

Gestión, liderazgo y valores en la administración de la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Ecotec, durante el periodo 2010 - 2011

Mg. Gilda Alcívar García

Magister en Gerencia y Liderazgo Educativo, Diplomados en Gerencia Educativa; en Gestión Curricular por Competencias. Licenciada en Comunicación, con especialización en Periodismo Internacional. Fue Directora del Programa de Televisión “¿Cómo Lo Hiciste?”, transmitido a nivel nacional. Fue coordinadora del Programa de Capacitación para docentes fiscales bajo el Convenio entre el Ministerio de Educación y la Universidad Ecotec. Representante de la U. Ecotec ante la Asociación Latinoamericana de Carreras Universitarias de Relaciones Públicas (ALACAURP).

Ha sido coordinadora de las carreras de Tecnologías de la Comunicación de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Actualmente ejerce el decanato de la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Ecotec.

galcivar@universidadecotec.edu.ec

RESUMEN

El siguiente artículo corresponde al resumen de un trabajo de investigación sobre el análisis situacional del liderazgo en la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Tecnológica Ecotec, en el periodo 2010-2011.

A través de encuestas, entrevistas y observación directa se analizó el tipo de liderazgo desarrollado en la Facultad, en las diversas instancias: directivas, docentes y estudiantiles.

Con una población de 418 estudiantes, 33 docentes y 11 directivos, la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Tecnológica Ecotec es la segunda en crecimiento y número de estudiantes de la Universidad, así como la única en mantener hasta la fecha a la misma decana desde su fundación.

Como resultado del proceso de investigación, se evidenció fuertes y definidos liderazgos en la parte directiva y docente. Sin embargo había nulas señales de liderazgo estudiantil.

Ante esta perspectiva, se decidió realizar la propuesta de activación de las fraternidades estudiantiles con el fin de detectar a los líderes estudiantiles positivos y fomentarlos en su desarrollo personal, profesional, así como de motivadores de sus compañeros hacia el involucramiento de las actividades estudiantiles co-curriculares que organiza la Universidad. Las fraternidades buscan ser espacios de identificación estudiantil que promuevan actividades lideradas por estudiantes mismos en pos de activar la participación estudiantil activa. Dentro de los reglamentos de la Universidad Ecotec consta la creación de las fraternidades estudiantiles, sin embargo aún no han sido realizadas.

Este proyecto busca proponer una participación más activa de líderes estudiantiles como figuras más cercanas a sus pares, con resultados más efectivos en la consecución de metas comunes para la Universidad y para los estudiantes.

PALABRAS CLAVE

Liderazgo, Participación, Fraternidades Estudiantiles, Liderazgo Estudiantil, Gestión.

ABSTRACT

The following article represents an abstract from a situational analysis from 2010 to 2011 of the Marketing and Communication School of Universidad ECOTEC.

With the use of polls, interviews and direct observation, the author was able to analyze the type of leadership developed at the School, within various instances: directors, professors and students.

With a population of 418 students, 33 professors and 11 staff members, the Marketing and Communication School of Universidad ECOTEC is the second fastest growing unit of the University, as well as the only one to keep the same Dean since its foundation.

As a result of the research, we saw strong and defined leadership styles in the faculty and professor staff, nevertheless, there was no sign of student leadership.

Upon these results, Ecotec is proposing to activate student brotherhoods so as to detect positive student leaders and help them to grow personally, professionally and motivate their fellows to participate in co-curricular activities within the University.

University brotherhoods are to be seen as spaces of student identity and interaction promoting participation in activities created by students themselves. The creation of brotherhoods are part of the University's handbook even though they haven't been active yet.

This project is looking to achieve more active participation from student leaders as role models for their partners producing more effective results in the achievement of common goals for University as well as for the students.

KEYWORDS

Leadership, Participation, University Brotherhoods, Student Leaders, Management.

1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Ecotec es una institución joven con cinco años de creación (aprobada por el Congreso Nacional, el 18 de diciembre del 2006) que cuenta con una estructura académica y docente en crecimiento, de acuerdo al incremento estudiantil y las exigencias propias de la Ley.

Al ser una institución de reciente creación, es el momento idóneo de realizar un diagnóstico y análisis sobre la gestión en varios aspectos. En el caso que concierne a este trabajo, se analizará la gestión desde el punto de vista de los valores y el liderazgo, de lo llevado específicamente en la Facultad de Marketing y Comunicación, segunda en número de estudiantes de toda la Universidad.

El nacimiento de la universidad, su cimentación en la parte académica y administrativa, la obtención de la certificación de calidad ISO 9001-2000, la apertura de una nueva sede en Samborondón, la incorporación a la Asociación Latinoamericana de Relaciones Públicas (ALACAP) son algunos de los hitos importantes que a lo largo de estos años han ido marcando el ritmo de la facultad desde su presentación en sociedad, hasta la culminación de su primer periodo cuatrienal.

En el estudio del liderazgo existen dos formas de enfoques sobre el mismo: los enfoques tradicionales y los enfoques relacionales. Los primeros centran su atención en la figura del líder: sus cualidades y comportamiento, considera al liderazgo como un fenómeno unipersonal. (Quintina Martín – Moreno Cerrillo 2007).

En el enfoque relacional se concibe al liderazgo como un fenómeno que nace de las relaciones interpersonales, donde se analiza la influencia mutua entre el líder y el seguidor.

Desde el enfoque tradicional de rasgos y carismático, en una dimensión psico-afectiva se define al líder como una persona con facilidad de palabra, auto-confianza, auto-control, inconformidad que lo lleva siempre a buscar el cambio para mejorar, sociabilidad que le permite relacionarse con sus congéneres, popularidad que lo hace tener una buena imagen ante los demás, cooperación que lo proyecta como alguien en quien confiar.

En el presente trabajo se propone analizar el liderazgo en sus diversas escalas, desde la cabeza visible de la facultad: el decanato, hasta la forma efectiva de ejercerla de los profesores en el aula. De acuerdo al resultado del diagnóstico, se realizará un análisis para el fortalecimiento de

las líneas de liderazgos seccionales.

Para la Facultad de Marketing y Comunicación, así como para cualquier organización académica que se precie de serlo el realizar un análisis de sus jerarquías y liderazgos es importante para replantear estrategias de crecimiento y proyección. El liderazgo no debe basarse en una persona cuyo cargo tiene un plazo definido, sino construirse con las relaciones interpersonales en varios niveles. Es aquí como, en una estructura dinámica como una facultad toma especial relevancia las líneas de liderazgo su aplicación directa en la consecución de metas.

MARCO TEÓRICO

EL LIDERAZGO

Es el proceso mediante el cual el directivo o equipo directivo determinan las acciones a seguir (planificación), según los objetivos institucionales, necesidades detectadas, cambios deseados, nuevas acciones solicitadas, implementación de cambios necesarios, y la forma como se realizarán estas acciones (estrategias, acción) y los resultados que se lograrán.

El diccionario de Real Academia Española de Lengua en su edición digital señala que gestión proviene

del lat. *gestiō*, *-ōnis*, cuyos significados son:

1. f. Acción y efecto de gestionar.
2. f. Acción y efecto de administrar.

Al referirnos a organizaciones y personas es fundamental hablar sobre los conductores, los líderes que son aquellos que logran el éxito de sus organizaciones y que orientan a sus colaboradores a trabajar en pos de metas comunes. El líder como toda persona posee muchos defectos y virtudes que debe conocer para poder potenciar esas virtudes y canalizar esos defectos; esto implica el conocimiento propio para luego entender a los demás y reflejar lo que quiere lograr.

Aunque hay algunos los términos “gestión” y “liderazgo” son sinónimos, debe hacerse una distinción entre ambos términos. Para efectos reales, puede haber líderes de no organizados en absoluto, mientras que sólo puede haber administradores, tal como los concebimos aquí, en condiciones de estructuras organizadas generadoras de funciones.

Distinguir entre liderazgo y gestión ofrece importantes ventajas analíticas. El liderazgo es un aspecto importante de la administración. La capacidad para ejercer un liderazgo efectivo es una de las claves para ser administrador

eficaz; así mismo, el pleno ejercicio de los demás elementos esenciales de la gestión tiene importantes consecuencias en la certeza de que un administrador será un líder eficaz, los administradores deben ejercer todas las funciones que corresponden a su papel a fin de combinar recursos humanos y materiales en el cumplimiento de objetivos.

La clave para lograrlo es la existencia de funciones claras y de cierto grado de discrecionalidad o autoridad en apoyo a las acciones de los administradores.

La esencia del liderazgo son los seguidores. En otras palabras, lo que hace que una persona sea líder es la disposición de la gente a seguirla. Además, la gente tiende a seguir a quienes le ofrecen medios para la satisfacción de sus deseos y necesidades.

El liderazgo y la motivación están estrechamente interrelacionados. Si se entiende la motivación, se apreciará mejor qué desea la gente y la razón de sus acciones.

Además de la definición de la RAE citada al inicio, otras definiciones son:

“El liderazgo es un intento de influencia interpersonal, dirigido a través del proceso de comunicación,

al logro de una o varias metas” de Raliph M. Stogdill, quien en su resumen de teorías e investigación del liderazgo, señala que “existen casi tantas definiciones del liderazgo como personas que han tratado de definir el concepto.

En primer término, el liderazgo involucra a otras personas; a los empleados o seguidores. Los miembros del grupo; dada su voluntad para aceptar las órdenes del líder, ayudan a definir la posición del líder y permiten que transcurra el proceso del liderazgo; si no hubiera a quien mandar, las cualidades del liderazgo serían irrelevante.

En segundo el liderazgo entraña una distribución desigual del poder entre los líderes y los miembros del grupo. Los miembros del grupo no carecen de poder; pueden dar forma, y de hecho lo hacen, a las actividades del grupo de distintas maneras. Sin embargo, por regla general, el líder tendrá más poder.

El tercer aspecto del liderazgo es la capacidad para usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de los seguidores, de diferentes maneras.

De hecho algunos líderes han influido en los soldados para que mataran y algunos líderes han influido en los empleados para

que hicieran sacrificios personales para provecho de la compañía. El poder para influir nos lleva al cuarto aspecto del liderazgo. El cuarto aspecto es una combinación de los tres primeros, pero reconoce que el liderazgo es cuestión de valores. James MC Gregor Burns argumenta que el líder que para por alto los componentes morales del liderazgo pasará a la historia como un malandrín o algo peor.

El liderazgo moral se refiere a los valores y requiere que se ofrezca a los seguidores suficiente información sobre las alternativas para que, cuando llegue el momento de responder a la propuesta del liderazgo de un líder, puedan elegir con inteligencia.

Chiavenato, Idalberto (1993), Destaca lo siguiente:

“Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos”.

Cabe señalar que aunque el liderazgo guarda una gran relación con las actividades administrativas y el primero es muy importante para la segunda, el concepto de liderazgo no es igual al de administración. Warren Bennis, al escribir sobre el liderazgo, a efecto de exagerar la diferencia, ha dicho que la mayor

parte de las organizaciones están sobreadministradas y sublidereadas. Una persona quizás sea un gerente eficaz (buen planificador y administrador) justo y organizado-, pero carente de las habilidades del líder para motivar.

Otras personas tal vez sean líder eficaces – con habilidad para desatar el entusiasmo y la devoción --, pero carente de las habilidades administrativas para canalizar la energía que desatan en otros. Ante los desafíos del compromiso dinámico del mundo actual de las organizaciones, muchas de ellas están apreciando más a los gerentes que también tiene habilidades de líderes.

IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN

1. PARA MEJORAR (déficit, ineficiencia, necesidad, algo que puede ser mejor).
2. PARA FORTALECER (eficiente, se hace bien y debe mantenerse, ampliar, etc.)
3. PARA DESARROLLAR (no existe y es necesario, algo nuevo, nuevas estrategias)

Componentes Esenciales de la Gestión

PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES.- Según los objetivos de proyecto educativo institucional

u objetivos emergentes. Según los recursos disponibles y la capacidad de programación.

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.- Según las características de los recursos y las condiciones favorables y desfavorables, internas y externas, cuál sería la mejor forma de realizar las acciones.

VISUALIZACIÓN DE RESULTADOS ESPERADOS.- Según los objetivos que guían la planificación definir cuáles serían los posibles resultados a esperar y su impacto interno o externo.

EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN.- Según lo planificado determinar las mejores condiciones de realización del proceso según las competencias y características de los resultados, fijando niveles de calidad o condiciones óptimas de realización.

**Liderazgo Educativo:
Concepto, Tipos, Características de cada tipo.**

Concepto Liderazgo Educativo:

Es el proceso de ejercer una influencia mayor que lo que permite la estructura de dirección, más de lo que ella posibilita.

Liderazgo es la influencia

interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de la comunicación humana para la consecución de uno o de diversos objetivos específicos

En el caso específico de la formación profesional, el liderazgo traspasa las fronteras de la universidad y se vincula con el mundo empresarial, ya que se ejerce en el proceso pedagógico profesional, que incluye el proceso productivo de la empresa.

Por consiguiente, el liderazgo en una institución de educación superior se ejerce tanto por la cabeza de la Universidad, así como por el director de la empresa, tanto por el profesor como por los estudiantes. (Vergara, El auténtico liderazgo, los atributos esenciales de un gran líder)

Se debe considerar como piezas claves del liderazgo educativo, el compromiso efectivo de los directivos en orientar, dirigir, facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Así mismo las gestiones de los directivos en búsqueda de la coordinación de los esfuerzos de los miembros de la institución para resolver dificultades y lograr objetivos institucionales en conjunto.

La gestión y liderazgo son acciones

diferentes pero complementarias que permiten cumplir con las metas propuestas, así como hacer uso eficiente de los recursos académicos, intelectuales y materiales de la organización.

Diferencia entre Directivo y Líder
Ser directivo y líder no son la misma cosa. Ni ser uno, implica que se es automáticamente lo otro.

DIRECTIVO	LÍDER
Existe por la autoridad.	Existe por la buena voluntad.
Considera la autoridad un privilegio de mando.	Considera la autoridad un privilegio de servicio.
Inspira miedo.	Inspira confianza.
Sabe cómo se hacen las cosas.	Enseña cómo hacer las cosas.
Le dice a uno: ¡Vaya!	Le dice a uno: ¡Vayamos!.
Maneja a las personas como fichas.	No trata a las personas como cosas.
Llega a tiempo.	Llega antes.
Asigna las tareas.	Da el ejemplo.

El directivo es una persona cuyas responsabilidades existen meramente por la autoridad en él/ella investidas por el cargo que desempeña, cuya influencia en los demás (en su equipo de trabajo) nace solamente de la responsabilidad de la dirección y del cumplimiento.

Sin embargo, el líder es aquella figura inspiradora, motivadora que mueve y promueve las mejores características de sus colaboradores en fin de la consecución de una meta en común.

En el mundo empresarial y educativo actual, es muy posible que los líderes lleguen a ocupar cargos directivos ya que el liderazgo es una de las competencias profesionales que se están considerando más importantes para manejar a grandes grupos de personas.

En el siguiente cuadro comparativo podemos ver las principales diferencias entre directivo y líder:

Cuadro 1. Autor: Andrés Ponce De León tomado de www.fjujijano.com

DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN Y LIDERAZGO DESDE EL ANÁLISIS DE LOS DOCUMENTOS DE PLANIFICACIÓN EDUCATIVA.

Instrumentos de gestión educativa en donde se evidencia la gestión en liderazgo y valores.

Como parte de la institucionalidad de la Universidad Tecnológica Ecotec, se cuenta con múltiples documentos que norman las actividades docentes, estudiantiles y directivas de quienes trabajan en la universidad. Así mismo, se cumplen con las sesiones de los múltiples órganos directivos y académicos, tales como Comisión Académica, Consejo Directivo, Consejo de Disciplina, entre otros para que la toma de decisiones

transcendentales sean realizadas en el marco de la pluralidad, democracia y legalidad.

La estructura organizativa de la Universidad Tecnológica Ecotec.

1.1.1. Misión y Visión (tomadas del sitio web de la Universidad Tecnológica Ecotec

www.universidadecotec.edu.ec)

MISIÓN

Formar profesionales emprendedores y humanistas, con una cultura integracionista, solidaria y de paz para un mundo globalizado, conscientes de su responsabilidad social empresarial y ecológica, generadores de trabajo competitivo y cualitativo, contribuyentes al desarrollo social, económico, cultural y tecnológico.

ANÁLISIS

La misión de la Universidad Ecotec hace hincapié en los valores con los que quiere formar a sus graduados, tales como la integración, solidaridad y paz. Así mismo fomenta en su misión el hecho de formar emprendedores con conciencia ecológica y responsabilidad social.

VISIÓN

La Universidad Tecnológica ECOTEC será identificada y

reconocida por su proyección nacional e internacional, proyección científica humanista, dentro de una cultura de paz, pluralista, democrática y de respeto a los derechos humanos, comprometida con su entorno tecnológico, económico, social, cultural y medioambiental; constituida en referente de opinión pública que orienta a la sociedad ecuatoriana; y, por el liderazgo y emprendimiento de sus graduados en los sectores privado, público y social.

Una Alma Mater moderna, joven y dinámica con responsabilidad social, que rinde cuenta a la sociedad de su gestión académica, orientada hacia la excelencia en la investigación y la innovación, para la generación de nuevos conocimientos, que busca la mejora continua en el proceso de enseñanza- aprendizaje con una proyección para la formación a lo largo de toda la vida.

ANÁLISIS

La Universidad ECOTEC se proyecta como un referente de opinión pública, donde el resultado palpable de su gestión sean sus graduados caracterizados por el liderazgo y emprendimiento de sus acciones en los diversos sectores donde esté presente su accionar.

Al igual que en la misión, se tienen como escala de valores de

la formación universitaria a la paz, democracia, conciencia social y ecológica.

El clima académico y convivencia con valores.

Como parte de su formación académica, los estudiantes de la Universidad ECOTEC deben realizar sesenta horas de pasantías de vinculación con la colectividad, también conocidas como prácticas comunitarias. Estas se conciben como un tiempo en el que los estudiantes realizan actividades de labor social utilizando las competencias profesionales con las que están siendo formados. Es decir, una retribución del estudiante y de la Universidad hacia la comunidad.

La inclusión de las pasantías comunitarias como requisito obligatorio para la graduación en la Universidad ECOTEC busca fomentar el liderazgo social de los estudiantes, así como el trabajar con los valores de formación que reciben como ejes transversales durante la duración de su carrera universitaria.

Dimensión pedagógica curricular y valores.

Dentro del pensum académico de todas las carreras de la Universidad Ecotec, hay cuatro materias obligatorias comunes que atañen

directamente a la formación en valores y liderazgo:

- Emprendimiento (en el Preuniversitario)
- Ecología y Medio Ambiente (donde se hace hincapié en la conciencia ecológica y la repercusión de los actos personales y profesionales en el medio ambiente).
- Ética y Responsabilidad Social Empresarial
- Dirección y Liderazgo

Así mismo se puede recalcar que específicamente en la Facultad de Marketing y Comunicación hay una materia llamada Comunicación Entre Grupos y Equipos que trata sobre las habilidades de liderazgo en grupos y equipos de trabajo, y su relación directa con la forma y fondo de la comunicación.

Estas materias muestran que curricularmente la Universidad Ecotec se preocupa por la formación en valores.

Dimensión organizativa operacional y valores.

Predicar con el ejemplo se ha convertido en la regla con la que se mide la gestión operativa de los docentes de la Facultad de Marketing y Comunicación, y de toda la Universidad ECOTEC.

En las reuniones de docentes que se realizan anualmente, se hace mucho énfasis en la puntualidad que ellos exigen a los estudiantes y que debe ser reflejada por ellos como docentes en todos sus actos. Así mismo, se les pide a los docentes justicia y equilibrio en la forma de evaluar a sus estudiantes y respeto en el trato hacia ellos.

Dimensión administrativa y financiera y valores.

Para ser fiel al lema institucional que reza en latín “Res, Non Verba” (Hechos, no palabras), la Universidad ECOTEC practica el valor de la solidaridad mediante la entrega de becas y descuentos a alrededor del 20% del total de los estudiantes registrados por año. Así mismo, apoya la gestión de crecimiento profesional de sus colaboradores con el apoyo financiero para estudios de postgrado y capacitación continua.

Al finalizar el año, cada directivo debe realizar una rendición de cuentas donde se muestra la transparencia y efectividad de su gestión.

Dimensión comunitaria y valores.

Además de la realización de pasantías comunitarias obligatorias en todas las carreras de la Universidad, la Facultad de Marketing y

Comunicación se ha caracterizado por llevar a cabo a través de determinadas materias de sus pensums, eventos masivos para sectores vulnerables de la sociedad.

A través de estos eventos, la facultad busca que los estudiantes puedan poner en práctica las herramientas y competencias profesionales aprendidas y requeridas para la organización del mismo, llegando con su trabajo a sectores como niños de escasos recursos.

El trabajo realizado por la Facultad a lo largo de los 5 años de vida de la misma, ha podido concretar la realización de 8 grandes eventos organizados íntegramente por los estudiantes como parte de sus materias de Relaciones Públicas.

DISCUSIÓN

Posterior al análisis concienzudo de liderazgo que se lleva en la Universidad ECOTEC en general, así como en la Facultad de Marketing y Comunicación que se refleja a detalle en las encuestas que se realizaron en este trabajo, podemos ver que la Facultad cuenta con un tipo de liderazgo positivo, participativo y democrático entre quienes conforman la comunidad universitaria.

Como liderazgo participativo podemos entender la utilización

de instrumentos como la consulta, para practicar el liderazgo. Así mismo, el no delegar el derecho a tomar decisiones finales y señalar directrices específicas a sus subalternos pero consultando sus ideas y opiniones sobre muchas decisiones que les incumben.

De acuerdo a los docentes, los directivos de la facultad escuchan y analizan seriamente las ideas de sus colaboradores y aceptan sus contribuciones siempre que sean factibles y positivas. En el caso de los docentes de la Facultad, se los impulsa (desde la planificación operativa anual) a incrementar su capacidad de auto control y se los motiva a asumir más responsabilidad para guiar sus propios esfuerzos en pos del bienestar y avance de los estudiantes a su cargo.

Como hemos visto a lo largo de lo desarrollado en esta tesis, los liderazgos directivos y docentes están enfocados en buen camino, sin embargo el liderazgo estudiantil de la Facultad sujeto de este estudio, está en un nivel nulo.

En el caso de una universidad donde el 70% de la comunidad universitaria está conformada por los estudiantes, es necesario fomentar el liderazgo estudiantil con frutos concretos y planificados que puedan ser trabajados por el bienestar y avance de la misma

universidad, lo que se revertirá sobre sus estudiantes. Con esto se abre la discusión, ¿cómo una universidad que promueve la dirección y el liderazgo como una de sus materias obligatorias en el pensum, está desaprovechando a sus estudiantes para concretar esa formación en resultados reales?.

De ahí nace la propuesta de esta tesis, el abrir la opción de las fraternidades y demostrar que el liderazgo estudiantil bien llevado puede ser tan provechoso como el que se logra desde las aulas y desde los despachos directivos.

Una universidad joven y dinámica como la Universidad ECOTEC, de reciente creación, está en el momento de cimentar sus bases y comenzar bien. El cambio en estos momentos en sencillo de implementar y de direccionarlo hacia el camino correcto en beneficio de la comunidad universitaria.

El crea líderes desde las aulas universitarias es también tarea de la Universidad, y saber guiarlos y enseñarles a serlo, es la tarea más importante de la formación integral de nuestros jóvenes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

Como parte de este proyecto se

concluye lo siguiente:

- Hay fuertes líneas de liderazgo directivo y docente, tal como lo demuestran los resultados de las encuestas.
- Se maneja un estilo de liderazgo carismático y democrático por parte de los profesores.
- Los directivos están cumpliendo con sus funciones de líderes dentro del entorno social.
- La parte estudiantil tiene un bajo nivel de participación en actividades académicas co-curriculares, por falta de líderes estudiantiles que motiven su integración.

Por lo tanto, se recomienda:

- Activar las fraternidades estudiantiles.
- Fomentar el desarrollo de líderes estudiantiles como figuras positivas entre los estudiantes que fomenten la integración en actividades co-curriculares.
- Apoyar gestiones estratégicas con estos líderes estudiantiles a favor de las metas organizacionales y académicas de la Universidad.
- Hacer un seguimiento al plan de trabajo de los representantes fraternos, para asegurar su cumplimiento e implementación.

PROPUESTA DE MEJORA

Título de la propuesta:

Activación de las fraternidades estudiantiles en la Facultad de Marketing y Comunicación, en búsqueda del involucramiento estudiantil en las actividades académicas co-curriculares de la Universidad Tecnológica Ecotec.

JUSTIFICACIÓN

Después de haber realizado un análisis situacional del liderazgo y gestión en la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Ecotec, se evidenció que hay liderazgo directivo y docente bien marcado, sin embargo no hay hechos que permitan destacar liderazgo estudiantil, sino que denotan una falta de involucramiento en las actividades académicas co-curriculares.

Situaciones como el tener un alto número de estudiantes – trabajadores, ser una universidad de horario nocturno solamente, así como mantener un sistema de créditos académicos donde los estudiantes no siguen sus materias por ciclos definidos, sino por pre-requisitos por lo que van variando cada periodo de compañeros, nos llevan a tener un bajo nivel de participación estudiantil en actividades que la Universidad realice.

Ante esta situación, se considera en esta propuesta el hallar líderes

estudiantiles que se vuelvan ejemplo y motivadores ante sus compañeros, para que puedan promover las actividades co-curriculares de la Universidad.

Como parte de los reglamentos de la Universidad Ecotec, se considera la formación de fraternidades como órganos estudiantiles de vinculación entre la comunidad universitaria y la colectividad, así como entre la primera y la dirección de la Universidad.

Sin embargo, en los cuatro años de vida de la Universidad Ecotec, estas fraternidades no han sido activadas en ningún momento, por lo que no hay representantes claros de los estudiantes ante los directivos académicos.

Objetivos de la propuesta

- Activar las fraternidades estudiantiles en la Universidad Tecnológica Ecotec.
- Lograr que las fraternidades estudiantiles sean semilleros de líderes estudiantiles positivos.
- Lograr mediante la participación de las fraternidades, el involucramiento de los estudiantes en actividades co-curriculares.
- Permitir que las fraternidades estudiantiles sean productoras de ideas y eventos académicos.

Localización y cobertura especial

Este proyecto se localizará en la sede principal de la Universidad Tecnológica Ecotec y cubrirá a todos los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación.

Población Objetiva

- 418 estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación.

Sostenibilidad de la propuesta

La sostenibilidad de la propuesta se basa en que está avalado dentro del reglamento "De las Fraternidades" de la Universidad Tecnológica Ecotec, por lo que la activación de las fraternidades sí tiene asiento legal.

BIBLIOGRAFÍA

- Bennis, Warren y Burt Nanus (1985), "Líderes: el arte de mandar, México: Merlin Libros.
- Calves Hernández, Silvio (1989). "Sobre técnicas de dirección y estilo de dirección", Problemas de Dirección. Cuba: Nr.2, SUPSCER.
- De Pree, Max. (1993). El auténtico liderazgo, los atributos esenciales de un gran líder. Argentina: Vergara Editor S.A.

- Fipella, Yaime y Ramón Pes Puig (1987). “Liderazgo Transformacional” Cuba: Revista “Alta Dirección”.
<http://www.educarchile.cl/Userfiles/P0001%5CFile%5C01-E1%20liderazgo%20en%20tiempos%20de%20cambio%20y%20reformas.pdf>
- Gibson, James; Ivancevich John; Donnelly James. (1994) Las Organizaciones, Comportamiento, Estructura, Procesos. Estados Unidos: Addison-Wesley Iberoamericana.
<http://cat.inist.fr/?aModele=afficheN&cpsid=14201077>
<http://www.monografias.com/trabajos15/liderazgo/liderazgo.shtml>
- González, Juan Carlos. (1988). “El Liderazgo, un punto de vista para su estudio”, Cuba: CETDIR.
<http://achavero.blogspot.com/2007/07/zaleznic-la-diferencia-entre-directivo.html>
- Kafedyan, Ovanes. (1987). “El Estilo de Dirección, ISDE. La Habana.”
<http://psicologiayempresa.com/diferencias-entre-lider-y-gerente.html>
<http://www.slideshare.net/rtoritte/el-directivo-como-lder>
- Peters, Tom y Nancy Austin. (1987). “Pasión por la Excelencia”. Cuba: Editorial de Ciencias Sociales
<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/liderazgo-organizacional.htm>
- Quintina Martín; Moreno Cerillo. (2007). Organización y Dirección de Centros Educativos Innovadores. El Centro Educativo Versátil. España: Mc. Graw Hill.
<http://apps05.ruv.itesm.mx/portal/promocion/cms/maestria.jsp?folio=3704>
http://www.ucp.ca.rimed.cu/edusoc/index.php?option=com_content&view=article&id=117&Itemid=133
- Robbins, Stephen (1994). Comportamiento Organizacional, Conceptos, Controversias y Aplicaciones. México: Prentice Hall.
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Papel-Del-Liderazgo-En-Las-Instituciones/457347.html>
<http://www1.monografias.com/trabajos74/valores-morales-liderazgo-instituciones-educativas/valores-morales-liderazgo-instituciones-educativas.shtml>
- Sayles, Leonard R. (1982). “Liderazgo”, México: Mc Graw-Hill.

Sitios web consultados: