidencia importante en la población, lo que obedece a múltiples factores, tales como el predominio de carbohidratos en la alimentación y la carencia de proteínas y vitaminas.

La violencia familiar esta enraizado por aspectos externos en su mayoría como el alcoholismo, la falta de comunicación y la incompreensión de las parejas, todo ello acarrea un sinfín de problemas en los hogares y por la economía empobrecida los estudiantes con el afán de poder apoyar a sus padres en la agricultura y/o ganadería, deciden salirse de las instituciones educativas con el único fin de ayudarlos haciéndose una de las causas principales para el abandono escolar.

Se cuenta con docentes expertos mediadores de los aprendizajes y tienen una formación técnica, promotor del desarrollo social, personal y profesional de los estudiantes y que se desenvuelvan con capacidad y actitud emprendedora para gestionar su propio empleo y competir con éxito en el mundo laboral, desarrollándose en forma autónoma, mostrando solidaridad y tolerancia en sus relaciones interpersonales, para identificarse con su entorno multicultural y además practicando valores cívicos-patrióticos, diseña y ejecuta proyectos productivos y empresariales, en función de la demanda local y nacional, usando instrumentos de gestión productiva y empresarial.

Descripción y formulación del problema.

El problema identificado en el Cetpro Acolla son las insatisfactorias metas de atención de estudiantes, su importancia radica en que es de urgente solución para mejorar la oferta formativa laboral de las diferentes especialidades y por ende la educación técnica en nuestra localidad y se debe de superar el bajo índice de matrícula de estudiantes, por la cual fue priorizado, por ser factible, viable y su financiamiento es posible. Entonces si no cambiamos esta cruda realidad no tendremos la posibilidad de lidiar con las necesidades e intereses de la población

Las causas para las insatisfactorias metas de atención son la deficiente estrategia en marketing educativo, escaso monitoreo y acompañamiento a la práctica pedagógica de los docentes y el desconocimiento de las bondades de la educación técnica, sumándose a esto el poco apoyo de las autoridades y falta de ofertas laborales del sector productivo ocasionando que el trabajo de los docentes no sea efectivo, y como consecuencia se tiene la inasistencia de los estudiantes a los talleres, actividades rutinarias y tradicionales de los docentes, la apatía y desinterés, desmotivación y limitada asistencia por su recargada labor para el sustento diario e

insatisfacción de los estudiantes, todo ello por el predominio de las actividades agrícolas y ganaderas en la localidad

Entonces, si no se aborda este problema del escaso número de estudiantes correríamos el riesgo de ser racionalizados por el ente superior con perjuicio a la juventud estudiosa de esta parte de la provincia de Jauja.

Análisis y resultados del diagnóstico

Descripción de la problemática identificada con el liderazgo pedagógico.

El problema seleccionado, materia del plan de acción expresa una relación estrecha entre. el Marco del Buen Desempeño del Directivo (MBDDir) el que nos da la pauta para actuar frente al problema por responsabilidad funcional, expresada en el segundo dominio que tiene que ver con la orientación de los procesos pedagógicos por parte de los directivos a los docentes para la mejora de los aprendizajes de nuestros estudiantes. Cabe señalar que también tienen estrecha relación con las dimensiones y propuestas de liderazgo de Robinson (2006) donde se busca el establecimiento de metas y expectativas, uso estratégico de los recursos, promoción y participación en aprendizaje y desarrollo docente y garantizar un ambiente seguro y de soporte.

Se ha utilizado la técnica de la entrevista realizando una conversación presencial entre el entrevistador y entrevistado, el propósito fue para recoger información y datos subjetivos planteados sobre el problema propuesto y el tipo de entrevista utilizado a las autoridades, docentes y estudiantes fueron las no estructuradas porque en algunos casos han sido más flexibles y abiertas.

Los instrumentos utilizados han sido las guías de entrevista porque nos permitió tener una organización y secuencia cuidadosa donde se abordaron diferentes preguntas a los docentes sobre las fortalezas y carencias que percibían de su desempeño docente, es así que en la primera pregunta sobre la inasistencia de los estudiantes a los talleres los docentes respondieron que se debía a que no se tenía un plan de marketing educativo definido.

La dimensión gestión curricular tiene como causa la deficiente estrategia en marketing educativo, se plantea como categoría estrategias de marketing educativo, al aplicar los instrumentos y su respectiva reducción de datos se establece como sub categorías posicionamiento estratégico de nuestra institución educativa y estrategias de retención de estudiantes cuya conclusión preliminar es que si aplicamos un plan de

marketing con objetivos claros tendremos el incremento de estudiantes en cada especialidad.

La dimensión monitoreo y acompañamiento tiene como causa el escaso monitoreo y acompañamiento, se plantea como categoría monitoreo y acompañamiento, y al aplicar los instrumentos y su respectiva reducción de datos se establece como sub categorías la frecuencia de monitoreo y estrategias de acompañamiento cuya conclusión preliminar es la frecuencia y aplicación del monitoreo y acompañamiento personalizado.

La dimensión convivencia escolar tiene como causa el desconocimiento de las bondades de la educación técnica, se plantea como categoría la educación técnica, al aplicar los instrumentos y su respectiva reducción de datos se establece como sub categorías las competencias laborales y la oferta formativa cuya conclusión preliminar es el empoderamiento de la población estudiantil sobre la importancia de la educación tecnológica.

Resultados del diagnóstico.

Los docentes consideran que con una simple publicidad mediante volantes y afiches al inicio de año escolar, difusión radial en algunas festividades del pueblo con el perifoneo de las distintas especialidades que ofrece nuestra institución educativa no es suficiente, se debe de tener un plan para mejorar el índice de matrícula del año próximo tal como nos plantea Kotler y Armstrong (2008) que las personas obtienen lo que necesitan mediante el marketing y también es la interacción y cambio con otras cosas de valor.

Los estudiantes manifestaron que tienen escaso interés por la educación técnica porque desconocen el valor de la mano de obra y no tienen idea de cómo aperturar su propio taller, se debe de crear empresas para generar una función productiva tal como nos plantea Mesina (1996) la educación técnica sirve para desempeñarse en una especialidad y que los estudiantes deben de estar capacitados para desenvolverse por su cuenta o profesionalmente.

Las autoridades manifiestan que pueden ayudar a los estudiantes mediante la comercialización de los productos que producen, asimismo con materiales e insumos para su trabajo y con el apoyo en la formación de medianas y pequeñas empresas (Mypes) tal como nos plantea Aspilcueta, (2009) y corrobora que cualquier persona natural o jurídica que desarrolla actividades de comercialización de bienes puede formar su pequeña empresa, entonces es necesario sensibilizar a la población sobre la educación técnica.

Alternativas de solución del problema identificado

Para el problema priorizado como son las insatisfactorias metas de atención de estudiantes del Cetpro Acolla, frente a esta situación problemática y diagnóstico realizado se plantea como alternativa más representativa que tiene mayor impacto en la solución al problema; la implementación de estrategias de marketing educativo para incrementar las metas de atención de estudiantes.

Dimensión de gestión curricular: Frente a esta dimensión se ha planteado como objetivo específico fortalecer las estrategias del marketing educativo, la alternativa planteada es la implementación de estrategias de marketing educativo para incrementar las metas de atención de estudiantes, conformada por las siguientes acciones como charlas de sensibilización a los docentes y abordar el problema de la poca demanda en matrícula de estudiantes, asimismo realizar la capacitación al equipo de docentes en marketing educativo y por último implementar la ejecución y evaluación del plan de marketing, las cuales guardan relación con los siguientes procesos de gestión iniciándose en el PE01.1, formular el PEI, luego el PO01.1, matricular, asimismo el PO01.2, ratificación de matrícula y el PO04.5, certificación de los aprendizajes.

Dimensión de monitoreo y acompañamiento: Frente a esta dimensión se ha planteado como objetivo específico incrementar el monitoreo y acompañamiento, la alternativa planteada es la implementación del monitoreo y acompañamiento personalizado a los docentes de las diferentes especialidades para el fortalecimiento de la práctica pedagógica, conformada por las siguientes acciones como sensibilización a los docentes sobre la importancia del monitoreo y acompañamiento, también la ejecución del monitoreo y acompañamiento y asimismo el asesoramiento personalizado a los docentes, las cuales guardan relación con los siguientes procesos de gestión iniciándose en el PO03.3, realizar el monitoreo pedagógico, luego el PS01.2, monitorear el desempeño y rendimiento, asimismo el PS01.3, fortalecer capacidades y el PO04.5, certificación de los aprendizajes.

Dimensión de convivencia escolar: Frente a esta dimensión se ha planteado como objetivo específico empoderar sobre la importancia de la educación técnica, la alternativa planteada es la organización de charlas sobre educación técnica para sensibilizar a la población estudiantil, conformada por las siguientes acciones como la sensibilización a los estudiantes sobre los estudios técnico productivos, también sensibilizar a la población sobre la educación técnica y asimismo el empoderamiento sobre la oferta formativa, las

cuales guardan relación con los siguientes procesos de gestión iniciándose en el PE02.3, desarrollar mecanismos de articulación con la comunidad, luego el PO05.3, promover la participación de la comunidad educativa, asimismo el PO05.4, vincular la institución educativa con la familia y el PO04.5, certificación de los aprendizajes .

Referentes conceptuales y de experiencias anteriores

A continuación, presentamos los referentes teóricos de las estrategias o alternativas de solución:

Referentes conceptuales frente a las alternativas priorizadas.

Para la alternativa de solución como es la implementación del marketing educativo para incrementar las metas de atención de estudiantes se tiene:

Marketing educativo.

Para mejorar el índice de matrícula del año próximo es necesario formular un plan integrador de marketing que contribuya a brindar una capacitación a mayor cantidad de la población. Para Kotler y Armstrong (2008) también es la interacción y cambio con otras cosas de valor. Mediante el marketing las personas obtienen lo que necesitan.

Es necesario plantear un conjunto de actividades estratégicas que propicien el incremento de estudiantes. Para Cieza Ramos (2012), hay instituciones que ahora tienen un valor agregado, ahora no es necesario maquillar las instituciones educativas de marketing para no mercantilizar y poner en riesgo su prestigio.

Para no decaer el nivel de matrícula y nos permita crecer es necesario seguir lineamiento y planes. Para Manes (1993) el marketing educativo desarrolla a las personas y organizaciones y lo hace a través de servicios disponibles en el tiempo y utilizados éticamente, en consecuencia, el marketing sirve para satisfacer necesidades.

Para la alternativa de solución como es la implementación del monitoreo y acompañamiento personalizado a los docentes de las diferentes especialidades para el fortalecimiento de la práctica pedagógica se tiene:

Monitoreo y acompañamiento.

El monitoreo y acompañamiento es el acto de recoger información. Para el MINEDU (2014) sirve para tomar decisiones adecuadas. El monitoreo y acompañamiento a la práctica docente se debe contemplar el uso del tiempo, herramientas pedagógicas y materiales y recursos educativos.

En su Tesis Monitoreo y Acompañamiento. Para Álvarez, Mercedes (2015) sustenta que el liderazgo pedagógico influye en el logro de aprendizaje. También se puede decir que el líder pedagógico al aplicar con frecuencia el monitoreo y acompañamiento se tendrá muchas oportunidades y formas de apoyo al trabajo docente.

El monitoreo pedagógico es confiable cuando se recoge información oportuna. Para Tantalean (2016) la meta del monitoreo pedagógico es elevar la calidad educativa mediante acciones de acompañamiento, variando de la especialidad y los objetivos de la enseñanza.

Para la alternativa de solución como es la organización de charlas sobre la educación técnica para sensibilizar a la población estudiantil se tiene:

Educación Técnica.

La Educación Técnico Productiva es la forma de educación orientada a la adquisición y desarrollo de competencias laborales y empresariales. La educación técnica para Martínez (1999) sirve para el aprovechamiento del potencial humano.

La Educación Técnica contribuye a un mejor desempeño de la persona que trabaja, a mejorar su nivel de empleabilidad y a su desarrollo personal. La Educación Técnica para León Borge (2017) es positivo para la competitividad y que abrirá las puertas de desarrollo humano sostenible en la mejora de un país y por ende la educación.

La Educación Técnica responde a la heterogeneidad de los estudiantes y a la peculiaridad de sus contextos. Para Mesina (1996) la educación técnica sirve para desempeñarse en una especialidad y que los estudiantes deben de estar capacitados para desenvolverse por su cuenta o profesionalmente

Aportes de experiencias realizadas sobre el tema.

Marketing educativo.

El Centro de Educación Técnico Productiva Virgen del Rosario (2012) sobre la experiencia exitosa, más alumnos, mejores talleres, ha planteado un proyecto integrador por el escaso número de alumnos por taller y cuyo objetivo era el de incrementar el nivel de matrícula en un 25% aplicando un plan de marketing utilizando como estrategia el posicionamiento y la promoción.

Esta estrategia implica en los gestores haber identificado las alternativas de solución y lo presentan mediante el marketing educativo, guarda estrecha relación con nuestra problemática cuando dicen que es necesario conformar y capacitar un equipo de docentes sobre marketing de nuestra representada.

Javier Muñoz sobre la experiencia exitosa del Marketing Educativo – Estrategias efectivas, nos hace referencia de esta práctica exitosa cuyos objetivos eran la de captar nuevos alumnos, retener/fidelizar a los que ya son nuestros clientes y lograr la diferenciación del resto de la competencia. Esta experiencia busco aplicar estrategias y experiencias que guardan relación con nuestra alternativa de solución por cuanto se hace de imperiosa necesidad implantar el marketing para la captación de estudiantes.

Para José Manuel Solís Hurtado sobre la experiencia exitosa en el manejo del marketing en el servicio educativo; en la organización educativa continental, nos refuerza que se debe satisfacer al cliente y cuyos objetivos eran la de orientar la planeación y operaciones hacia el cliente, determinar y satisfacer las necesidades de los consumidores, coordinar las actividades del marketing como son: publicidad, planeación de sus servicios y bienes, fijación de precio y el lanzamiento de productos o servicios. Esta experiencia también guarda relación con nuestra problemática por cuanto el marketing debe ser para toda la comunidad educativa que pretenda tener una aceptación en su entorno donde se desenvuelve.

Monitoreo y acompañamiento.

La Institución Educativa Stella Maris de la Ciudad de Lima, sobre la experiencia exitosa Plan de Monitoreo y Acompañamiento es el de informar los resultados del monitoreo y cuyos objetivos eran las de verificar el desempeño docente y la calidad de los aprendizajes, evaluar el avance curricular y los aprendizajes logrados, y en concordancia con los resultados obtenidos incentivar y/o recomendar medidas correctivas y asimismo el de brindar asesoría a las docentes sobre el uso adecuado de estrategias metodológicas

Esta estrategia implica en los gestores que el monitoreo y acompañamiento guarda estrecha relación con nuestra prioridad por cuanto se da en cualquier circunstancia ya sea opinada u inopinada.

Según Javier Vásquez Sandoval y Manuel Quispe Guevara sobre la experiencia exitosa denominada, Experiencias en el fortalecimiento del acompañamiento pedagógico entre docentes para la mejora de la calidad educativa, realizan una reflexión sobre el trabajo pedagógico. Cuyo objetivo es la metodología de aplicación del acompañamiento

pedagógico por el equipo directivo y fue planteada porque en primer lugar se debería hacer una autoevaluación a todo el personal docente y realizar reuniones permanentes para reflexionar sobre el trabajo pedagógico y esto se debería hacer bajo la orientación de los directivos de la institución, ya que ellos serían los responsables de realizar el acompañamiento pedagógico en el aula, además, con el apoyo de algún docente de la especialidad.

Esta estrategia implica que el monitoreo y acompañamiento se debe de hacer respetando los estilos que predominan tanto en el docente como en el estudiante y que por ende se mejoraran las estrategias en el aula.

De acuerdo a Luis Reynaldo Tantalean Odar, sobre la experiencia titulado, el monitoreo pedagógico en el desempeño profesional docente, se basa en el desempeño de cada uno de ellos, cuyos objetivos son la de elaborar, validar y utilizar una ficha de registro del monitoreo, que permitirá comparar el desempeño profesional de los docentes con un estándar previsto y que los resultados se procesarán de manera grupal e individual, con el fin de obtener datos más útiles y confiables.

Esta estrategia guarda relación con nuestra prioridad por cuanto el monitoreo promueve el crecimiento profesional del docente porque le permite enfrentar y reconocer los problemas y que al final se logrará el estándar previsto de su desempeño profesional.

Educación Técnica.

La Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe sobre la experiencia exitosa titulada Experiencias de formación docente utilizando tecnologías de información y comunicación es aportar nuevas prácticas para el trabajo docente y cuyo objetivo primordial es el de contar con documentos de respaldo que precisan su fundamentación teórica, objetivos, alcance, cobertura, metodología, mecanismos de monitoreo y evaluación, resultados de impacto, entre otros.

Con esta estrategia se espera resultados significativos y que las políticas sean claras para el beneficio del docente.

Para Sergio Rial, sobre la experiencia exitosa titulada Aprendizaje-Servicio en la Educación Técnica nos manifiesta que se debe de dar en todas las instituciones educativas y cuyos objetivos son de promover la educación en la solidaridad y la

participación comunitaria y ciudadana a través de la propuesta pedagógica del aprendizaje-servicio, en todas las escuelas (de los diferentes niveles, orientaciones y modalidades) e instituciones de Educación Superior, de gestión estatal o privada, para ello se debe articular esfuerzos solidarios de las organizaciones de la sociedad civil en beneficio de la equidad y la calidad educativa.

Esta estrategia implica en los gestores que el proyecto debe ser sostenido durante el tiempo de acuerdo a las necesidades del entorno y que al final debe de servir para motivar a los estudiantes a ser críticos y reflexivos porque se encuentran en una edad muy vulnerable.

Para Alcira Lourdes Ramírez Angulo sobre la experiencia exitosa titulada La enseñanza de la educación media técnica no se debe ajustar a modelos y cuyo objetivo es determinar el enfoque de la enseñanza de la educación técnica en los docentes observados, a la luz de tres modelos: tradicional, tecnicista y activo.

Esta estrategia requiere que los jóvenes sean emprendedores porque al final ellos responderán a la demanda del mercado para el progreso de su localidad por cuanto es un factor importante es el desarrollo productivo de nuestro país.

Propuesta de implementación y monitoreo del plan de acción

Tabla 1

Matriz de plan de acción: objetivo general, específico, dimensiones, acciones y metas.

La implementación del Plan de Acción responde al diagnóstico por el cual se seleccionó el problema y el marco teórico acopiado, para sustentar desde otra mirada académica y de experiencias similares, así mismo se cuenta con el respaldo institucional para su ejecución ya que se encuentra entre los objetivos estratégicos del proyecto Educativo Institucional (PEI) y los objetivos del Plan Anual de trabajo (PAT), pero sobre todo, con el compromiso de la comunidad educativa para llevarlo adelante y el liderazgo del director para monitorearlo permanentemente durante su ejecución a fin de implementar las siguiente propuesta:

Problema: Insatisfactorias metas de atención de estudiantes del Cetpro Acolla

Objetivo General	Objetivos Específicos	Dimensiones	Estrategias/ Alternativas de Solución	Acciones	Metas
Incrementar las metas de atención de los estudiantes	Fortalecer las estrategias del marketing educativo	Gestión Curricular	Implementación de estrategias de marketing Educativo para incrementar las metas de atención de estudiantes	A1. Charlas de sensibilización a los docentes para abordar el problema de poca demanda en matricula de estudiantes A2. Capacitación al equipo de docentes en marketing educativo A3. Ejecución y evaluación del plan de marketing	100% de docentes Sensibilizados 80% de docentes Capacitados 60% de ejecución del plan de marketing
	Incrementar el monitoreo y acompañamiento a la practica docente	Monitoreo y Acompañamiento	Implementación del monitoreo y acompañamiento personalizado a los docentes de las diferentes especialidades para el fortalecimiento de la práctica pedagógica	B1. Sensibilización sobre la Importancia del monitoreo B2. Ejecución del monitoreo y acompañamiento B3. Asesoramiento personalizadc a los docentes	100% de docentes sensibilizados 100% de docentes monitoreados 80% de docentes asesorados
	Empoderar sobre las bondades de la educación técnica	Convivencia Escolar	Trabajo colaborativo para sensibilizar a la población estudiantil	C1. Taller de sensibilización a los estudiantes sobre los estudios técnico productivos C2.Charla de Sensibilización a la población estudiantil sobre la educación técnica C3. Circulo de empoderamiento sobre la Oferta formativa	80% de estudiantes sensibilizados 60% de la población sensibilizada 80% de estudiantes empoderados

Matriz de la implementación de plan de acción: cronograma, responsables y recursos humanos.

Tabla 2

Objetivos Específicos	Acciones organizadas según dimensión	Metas	Responsables	Recursos Humanos / materiales	Cronograma (meses)			
					D	E	F	M
Fortalecer estrategias del marketing educativo	A1. Charla de sensibilización a los docentes para abordar el problema de la poca demanda en la matrícula de estudiantes	02 charlas de sensibilización	Director	Director	X			
	A2. Capacitación al equipo de docentes en marketing educativo	01 capacitación sobre Marketing Educativo	Director	Ponente		X		
	A3. Ejecución y evaluación del plan de marketing	05 estudiantes más por cada especialidad	Director	Director Docentes		X		
Incrementar el monitoreo y acompañamiento a la práctica docente	B1. Sensibilización sobre la Importancia del monitoreo	06 docentes de las diferentes especialidades	Director Docentes	Director	X			
	B2. Ejecución del monitoreo y acompañamiento	03 visitas a cada docente	Director Área Técnico Pedagógico	Director Área Técnico Pedagógico			X	X
	B3, Asesoramiento personalizado a los docentes	06 docentes asesorados	Director Área Técnico Pedagógico	Director Área Técnico Pedagógico				X
Empoderar sobre las bondades de la educación técnica	C1. Taller de sensibilización a los estudiantes sobre los estudios técnico productivos	01 taller de sensibilización	Director	Ponente		X		
	C2. Charla de sensibilización a la población sobre la educación técnica	01 taller de sensibilización	Director	Ponente		X		
	C3. Circulo de empoderamiento sobre la oferta formativa	01 taller de sensibilización	Director	Ponente			X	

Presupuesto.

Tabla 3

Acciones	Recursos	Fuente de financiamiento	Costo
A1. Charlas de sensibilización a los docentes para abordar el problema de poca demanda en matrícula de estudiantes	Videos	Gestión del directivo	20.00
A2. Capacitación al equipo de docentes en marketing educativo	Separatas	Recursos propios	80.00
A3. Ejecución y evaluación del plan de marketing	Afiches y volantes	Recursos propios	180.00
B1. Sensibilización sobre la importancia del monitoreo	Separatas sobre monitoreo	Directivo	60.00
B2. Ejecución del monitoreo y acompañamiento	Fichas de monitoreo	Directivo	00.00
B3. Asesoramiento personalizado a los Docentes	Plan de asesoramiento	Recursos propios	00.00
C1. Sensibilización a los estudiantes sobre los estudios técnico productivos	Separatas	Recursos propios	90.00
C2. Sensibilización a la población estudiantil sobre la educación técnica	Separatas y videos	Recursos propios	90.00
C3. Empoderamiento sobre la oferta Formativa	Separatas	Recursos propios	00.00
	TOTAL		S/. 520.00

Matriz del monitoreo y evaluación.

Tabla 4

Acciones organizadas según dimensión	Nivel de logro de las acciones (0 – 5)	Fuente de verificación (evidencias que sustentan el nivel de logro)	Responsables	Periodicidad	Aportes y/o dificultades según el nivel de logro	Reformular acciones para mejorar nivel de logro
A1. Charla de sensibilización a los docentes para abordar el problema de la poca demanda en la matrícula de estudiantes		Taller	Director	Primer bimestre		
A2. Capacitación al equipo de docentes en marketing educativo		Taller	Director	Primer bimestre		
A3. Ejecución y evaluación del plan de marketing		Estudiantes	Director Docentes	Primer bimestre		
B1. Sensibilización sobre la importancia del monitoreo		Taller	Director	Primer bimestre		
B2. Ejecución del monitoreo y acompañamiento		Fichas de Monitoreo	Director Área Pedagógico Técnico			
B3. Asesoramiento personalizado a los docentes		Plan de acompañamiento	Director Área Pedagógico Técnico			
C1. Sensibilización a los estudiantes sobre los estudios técnico productivos		Taller	Director			

C2. Sensibilización a la población sobre la educación técnica	Taller	Director
C3. Empoderamiento sobre la oferta formativa	Practicas Pre Profesionales	Director

NIVEL DE LOGRO DE LA ACCIÓN

CRITERIOS

0	No implementada (requiere justificación)
1	Implementación inicial (dificultades en su ejecución, requiere justificación)
2	Implementación parcial (dificultades en su ejecución, requiere justificación)
3	Implementación intermedia (ejecución parcial, pero sigue de acuerdo a lo programado)
4	Implementación avanzada (avanzada de acuerdo a lo programado)
5	Implementada (completamente ejecutada)

Conclusiones

El problema priorizado en el presente Plan de Acción tiene como estrategias y alternativas de solución la implementación del marketing educativo para incrementar las metas de atención de estudiantes, la implementación del monitoreo y acompañamiento personalizado a los docentes de las diferentes especialidades para el fortalecimiento de la práctica docente, el empoderamiento de la educación técnica a los pobladores de nuestro distrito, que con el apoyo de las autoridades se podrá incrementar el número de estudiantes y mejorar la oferta formativa laboral de las opciones ocupacionales que brinda nuestra institución educativa.

Nuestros docentes manifiestan que, con la difusión mediante volantes y perifoneo no es suficiente porque si tenemos objetivos claros, planes y estrategias de marketing se puede conseguir la captación de más estudiantes a través de la promoción y al final se logrará el bienestar de todos y los estudiantes perciben que, con la educación técnica serán competentes laboralmente, realizarán trabajos de calidad, con clientes satisfechos, con la venta de sus productos en forma rápida y las capacidades adquiridas le permitirán establecer estrategias para resolver problemas sus roles laborales.

Por su parte las autoridades manifiestan que ayudarán a los pobladores a formar sus Medianas y pequeñas empresas (Mypes) de acuerdo al Decreto de Ley N°1086, donde se da facultades que cualquier persona natural o jurídica puedan formar pequeñas empresas y desarrollar actividades de comercialización de bienes, todo ello bien articulado con las diferentes especialidades y niveles de la formación técnica podremos mejorar nuestra oferta formativa y en nuestro caso en el ciclo básico se desarrollan competencias laborales para la ejecución de operaciones propias del proceso productivo elemental y de acuerdo con la capacidad instalada que tenemos como son nuestras maquinarias, equipos y herramientas.

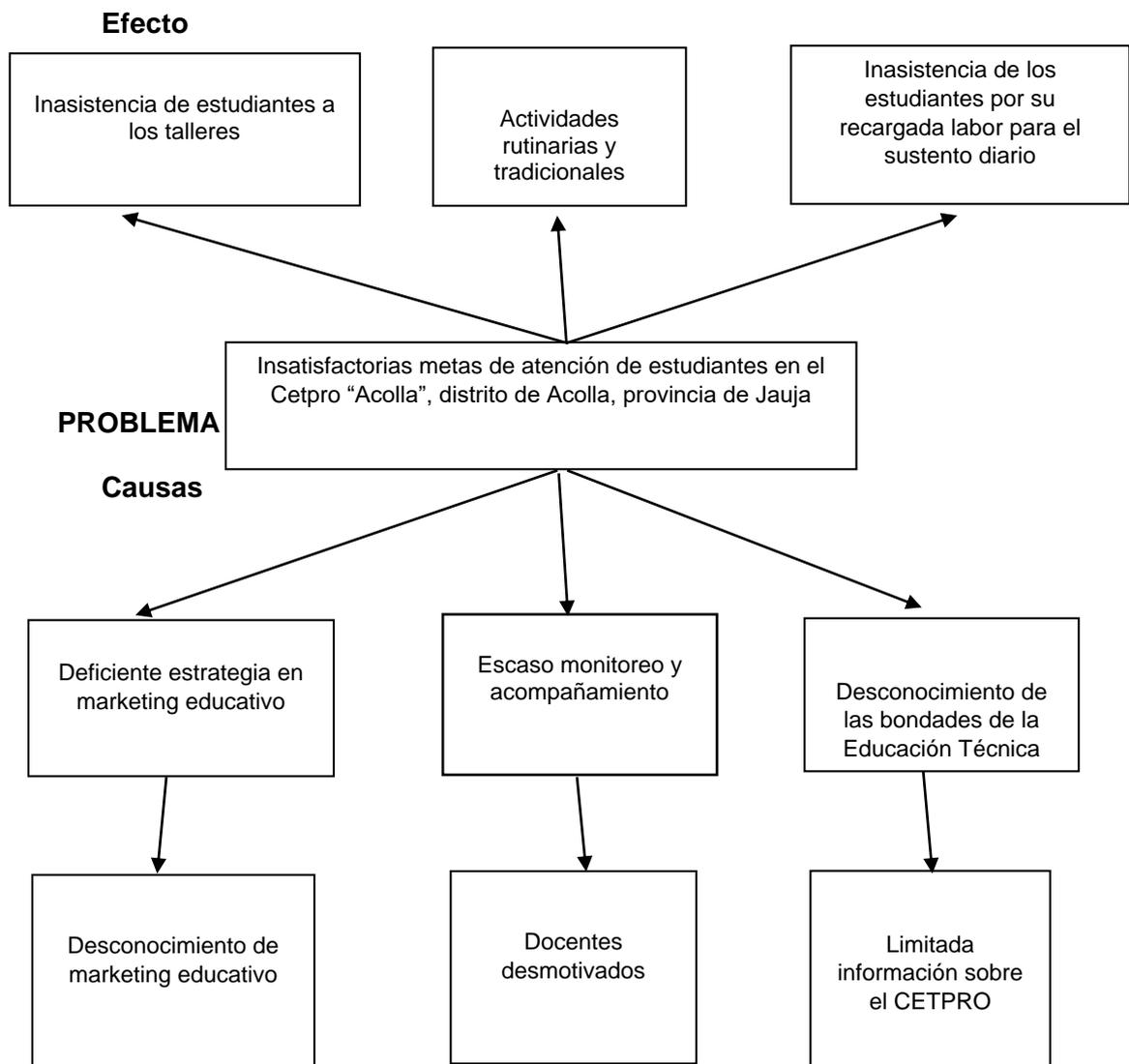
Como se puede observar, la comunidad educativa se encuentra involucrada en la problemática, entonces nuestra labor directiva cobra importancia a través del liderazgo pedagógico, incluyendo nuestras habilidades interpersonales que siempre deben estar presente en nuestro actuar y el empoderamiento de las capacidades en los docentes que recae positivamente en el aprendizaje de los estudiantes con el monitoreo y acompañamiento personalizado de su práctica pedagógica, todo ello bajo un clima institucional favorable.

Referencias

- Latorre, A (2003). *La investigación – acción*. Barcelona: Editorial GRAO
- Manes, J. (1997). *Marketing para instituciones educativas*, Brasil: Editorial
- Mesina, G. (1996). *La Educación Técnica y la Formación Profesional*, Chile: Editorial
- Ministerio de Educación del Perú (2014). *Fascículo de Gestión Escolar Centrada en los Aprendizajes*, Perú: Editorial Camangraf.
- Ministerio de Educación del Perú (2016). *Currículo Nacional de la Educación Básica 2016*. Lima, Perú: Editorial Camangraf.
- Ministerio de Educación del Perú (2017). *Texto del Módulo IV: Gestión Curricular, Comunidades de Aprendizaje y Liderazgo Pedagógico*. Lima, Perú: Editorial Camangraf.
- Ministerio de Educación del Perú (2017). *Plan de acción y buena práctica para el fortalecimiento del liderazgo pedagógico; Guía para el participante – Tercer Fascículo*. Lima, Perú: Editorial Camangraf.
- Ministerio de Educación del Perú (2017). *Asesoría a la gestión escolar y CIAG; Orientaciones, protocolos e instrumentos; Guía del participante – Tercer Fascículo*. Lima, Perú: Editorial Camangraf.
- Ministerio de Educación del Perú. (2006). *Diseño Curricular Básico de Educación Técnico Productiva*, Lima, Perú: Editorial
- Rodríguez Sosa, Jorge. (2005)- *La investigación Acción Educativa*. Lima: Editorial DOXA
- Tantalean, L., y otros. *El monitoreo pedagógico en el desempeño profesional docente*. Recuperado de dim.pangea.org/revistaDIM33/docs/DIMAR333monitoreo.docx.
- UNESCO (2011). *Manual de gestión para Directores de Instituciones Educativas*. Lima, Perú: Biblioteca Nacional del Perú.

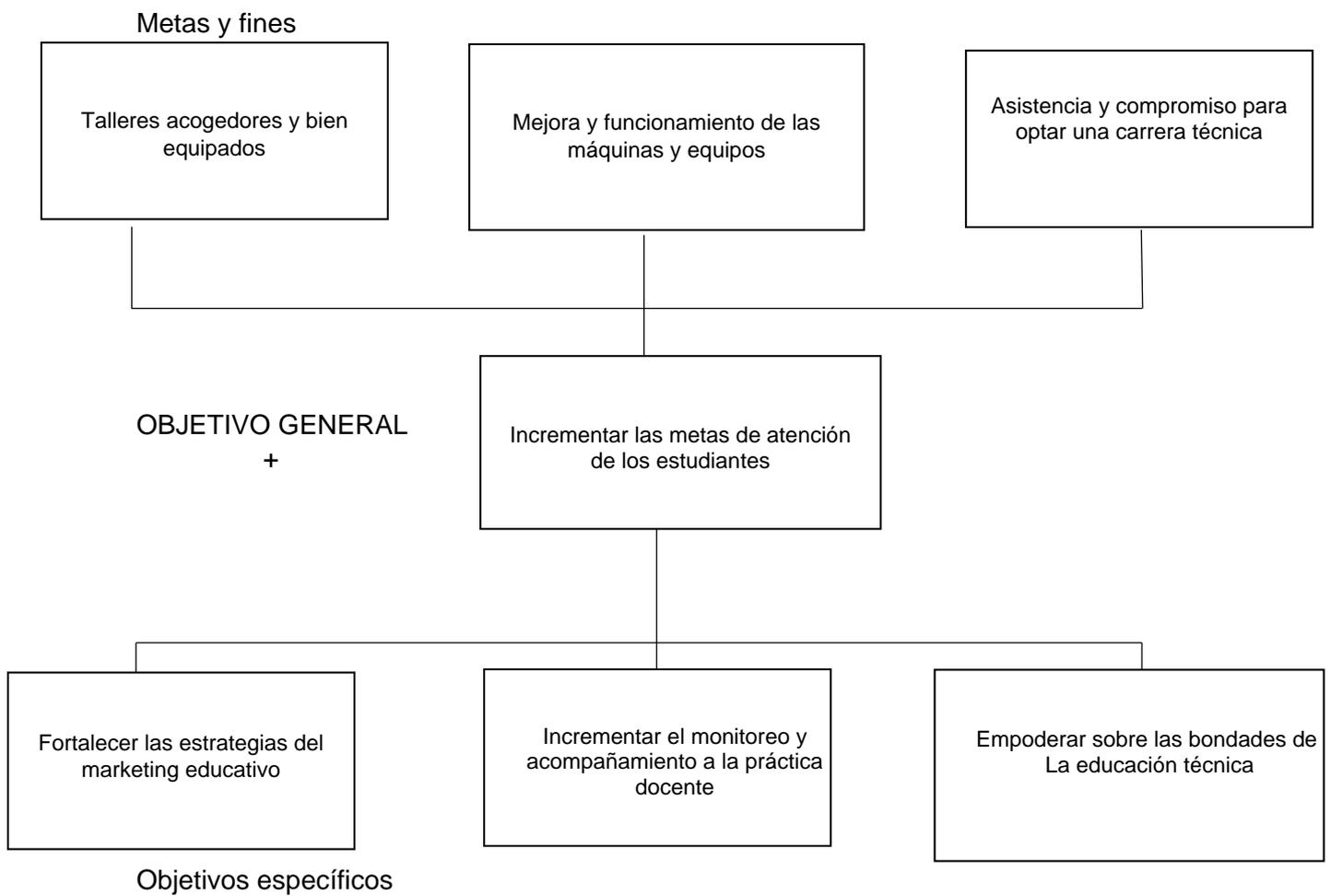
Anexos

Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia

Árbol de objetivos



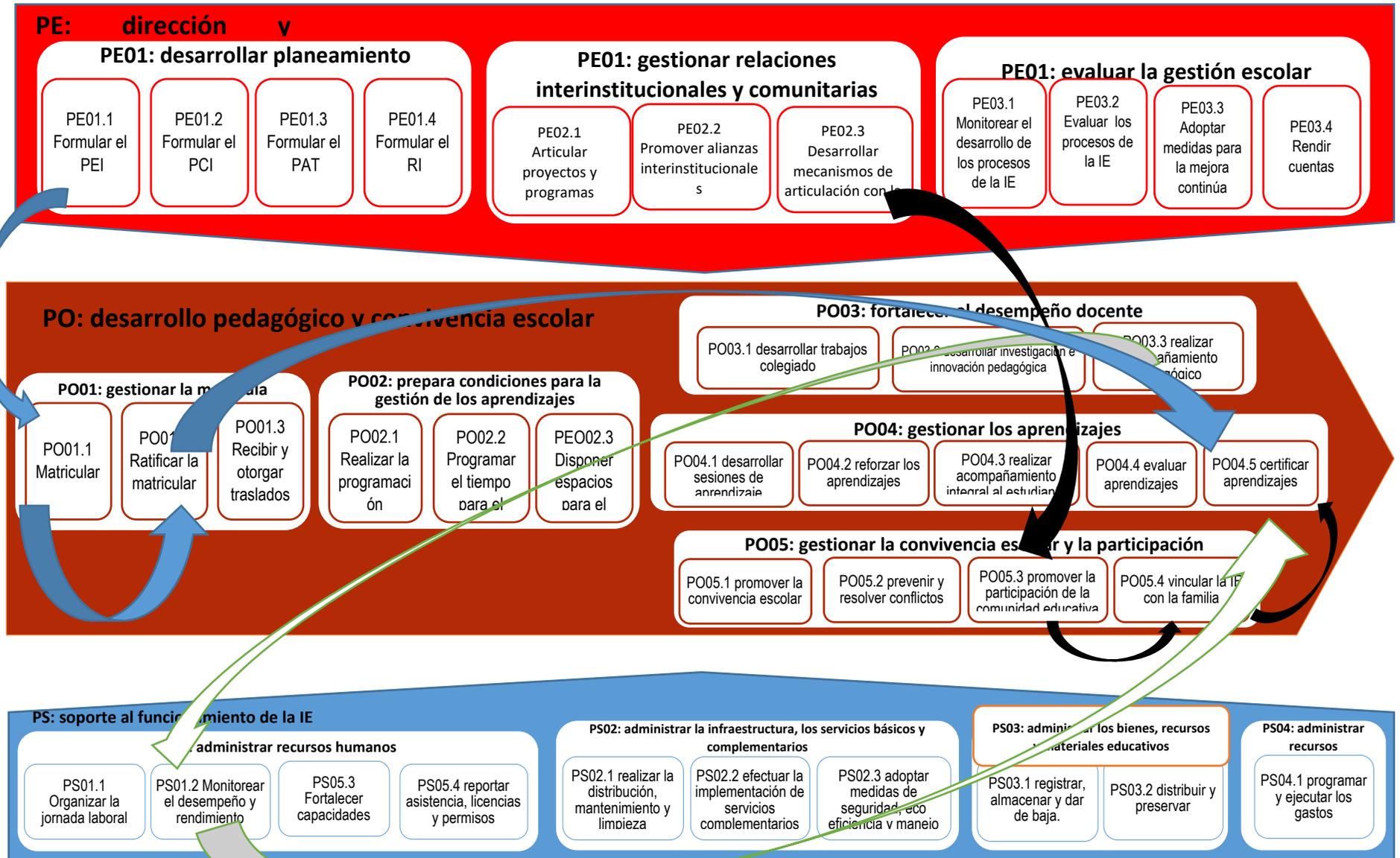
Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DE COHERENCIA

Problema		Propuestas de solución		
Insatisfactorias metas de atención de estudiantes en el Cetpro Acolla		Objetivo General: Incrementar las metas de atención de estudiantes en el Cetpro Acolla		
Causa	Efecto	Objetivo Especifico	Alternativas de solución	Acciones
Deficiente estrategia en marketing educativo.	Inasistencia de estudiantes a los talleres	Fortalecer el marketing educativo	Implementación del marketing educativo para incrementar las metas de atención de estudiantes	* Charlas de sensibilización a los docentes para abordar el problema de la poca demanda en matricula de estudiantes *Capacitación al equipo de docentes en marketing educativo *Ejecución y evaluación del plan de marketing *Sensibilización sobre la Importancia del monitoreo
Escaso monitoreo y acompañamiento	Actividades rutinarias y tradiciones	Incrementar el monitoreo y acompañamiento a la práctica docente	Aplicación del monitoreo y acompañamiento personalizado a los docentes de las diferentes especialidades para el fortalecimiento de la práctica pedagógica	* Ejecutar el monitoreo y acompañamiento * Asesoramiento personalizado a los docentes
Limitada información sobre las bondades del CETPRO	Inasistencia de los estudiantes por su recargada labor para el sustento diario	Empoderar sobre las bondades de la educación técnica	Organización y ejecución de charlas sobre la educación técnica para sensibilizar a la población estudiantil	*Sensibilizar a los estudiantes sobre los estudios técnico productivos *Sensibilizar a la población estudiantil sobre la educación técnica *Empoderamiento de la oferta formativa
Meta: (describir en porcentaje qué resultados espera lograr) <ul style="list-style-type: none"> • Talleres acogedores y bien equipados en un 90% • Mejorar el monitoreo, acompañamiento y la práctica pedagógica 100% • Asistencia y compromiso de los estudiantes para optar una carrera técnica en un 100% 				

Fuente: Elaboración propia

MAPA DE PROCESOS DE LA IE



Fuente: Adaptado del módulo 2 de Planificación Curricular. Minedu (2016)

Evidencias de registros de información

Entrevista para los docentes.

Instrumento: Guía de entrevista

Fuente/Informante: Docentes

Tiempo: 10 minutos

Número de participantes: 3 docentes

Preguntas:

1. ¿Cómo hemos venido haciendo Marketing Educativo en el Cetpro?
2. ¿La estrategia básica del Marketing Educativo de qué manera ayudará al Cetpro?
3. ¿Por qué el Cetpro no cuenta con un Plan de Marketing Educativo?

Entrevista para los estudiantes.

Instrumento: Guía de entrevista

Fuente/Informante: Estudiantes

Tiempo: 10 minutos

Número de participantes: 3 estudiantes

Preguntas:

1. ¿Por qué hay escaso interés por la Educación Técnica?
2. ¿Conoces las bondades que te ofrece la Educación Técnica?
3. ¿Cómo el Cetpro desarrollará una función productiva para tu hogar?

Entrevista para los docentes

Instrumento: Guía de entrevista

Fuente/Informante: Docentes

Tiempo: 10 minutos

Número de participantes: 3 docentes

Preguntas:

1. ¿De qué manera se dio cumplimiento al monitoreo?
2. ¿En qué medida te ayuda a mejorar tú practica pedagógica el acompañamiento?
3. ¿Consideras pertinentes los instrumentos aplicados en el monitoreo? ¿Por qué?

GUIA DE ENTREVISTA

Instrucción

Estimado docente, el presente instrumento tiene preguntas que busca acopiar información relevante, relacionado al problema priorizado como son las insatisfactorias metas de atención de estudiantes en el Centro de Educación Técnico Productiva Acolla, su respuesta sincera nos servirá para el análisis y sistematización y realizar la categorización del Plan de Acción a implementar en el año 2018.

Preguntas:

1. ¿Cómo hemos venido haciendo Marketing Educativo en el Cetpro?
Se ha utilizado la difusión radial, con volantes y afiches, perifoneos y no es la adecuada para la retención de estudiantes y se debe buscar mejores estrategias.
2. ¿La estrategia básica del Marketing Educativo de qué manera ayudará al Cetpro?
Ayudaría a tener un posicionamiento estratégico de nuestra institución con las demás mediante un plan que realizáramos y nos organizaríamos mejor.
3. ¿Por qué el Cetpro no cuenta con un Plan de Marketing Educativo?
Porque desconocemos las partes del plan y no tenemos objetivos claros de lo que se quiere y buscar estrategias a seguir con la propaganda.

Gracias.

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

GUIA DE ENTREVISTA

Instrucción

Estimado docente, el presente instrumento tiene preguntas que busca acopiar información relevante, relacionado al problema priorizado como son las insatisfactorias metas de atención de estudiantes en el Centro de Educación Técnico Productiva Acolla, su respuesta sincera nos servirá para el análisis y sistematización y realizar la categorización del Plan de Acción a implementar en el año 2018.

Preguntas:

1. ¿De qué manera se dio cumplimiento al monitoreo en el Cetpro?
CON FICHAS QUE SE APLICÓ EN LAS VISITAS Y
CON LA REVISIÓN DE LOS DOCUMENTOS TÉCNICO PEDAGÓGICOS Y ADMINISTRATIVOS.
2. ¿En qué medida te ayuda a mejorar tu práctica pedagógica el acompañamiento?
CUANDO NOS MONITOREAN DEBEN DE TENER MÁS
CUIDADO Y DEBEN TENER ESTRATEGIAS QUE NOS
AYUDEN A NUESTRO TRABAJO.
3. ¿Consideras pertinentes los instrumentos aplicados en el monitoreo? ¿Por qué?
SI, PORQUE LAS FICHAS SON EXCLUSIVAS PARA
EDUCACION TÉCNICO PRODUCTIVA Y DEBE SER EL
MONITOREO CON MÁS FRECUENCIA POR LO MENOS BIMESTRAL
PARA MEJORAR.

Gracias.

Fuente: Elaboración propia

GUIA DE ENTREVISTA

Instrucción

Estimado estudiante, el presente instrumento tiene preguntas que busca acopiar información relevante, relacionado al problema priorizado como son las insatisfactorias metas de atención de estudiantes en el Centro de Educación Técnico Productiva Acolla, su respuesta sincera nos servirá para el análisis y sistematización y realizar la categorización del Plan de Acción a implementar en el año 2018.

Preguntas:

1. ¿Por qué hay escaso interés por la educación técnica?
Porque no hay noticias de las carreras o especialidades que ofrece y no hay difusión de lo que ofrece y no sabemos como nos ayudaría laboralmente.
2. ¿Conoces las bondades que te ofrece la educación técnica?
No, porque desconocemos la oferta formativa que maquinarias tienen y como solventamos los materiales a utilizar y que clase de productos produciríamos.
3. ¿Cómo el Cetpro desarrollaría una función productiva para tu hogar?
Cuando las especialidades que ofrece el Cetpro nos ayuda a ser competentes laboralmente y que nos ayudaría a formar nuestro propio taller.

Gracias.

Evidencias fotográficas



Entrevista a los estudiantes



Entrevista a los docentes

