



PARA TRABAJO DE DIPLOMA EN OPCIONAL TÍTULO DE LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

Propuesta de la asignatura Marketing Digital y Comercio Electrónico para el currículo optativo del plan de estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas

Autora: Arleth Babastro Leyva

Tutor: MSc. Osmany Aguilera Almaguer.

PENSAMIENTO

“Mejor es adquirir sabiduría que oro preciado;

Y adquirir inteligencia vale más que la plata.”

Proverbios 16:16

DEDICATORIA

A Dios por siempre guiarme, cuidarme y sostenerme.

A mi esposo por su apoyo, esfuerzo y sacrificio incondicional.

A mis padres, porque no existe forma de expresarle mi eterno amor y agradecimiento.

A mi hermana por su ayuda y alegría cuando más lo he necesitado.

A mi niño que es mi motivación y mi fuerza.

AGRADECIMIENTOS

Toda obra humana tiene muchas personas que la han alentado, este es el caso y aunque solo mencionaré a los más representativos, en mi agradecimiento hay lugar para todos.

Quisiera agradecer a mis padres, por estar siempre ahí para mí, entregándome todo sin pedir nada a cambio.

A mi familia, por el optimismo, el ánimo, la perseverancia y apoyo constante.

A mi esposo, por su compañía y dedicación en todo este tiempo.

A mi tutor, el MSc. Osmany Aguilera Almaguer por su sabiduría, por su confianza, por hacer un espacio en su limitado tiempo y brindarme su asesoría, por compartir sus conocimientos y experiencia en el desarrollo de este trabajo.

A mis amistades, en especial a (...), por sus consejos, alientos y alegrías compartidas en todo este trayecto.

Al colectivo de profesores del departamento de Contabilidad y Finanzas, por contribuir con sus conocimientos en mi formación profesional, por su exigencia y profesionalidad.

A los que de una forma u otra me han alentado en este camino.

A todos, GRACIAS

RESUMEN

El desarrollo de la enseñanza en nuestras universidades, es una tarea de gran importancia, es por ello que el Ministerio de la Educación Superior está sujeto a un proceso de perfeccionamiento del cual la carrera Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Holguín no ha estado exenta, con el objetivo de formar a un profesional de mayor calidad, capaz de resolver los principales problemas que surjan en su campo de acción. Al realizar un diagnóstico al proceso de enseñanza-aprendizaje de esta carrera se evidenció que en la Disciplina Sistema los estudiantes no están dotados de herramientas que les permitan desarrollarse en la actividad del Marketing Digital y Comercio Electrónico, limitando así el cumplimiento de los objetivos del modelo del profesional de la carrera Contabilidad y Finanzas, siendo este el problema social.

De lo anterior se deriva la no existencia del diseño curricular de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico, con todos sus componentes didácticos, lo que no posibilita el desarrollo de habilidades profesionales en los futuros egresados, lo cual constituye el problema científico que enfrenta esta investigación. Para resolver esta problemática, se procedió con el diseño curricular de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico, para el plan de estudio "E" de la Carrera Contabilidad y Finanzas. Para ello, se utilizan los métodos, procedimientos y técnicas de investigación que nos permitieron analizar el estado actual del proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura objeto de estudio, así como llegar a conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

The development of teaching in our universities, is a task of great importance, which is why the Ministry of Higher Education is subject to a process of improvement of which the accounting and finance of the University of Holguin has not been exempt, with the aim of training a higher quality professional, capable of solving the main problems that arise in his field of action. When making a diagnosis to the teaching-learning process of this career it was evident that in the Discipline System it is appreciated that the students are not equipped with tools that allow them to develop in the Digital Marketing and Electronic Commerce activity, limiting the fulfillment of the objectives of the professional model of the Accounting and Finance career, this being the social problem.

From the above is derived the non-existence of the curricular design of the optional II subject Digital Marketing and Electronic Commerce, with all its didactic components, which does not allow the development of professional skills in future graduates, which is the scientific problem facing this investigation. To solve this problem, we proceeded with the curricular design of the optional II subject Digital Marketing and Electronic Commerce, for the "E" study plan of the Accounting and Finance Career. To do this, we use the methods, procedures and research techniques that allowed us to analyze the current state of the teaching-learning process of the subject estudent object, as well as reach conclusions and recommendations.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1. ANÁLISIS TEÓRICO REFERENCIAL DE LA CONTABILIDAD CUBANA Y LOS FUNDAMENTOS DEL DISEÑO CURRICULAR.....	7
1.1 Breve reseña del surgimiento y desarrollo de la Contabilidad en Cuba....	7
1.2 Las Disciplinas y las Asignaturas en el currículo.....	27
CAPÍTULO 2. DISEÑO DEL CURRÍCULO ASIGNATURA OPTATIVA MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL PLAN DE ESTUDIO “E” DE LA CARRERA CONTABILIDAD Y FINANZAS.....	32
2.1 La Asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico.....	32
2.2. Análisis del diseño curricular de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para el plan de Estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas, a través de los componentes que lo integran.....	33
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES.....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	66
ANEXOS.....	72

INTRODUCCIÓN

La sociedad cubana exhibe, dentro de sus legítimas conquistas, el derecho de todos los ciudadanos a la educación, por lo que es necesario trabajar de manera consecuente para perfeccionar su calidad. La Educación Superior cubana, como parte vital del sistema de educación nacional, debe responder con la formación de profesionales que sean independientes, creativos y al mismo tiempo, reflexivos y críticos, capaces de enfrentar la problemática que se le plantea a un país como el nuestro que busca vías y alternativas para su desarrollo.

Las modificaciones del sistema económico y la existencia de un entorno cada vez más competitivo, tanto en el ámbito nacional como internacional, exigen un egresado que garantice un mejor control de los procesos derivados del uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), para contribuir con el aumento de la eficiencia y desempeño laboral. Todo ello para lograr una mejora cualitativa en el rendimiento de las organizaciones y aumentar la competitividad de estas.

Para formar un profesional cada vez más competente, en la Educación Superior Cubana se perfecciona el sistema de planes de estudio en las carreras universitarias, apoyándose en los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, el Modelo Económico y Social Cubano de desarrollo socialista y el Plan Nacional de desarrollo económico y social hasta el 2030. En estos se expone la necesidad de actualizar los programas de formación e investigación de las universidades en correspondencia a las necesidades económicas y sociales y al desarrollo de las nuevas tecnologías.

La carrera Contabilidad y Finanzas no se encuentra ajena a este proceso de perfeccionamiento, pues ha transitado por diferentes planes de estudio. Actualmente se encuentra enfrascada en una etapa de transformación hacia el plan de estudio "E", el cual reduce la cantidad de años de la especialidad de 5 a 4 años, en orden de dar respuesta a la creciente demanda de Licenciados en Contabilidad y Finanzas sin afectar la ya acostumbrada buena preparación y amplio perfil de los mismos.

Entre las novedades del nuevo plan de estudio con respecto a lo anterior se puede apreciar que es más flexible, pues permite a cada facultad conformar

su propio sistema de conocimientos teniendo en cuenta las necesidades y demandas del territorio, además se amplía el currículo optativo-electivo, permitiendo al alumno formarse de acuerdo a sus intereses y saldar inquietudes que no vea resueltas en su currículo base. Este plan está estructurado en 14 disciplinas del currículo base, y 4 del currículo optativo, las cuales incluyen asignaturas que pertenecen al currículo propio. En el currículo propio se incluye la Disciplina Sistema con la asignatura optativa II: Marketing Digital y Comercio Electrónico.

En un diagnóstico preliminar los estudiantes de la carrera Contabilidad y Finanzas que cursan el plan de estudio “D” manifiestan que no existe un programa para la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico; dicha asignatura es necesaria para garantizar la competencia del profesional que deberá formar la carrera, siendo esta la **problemática**. Esta asignatura, deberá desarrollar aspectos que permita adecuar la teoría a la práctica y dotar a los futuros contadores de habilidades, técnicas y conocimiento del Marketing Digital y Comercio Electrónico a partir del uso de las TIC.

Al realizar un diagnóstico al proceso de enseñanza-aprendizaje de la carrera se evidenció que presenta insuficiencias al no dotar a los estudiantes de herramientas que les permitan desarrollarse en la actividad del Marketing Digital y Comercio Electrónico, limitando así el cumplimiento de los objetivos del modelo del profesional y desarrollar los problemas en el sector empresarial, siendo este el **problema social**.

De lo anterior se deriva que el currículo del plan de estudio “E” no permite dotar a los estudiantes en lo referente a el Marketing Digital y el Comercio Electrónico, lo que impide el desarrollo de habilidades profesionales para cumplir las exigencias del modelo del profesional y los encargos del sector empresarial cubano, lo cual constituye el **problema de investigación**.

El problema planteado se manifiesta en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Disciplina Sistema de la carrera Contabilidad y Finanzas en el currículo optativo a través de la asignatura Marketing Digital y Comercio Electrónico, siendo este el **objeto de estudio** de la investigación.

Basándose en lo antes expuesto el **objetivo** de esta investigación lo constituye el perfeccionamiento del currículo optativo de la Disciplina Sistema a través de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para contribuir al modelo del profesional y responder los problemas del sector empresarial.

Se describe como **campo de acción**: Perfeccionar el currículo optativo de la Disciplina sistema .

A partir de lo antes mencionado se plantea como **idea a defender**: Si se perfecciona el currículo de la Disciplina Sistema a través de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico, se podrá dar cumplimiento a los requerimientos de la enseñanza universitaria contemporánea, referidos a la formación integral de los futuros egresados y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para dar solución al problema y cumplimiento del objetivo se realizaron las siguientes **tareas**:

1. Análisis teórico referencial del estudio de la enseñanza de la contabilidad cubana y los fundamentos del diseño curricular, teniendo en cuenta sus componentes didácticos.
2. Perfeccionar la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para el Plan de Estudio "E" de la carrera Contabilidad y Finanzas.
3. Realizar un análisis del diseño curricular de la carrera Contabilidad y Finanzas, a través de los componentes que lo integran.
4. Diseñar el programa de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico, aclarando las indicaciones metodológicas y de organización, así como los métodos y medios de enseñanza que se proponen utilizar.
5. Confeccionar el P1 de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico teniendo en cuenta su estructura.

En sintonía con las tareas trazadas se emplearon diferentes métodos, procedimientos y técnicas de investigación:

Métodos teóricos:

Histórico: para realizar un estudio histórico de la enseñanza de la Contabilidad en Cuba y en específico del Marketing Digital y Comercio Electrónico.

Lógico: para investigar las leyes generales y esenciales del funcionamiento del proceso de enseñanza-aprendizaje y del diseño curricular. Dentro de este método utilizamos el hipotético-deductivo al establecer la hipótesis de la investigación e identificar las categorías que intervienen.

Sistémico–estructural funcional: para diseñar el currículo de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico para el Plan de Estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas, teniendo en cuenta sus componentes, estructura, jerarquía de contenidos y las relaciones funcionales entre cada una de ellas.

Métodos empíricos:

Revisión documental: para la recopilación de datos e información acerca del Marketing Digital y Comercio Electrónico y sus procesos inherentes.

Apoyo con expertos: para obtener información, de los contadores y analistas de sistemas, acerca de las operaciones a realizar a través del Marketing Digital y Comercio Electrónico.

Procedimientos de investigación:

Análisis y síntesis: para separar toda la información recopilada y establecer la unión entre las partes previamente analizadas.

Técnicas de investigación:

Entrevista no estructurada: para obtener criterios e información de estudiantes, profesores, contadores y analistas de sistemas.

De nivel empírico:

Observación: se utilizó la observación directa para verificar la existencia del programa de la asignatura objeto de estudio, así como de la metodología para su diseño.

Encuesta: se realizó con el objetivo de obtener de manera clara, los conocimientos, opiniones y consideraciones que poseen profesores y estudiantes, relacionados con el problema de investigación.

Revisión de documentos: para recopilar información sobre los planes de estudios por los que ha circulado la carrera Contabilidad y Finanzas.

De nivel estadístico-matemático:

Cálculo porcentual: para interpretar los resultados obtenidos de los métodos teóricos y empíricos.

El trabajo está estructurado en: Introducción, donde se aborda la problemática existente y se muestra el diseño de la investigación. En el Capítulo I se presenta el marco teórico referencial de la investigación, donde se realiza un análisis de la enseñanza de la contabilidad superior en Cuba a través de los planes de estudio. Se brinda los fundamentos de diseño curricular y sus componentes didácticos, así como se caracteriza la Disciplina Sistema y la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico para el Plan de Estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas.

En el Capítulo II, se realiza un análisis del diseño curricular de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico para el plan de Estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas, a través de los componentes que lo integran. Posteriormente se diseña el programa de la asignatura, aclarando las indicaciones metodológicas y de organización, así como los métodos y medios de enseñanza que se proponen utilizar. Por último se confecciona el P1 de la asignatura teniendo en cuenta su estructura. El trabajo posee además, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO 1. ANÁLISIS TEÓRICO REFERENCIAL DE LA CONTABILIDAD CUBANA Y LOS FUNDAMENTOS DEL DISEÑO CURRICULAR.

El presente capítulo se hace una breve reseña histórica del surgimiento y desarrollo de la Contabilidad en Cuba y se analizan los planes de estudio por los que ha transitado la carrera; posteriormente se fundamenta el currículo y su diseño a partir de su concepción, etapas del diseño curricular, componentes, niveles de concreción y se valora el currículo como práctica y como proceso para concluir con la caracterización de los componentes didácticos en la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico teniendo en consideración la metodología y el programa para su diseño curricular.

1.1 Breve reseña del surgimiento y desarrollo de la Contabilidad en Cuba.

La contabilidad es un medio cuyo objetivo principal es proporcionar información útil en la toma de decisiones económicas. Ha venido siendo definida como Ciencia del Patrimonio, y ello porque su objeto es el estudio y la representación del patrimonio empresarial, tanto desde un punto de vista estático como dinámico.

En Cuba, puede decirse que las técnicas relacionadas con la Contabilidad eran desconocidas a principios del siglo XIX, fundamentalmente por la condición de colonia de España, donde los sistemas educacionales en la isla se guiaban por la forma vigente en la metrópolis. La contaduría pública en nuestro país tiene su raíz en 1827.

A partir de 1959 podemos hacer una caracterización de cada etapa fundamental por la cual ha transitado el Sistema de Contabilidad hasta la fecha, tomando como ejemplo el trabajo presentado en el Evento Internacional Contahabana 97 por Villa, J. (1997), citado por Guzmán Llaca, M. de la C. (2017)¹, considerando el entorno político existente:

1^{ra} Etapa (1 de enero de 1959 a 1961): Descripción de sistemas contables.

(1) Para la realización de este epígrafe se tuvo en consideración los estudios realizados por esta autora.

2^{da} Etapa (1ro de enero de 1962 a 1966): Sistema Uniforme de Contabilidad. Es el primer paso de uniformar la Contabilidad donde se enmarca un déficit del sistema unificado de dirección de la economía socialista. Existen dos sistemas, el Cálculo Económico y el Financiamiento Presupuestario lo que origina problemas de duplicaciones, interferencias y trastornos de la dirección económica.

3^{ra} Etapa (Desde 1966 a 1973): Desaparición de los registros contables. Se sustituye sólo por el control físico de los medios materiales. La extinción en esa etapa de los controles económicos destruye la tradición que en Cuba se poseía en esta rama y conspiró también contra la ética profesional de los Contadores.

4^{ta} Etapa (Desde 1973 a diciembre de 1976): Sistema Contable denominado Registro Económico. Se elaboran normas de obligatorio cumplimiento para las entidades cubanas. Se caracteriza por la ausencia de relaciones monetarias mercantiles entre las entidades y un esquematismo en el requerimiento de la información.

5^{ta} Etapa (Del 1 de enero de 1977 al 31 de diciembre de 1986): Sistema Nacional de Contabilidad que se caracteriza por un modelo elaborado sobre el campo socialista (URSS y RDA); vigencia de relaciones monetarias – mercantiles; intento de resolver la solicitud a niveles superiores no así al nivel de empresa, caracterizándose por una gran variedad de modelos y anexos; complejas operaciones contables de determinados hechos económicos; como la distribución de la ganancia; restricción sensible de la autonomía de las empresas en Sistemas Contables que no respondían fielmente a sus intereses.

6^{ta} Etapa (desde el 1 de enero de 1987 al 31 de diciembre de 1992): Sistema Nacional de Contabilidad "modificado" que surge por medio del proceso de Rectificación de Errores y Tendencias Negativas. Esta etapa se caracterizó por la simplificación de registros contables y la racionalización de modelos y anexos del sector informativo.

7^{ma} Etapa (Desde 1993 hasta nuestros días): esta etapa se ha caracterizado por tener numerosos avances en las normas contables, después del derrumbe del campo socialista nuestras relaciones económicas internacionales se reorientaron y se implantaron distintas formas de

asociaciones con capital extranjero, diferenciando las empresas privadas y mixtas de las estatales. Por lo que fue necesario adecuar nuestro sistema contable para que sea comprensible para todas las personas naturales y jurídicas que mantienen relaciones económicas con nuestro país.

Después de haber caracterizado la trayectoria contable desde 1959 hasta la fecha podemos decir que se han logrado serios avances y se ha perfeccionado el Sistema de Registros Contables, lo que condujo a varias modificaciones que se comenzaron a aplicar a partir del 1 de enero de 1997, debido a los cambios que se han producido se hace necesario trabajar en el perfeccionamiento en la formación y actualización de los especialistas de Contabilidad con el fin de adecuarse a los cambios generales a partir de las nuevas formas en el sistema económico con la intención de que la Contabilidad cumpla su papel como elemento básico de la gestión empresarial y la toma de decisiones.

Proceso docente educativo de la carrera Contabilidad, ccaracterización, facultad y después de la carrera

El desarrollo del proceso docente educativo de la carrera ha transitado por varios planes de estudio hasta llegar al plan de estudio actual. En 1976 el Ministerio de Educación Superior, inicia un fuerte trabajo encaminado a la integración de los planes y programas de estudios vigentes en el país para todas las carreras universitarias, estos tienen un carácter unificado.

Este proceso ha transitado por numerosas etapas, de las cuales se realizará un breve comentario con el fin de ver su evolución además de conocer las necesidades que produjeron sus perfeccionamientos para contribuir a formar un profesional competente.

Primera etapa: 1977-1982: Se comienza a desarrollar el plan de estudios "A", el que no contaba con suficiente sistematicidad en la organización de actividades científicas a desarrollar por el estudiante y por tanto el desarrollo de las habilidades no era abundante, luego de revisar los currículos de este plan no se encontraron ninguna asignatura referida con el tema ambiental.

Segunda Etapa: 1983- 1991: Se implanta el plan de estudios "B", incrementándose el fondo de tiempo de las asignaturas de perfil profesional y se comienza a fomentar hábitos y habilidades para la investigación, a pesar

de estos cambios aún no existían elementos que evidenciaran la temática ambiental.

Tercera Etapa: 1992-1997: Se establece el plan de estudios "B" modificado, donde se incorporan nuevas materias y se le comienza a dar tratamiento a las asignaturas asumiendo los cambios que se derivan de la concepción del programa de la disciplina de Contabilidad, no obstante, la implementación de este plan de estudios presentó insuficiencias y limitaciones como la falta de motivación profesional, insuficiencia en el desarrollo de habilidades y hábitos de investigación, y poca formación en Informática para la aplicación de programas vinculados a las disciplinas del perfil profesional.

Cuarta Etapa: 1998-2001: Se comienza a desarrollar el plan de estudios "C", donde se tuvo presente las limitaciones y también los resultados positivos del plan anterior por lo que son perfeccionados los contenidos, la estructuración y el alcance de las disciplinas que lo integraban, pero se comprobó insuficiencias en los asuntos medioambientales.

Quinta Etapa: 2001-2003: Se establece el plan de estudios "C" modificado, incrementándose el fondo de tiempo total en doce horas y reajustándose a 48 horas cada asignatura. Donde se modificaron programas.

Sexta Etapa: 2003-2011: Se lleva a cabo el Plan de estudio "D", que es el resultado de las experiencias acumuladas a lo largo de estos años, de las insuficiencias detectadas en el Plan "C" y de los nuevos encargos sociales que a través de los organismos rectores ha recibido la Comisión Nacional de Carrera.

En este nuevo plan de estudio cabe destacar aspectos novedosos tales como, las Disciplinas Básicas y Básicas Específicas se rediseñaron para dar respuesta a los problemas profesionales planteados en el Modelo del Profesional. La Integración de conocimientos para el diseño de Sistemas de Costos, Sistemas de Control Interno y Sistemas de Contabilidad en correspondencia con la proyección de la disciplina Sistemas y Tecnologías de la información para el Contador, todavía es escasa la vinculación de la teoría con la práctica.

En el presente curso escolar está utilizándose el plan de estudios "D" modificado el cual se comenzó a desarrollar en el año 2012, en este se introduce la Disciplina Sistemas y Tecnologías de la Información del Contador,

la inclusión de asignaturas electivas y optativas que permitirán al estudiante seleccionar y definir el complemento de su formación profesional acorde a sus intereses culturales y profesionales. La existencia de un Currículo Propio que contribuirá a que cada CES del país donde se imparte la carrera incluya asignaturas acordes a las necesidades y características de formación del profesional para el territorio donde se encuentra enclavado el mismo.

El plan de estudios “D” modificado se estructura en dieciocho disciplinas, estas se dividen en las Básicas y Específicas, que agrupan sesenta y nueve asignaturas, de las cuales nueve son asignaturas electivas/optativas que permitirán al estudiante seleccionar o completar su formación acorde a sus intereses y preferencias; en este plan si se evidencia propuestas encaminadas a desarrollar la formación ambiental, en las asignaturas Costos de Calidad y Costos Ambientales perteneciente al currículo optativo que se incluyen como opciones a seleccionar por los estudiantes y se ubican en el primer semestre de 4to año o sea el 7mo semestre reafirmando la necesidad de esta propuesta.

En el breve recorrido de la transformación que tuvieron los planes de estudios se evidenció que las temáticas ambientales eran insuficientes, hasta el plan de estudios “D” modificado, el cual fue debidamente revisado con el fin de verificar el volumen de ideas enfocadas hacia la educación ambiental; para el desarrollo de este trabajo de diploma la autora trabajó específicamente con el plan de estudios “D” modificado, el cual corresponde al presente curso 2017-2018.

Plan de estudios “D” modificado: curso 2016-2017

Para 1er, 2do y 3ro año. Resolución rectoral: 392/2014 que aprueba modificaciones al Plan de Estudio D de la Licenciatura en Contabilidad y Finanzas, curso diurno, a partir del curso 2014-2015.

Para 4to año. Resolución rectoral: 589/2011 que aprueba modificaciones al Plan de Estudio D de la Licenciatura en Contabilidad y Finanzas, curso diurno, a partir del curso 2012-2013, cohorte de 1er año.

Para 5to año. Resolución rectoral: 589/2011 que aprueba modificaciones al Plan de Estudio D de la Licenciatura en Contabilidad y Finanzas, curso diurno, a partir del curso 2012-2013, cohorte de 1er año.

La carrera por iniciativa de los investigadores del departamento en el plan de estudio “D” modificado incorpora las asignaturas de Costos de Calidad y Costos Ambientales, pero a través del tema doctoral “La Educación Ambiental Comunitaria de los estudiantes de la Carrera Contabilidad y Finanzas” desarrollada por la MsC. Ivet del Carmen Quevedo Pérez, se definen programas para asignaturas optativas de Educación ambiental, Contabilidad ambiental y propone además la asignatura de Derecho ambiental, como propuesta para el plan de estudio “E” que debe comenzar a partir de septiembre del año 2018, con el objetivo de enriquecer el currículo optativo de la carrera y cada disciplina tenga al menos una asignatura optativa con carácter ambiental, que guarda relación con la estructura que va a tener el diplomado que se va a proponer en el siguiente epígrafe.

Como parte de esta investigación se establece el análisis histórico del tratamiento de la temática ambiental en el desarrollo de los estudios de la carrera a nivel nacional.

Plan de Estudios “E” (2017)

El Plan de Estudio “E” fue aprobado en el año 2017 en la Universidad de La Habana como el Centro Rector de la Educación Superior en Cuba como consecuencia del constante perfeccionamiento del Plan de Estudio “D”, pero esta vez con una duración de 4 años en el Curso Regular Diurno, con una disminución de la cantidad de disciplinas (14) y asignaturas (52), y un fondo de tiempo total de 3024 horas. Se determinó que el tipo de culminación de estudios es el examen estatal o el trabajo de diploma.

Este plan de estudio cuenta en el currículo optativo/electivo con una asignatura electiva y cuatro optativas. Dentro de las asignaturas optativas se encuentra Marketing Digital y Comercio Electrónico con 50 horas clases. En la actualidad, el programa de esta asignatura necesita de su diseño.

1.1. El currículo y su diseño.

1.1.1. Concepto de currículo.

El término currículo, históricamente polisémico, fue conceptualizado de acuerdo a las épocas y corrientes educativas, algunos determinaron el significado por su origen o por la raíz etimológica y otros por criterios más administrativos que educativos. Algunas conceptualizaciones del currículo son muy momentáneas, los autores sustentan sus estudios, sobre la

argumentación y definición etimológica de la palabra, la cual según Rivas, F. (2002), "solo irradia formas de los estudiantes, ya que hace referencia a lo que se denomina la carrera de los contenidos", si examinamos el origen etimológico de la palabra veremos que significa "carril" o "senda", lo cual quiere decir o implicar la idea de dar dirección. Dentro del ámbito educativo de los maestros en la sala de clase, significaría entonces dirigir u orientar el proceso de la enseñanza y aprendizaje según la manera ya programada siguiendo un método o estrategias pre-determinadas.

En el siglo XVI, la adopción de los términos "currículo" y "clase" fue un indicador de dos oleadas diferentes de reforma pedagógica. Primero se dio la introducción de divisiones de clase y una mayor vigilancia de los alumnos. Después vino el refinamiento del contenido y los métodos pedagógicos. El resultado neto, sin embargo, fue acumulativo; para bien o para mal, la enseñanza y el aprendizaje quedaron más expuestos al escrutinio y el control exteriores. Además, los términos "currículo" y "clase" entraron al mismo tiempo en la agenda pedagógica, cuando las escuelas se estaban abriendo a un sector de la sociedad mucho más amplio.

La palabra currículo es de origen latín y etimológicamente significa "carrera", "lo que está sucediendo u ocurriendo". El concepto de currículo es, probablemente, uno de los más controvertidos de todos los que normalmente se encuentran en cualquier análisis disciplinario de la educación.

Para muchos, al mencionar currículo, se percibe el contenido de un curso, la programación de una oferta académica, la organización de unas experiencias de aprendizaje o un plan de estudios. Es necesario definir y clarificar adecuadamente el concepto de currículo. Por ello citamos a los siguientes autores quienes han realizado aportaciones importantes a la conceptualización de currículo.

Saylor y Alexander (1974), ven el currículo como un plan para proveer conjuntos de oportunidades de aprendizaje que permitan a una población alcanzar ciertas metas generales y objetivos específicos, sin embargo Levine (1981), define el currículo como el conjunto de cursos que establecen unas experiencias de aprendizaje para impartir los conocimientos, principios, valores, y destrezas a través de una educación formal en un colegio.

En términos generales, el currículo es o se refiere a lo que es un programa educativo. En cierto modo, podemos entender que toda tarea o experiencia de enseñanza y aprendizaje, que haya sido previamente organizada en o fuera de la sala de clase, viene a constituir o formar parte de un programa educativo.

El currículo en los sistemas educativos se expresa de manera diversa, algunos, tienen un enfoque centralizado y general para todos los centros escolares, en tanto que otros son elaborados según regiones, localidades e instituciones. De manera general sabemos que todo sistema educativo está sustentado en un programa curricular.

La implementación del currículo en la institución es un elemento esencial que debe analizarse, pero además la implementación del currículo dentro del salón de clases es un factor tan esencial como el primero. Las interacciones del profesor y los estudiantes en el proceso de formación a través de la clase son fundamentales. El cómo maneja el profesor el programa, las posibilidades que tiene de influir en este, la calidad de su elaboración. Desde esta perspectiva se presentan diferentes conceptualizaciones del concepto currículo y como desde el punto de vista de diferentes autores este debe actuar.

Arnaz (1981), definió el término como un plan que norma y conduce explícitamente un proceso concreto y determinante de enseñanza-aprendizaje que se desarrolla en una institución educativa. Es un conjunto interrelacionado de conceptos, proposiciones y normas, estructurado en forma anticipada a acciones que se quieren organizar; en otras palabras, es una construcción conceptual destinada a conducir acciones, pero no las acciones mismas, si bien, de ellas se desprenden evidencias que hacen posible introducir ajustes o modificaciones al plan. Se compone de cuatro elementos: objetivos curriculares, plan de estudios, cartas descriptivas y sistema de evaluación.

Por su parte, Alicia de Alba (1991), citado en Portuondo (1997), señaló que el currículo es una síntesis de elementos culturales (conocimientos, valores, costumbres, creencias, etc.) que conforman una propuesta político-educativa pensada e impulsada por diversos grupos y sectores sociales cuyos intereses son diversos y contradictorios, propuesta que está conformada por aspectos

estructurales-formales y procesales-prácticos, así como por dimensiones generales y particulares que interactúan en el devenir de los currículum.

Una de las definiciones más completa la establece Villarini (1997), el cual define al currículum como “un plan de estudios que sobre la base de unos fundamentos, organiza el contenido o material en forma secuencial y coordinada para facilitar la elaboración de actividades de enseñanza aprendizaje y lograr unas metas u objetivos.” En esta definición quedan claro los elementos de secuencia y coordinación dándole así un sentido más explícito que el currículum es toda una experiencia, formalmente organizada, con determinado propósito según una perspectiva filosófica en particular. El currículum es entonces concebido como el proceso para lograr una educación integral de la persona.

Para Otmara González (1994), el currículum constituye un proyecto sistematizado de formación y un proceso de realización a través de una serie estructurada y ordenada de contenidos y experiencias de aprendizaje articulados en forma de propuesta político-educativa que propugnan diversos sectores sociales interesados en un tipo de educación particular con la finalidad de producir aprendizajes significativos que se traduzcan en formas de pensar, de sentir, valorar y actuar frente a los problemas complejos que plantea la vida social y laboral en particular la inserción en un país determinado.

Addine, F., (2000), asevera que: "El currículum es un proyecto educativo integral con carácter de proceso, que expresa las relaciones de interdependencia en un contexto histórico - social, condición que le permite rediseñarse sistemáticamente en función del desarrollo social, progreso de la ciencia y necesidades de los estudiantes, que se traduzca en la educación de la personalidad del ciudadano que se aspira a formar".

Según Rivas, F. (2002), citado por Romana (2006), “Es necesario que la educación superior universitaria, promueva la creatividad y la originalidad bajo propuestas viables que integren la magnitud de la problemática, con la elaboración de un planeamiento didáctico, ético y práctico que involucre los valores en los temas contenidos en los programas que ofrezca la institución en las distintas las disciplinas. La construcción de un currículum pertinente no sólo deberá corresponder entonces a uno de los objetivos principales del

quehacer universitario, sino que deberá tender a fortalecer la integridad de la praxis en los campos en que el estudiante se desenvolverá en un futuro como profesional”.

Como puede analizarse existen disímiles conceptualizaciones con respecto al currículo, algunas de estas con una visión más amplia y otras con una visión más reduccionista, algunos reduciéndolo al programa de la asignatura o el plan de estudios, solo que el currículo es más que esto, no es solo algo estructurado sino que debe analizarse en su operacionalización, en su implementación, desde el aula pero además fuera de esta, en las experiencias de aprendizaje dentro y fuera del salón de clases. Tal es así que el currículo llega a ser reconocido por profesionales de la educación como todo lo referente al actuar diario en la institución educativa.

En las instituciones universitarias cada vez se hace más habitual que el plano estructural-formal se concrete en la elaboración de tres documentos fundamentales, el perfil profesional, el plan de estudios y los programas docentes. Por ser elementos componentes del currículo de cualquier nivel de enseñanza, carrera universitaria, deben partir de una concepción sistematizada de la formación profesional en la que se precise la función que cada uno tiene y los vínculos que existen entre ellos.

Debemos añadir además que el currículo no puede alejarse de la interacción entre alumno-profesor y el conjunto de experiencias que se dan en el proceso de enseñanza aprendizaje, por ello en la literatura se abordan denominaciones como: Currículo vivido, como aquel que se produce cotidianamente en la práctica de la enseñanza y que es el que efectivamente vivencia el estudiante durante su formación.

En este sentido debe ser tenido en cuenta de que todo currículo se sustenta en un conjunto de concepciones que constituyen los fundamentos teóricos del mismo, pues aportan un marco referencial donde se apoya y justifica la toma y ejecución de decisiones relativas al diseño y desarrollo curricular. Ellas son:

- Concepciones acerca del hombre y de la educación.
- Concepciones sobre el papel de la educación y sus instituciones.
- Concepción del proceso de conocimiento y de la ciencia.

- Concepción del proceso de enseñanza aprendizaje.

El currículo puede analizarse desde la perspectiva de los modelos teóricos usados para analizar las diversas perspectivas socio-históricas de la enseñanza. **(Ver anexo 1)**

El currículo constituye un eslabón importante que se sitúa entre la declaración de principios generales y su traducción operacional, entre la teoría educativa y la propia práctica pedagógica, entre lo que se planifica y lo que se ejecuta, entre lo que se prescribe y lo que sucede concretamente en el aula. Por otra parte, el currículo es un conjunto de premisas de pensamiento social, los que orientan y determinan las formas de ver e interpretar la realidad, las formas de aprender el conjunto de hechos que se dan en la práctica y teoría.

Es importante comprender que la educación es una práctica social e histórica en la que el hombre como constructor y creador de su propia educación desarrolla un currículo y como tal considera al hombre como sujeto social (individuo- social), en la que la educación es una responsabilidad de la sociedad donde sus miembros desempeñan diferentes roles, desde la perspectiva de la práctica social y enriquecimiento de la subjetividad humana, sustento básico para la producción y la creación de la riqueza social (ciencia, tecnología, arte, filosofía, etc.) como fundamento para el desarrollo sostenido de la humanidad para alcanzar la estabilidad y correlación de fuerzas sociales en la práctica de la cultura política, la práctica de la producción y la práctica educativa como la formación integral del educando.

El currículo debe responder a ciertas exigencias:

1. Debe ser pertinente, lo cual significa que debe ser adecuado a las características del ámbito donde se aplica, responder a las demandas sociales y culturales de la comunidad, considerar las características y avances de las disciplinas y los productos profesionales, principalmente, atender a las necesidades concretas de los sujetos.
2. Debe ser un producto social, construido con participación, en instancias diversas, de personas y entidades capaces de interpretar los problemas y proyectos de la comunidad internacional, nacional, regional y local.

Como siempre es importante asumir un enfoque que sirva de referencia, la definición de currículo que a la que nos referiremos en esta investigación es:

El currículo, en el sentido educativo, “es el diseño que permite planificar las actividades académicas. Mediante la construcción curricular la institución plasma su concepción de educación. De esta manera, el currículo permite la previsión de las cosas que hemos de hacer para posibilitar la formación de los educandos.

De modo general, Rivas, F. (2002), plantea que el currículo responde a las preguntas ¿qué enseñar?, ¿cómo enseñar?, ¿cuándo enseñar? y ¿qué, cómo y cuándo evaluar?”.

La educación debe estar conectado a la cultura y a la sociedad de su tiempo, provisto de conocimientos y herramientas que le permitan interpretar reflexiva y críticamente. Por ello, como fenómeno estructural, en el campo de la educación básica, media y superior, se requiere efectuar cambios que posibiliten una mayor inclusión, ante todo ante la irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación e información que, tal como está la situación del país, tienden a aumentar la brecha digital con el consiguiente aumento de las desigualdades sociales.

Pareciera, entonces, que el mecanismo capaz de desarticular el proceso de la reproducción-educación se alcanza plenamente, cuando se combinan mejoras en la calidad de los insumos y los procesos de educación, y se orientan a elevar de modo significativo sus resultados en término de crecimiento personal, intelectual y social.

1.1.2. Diseño curricular.

El currículo que aún prevalece en la mayor parte de los sistemas educativos, consiste en una relación de temas prescritos para cada grado de enseñanza, cada uno con un programado número de horas por semana y año, así como los objetivos por nivel son previstos, junto con los objetivos y contenidos para cada tema.

Esto hace referencia al mismo proceso. Estamos pensando en un mismo objeto de Estudio "Currículo". El currículo puede ser pensado desde diferentes niveles de decisión, es decir, desde el momento de construir el currículo en diferentes fases de esta etapa van participando personas que tienen distintos grados de participación y decisión en la formulación de definitiva de ese currículo.

La teoría curricular en los momentos actuales ha evidenciado un amplio desarrollo, si tenemos en cuenta que las necesidades educativas en el contexto han pasado a formar parte de las prioridades en muchos países, con el objetivo de responder a las demandas sociales de los pueblos.

El Currículo, como primer paso de todo proceso formativo, sirve al profesor en la dinámica del trabajo para dirigir y ejecutar el proceso de enseñanza-aprendizaje de la carrera, la disciplina, la asignatura, el tema y la clase. El mismo, cuenta de tres dimensiones:

1. Diseño curricular
2. Desarrollo o ejecución curricular
3. Evaluación curricular.

¿Qué es el diseño curricular?

Según Álvarez de Zayas, C. (1997), "El diseño curricular es el proceso que mediatiza el mundo de la vida con el mundo de la escuela y que precisa el resultado o currículo que se espera alcanzar en la formación del escolar." Es decir, aunque ambos términos pudieran ser usados como sinónimos, el diseño curricular hace más énfasis en el proceso y su dinámica; y el currículo, en su resultado. Se denomina también diseño curricular a la teoría que explica dicho proceso.

El currículo es un mediador entre el proyecto histórico-cultural de una sociedad y el proyecto formativo de una institución docente. Es el puente entre dos mundos, el social y el de la escuela, entre el mundo real y el mundo de la escuela; en él se registran una multitud de relaciones entre el pasado, el presente y el futuro de la sociedad, entre lo viejo y lo nuevo, lo conocido y lo desconocido, entre el saber cotidiano y el saber científico.

El sentido de la organización educativa es construir el currículo a partir de la experiencia del hombre en el mundo, de manera tal que dichas experiencias adquieran un sentido formativo. Ello implica una planificación concreta de las acciones de la institución, es decir, el currículo muestra caminos.

Dicha definición establece un vínculo explícito entre los Procesos Formativos, Docente-Educativo y Curricular y sus teorías respectivas, la Pedagogía, la Didáctica y el Diseño Curricular. La relación dialéctica entre lo pedagógico, lo didáctico y lo curricular se establece a partir de que todos estudian el proceso

formativo; el primero, como ideal; el segundo, en su ejecución; y el tercero, en su diseño y proyección, a partir del mundo real, del mundo de la vida. La pedagogía se desarrolla en la escuela a través de la didáctica y se regula a través del currículo.

Para Páez Suárez y otros (s/f), el diseño curricular está orientado a desarrollar en el estudiante las habilidades necesarias para su desarrollo. Debe estar concebido de manera tal que responda a los intereses y particularidades en que se vaya a desenvolver el futuro egresado, tal y como plantea la DrC. Verena Páez Suárez: “El diseño curricular es la traducción de un ideario educativo a una posibilidad de realización, es la relación entre la intención y la acción. Expresa los intereses de la Política Estatal plasmados en la política Educacional, para su concreción en la formación ciudadana y profesional en las instituciones escolares, desde la Educación Infantil hasta la Educación Superior”.

En la educación superior, el diseño curricular ha pasado por ciertas etapas y en este momento es objeto de reevaluación, puesto que el mismo influye decisivamente en el proceso de formación de los profesionales universitarios. Este no se debe identificar con el proceso docente-educativo, ni la teoría que lo estudia, el Diseño Curricular con la Didáctica.

El proceso docente-educativo es el proceso mediante el cual se contribuye a formar las cualidades de la personalidad del sujeto que se desempeñará como profesional; por otro lado, el currículo es el proceso que establece la relación entre el contexto social o mundo de la vida y el proceso docente o mundo de la escuela. El diseño curricular es aquella teoría que, debidamente aplicada, posibilita determinar las cualidades a alcanzar por el egresado y la estructura organizacional del proceso docente, a nivel de la carrera y unidades subordinadas.

Alvarez de Zayas, C. (2001), nos brinda la posibilidad de conocer el diseño curricular y sus fases a través de un esquema que se muestra en el **anexo 2**. De igual manera Díaz Barriga (s/f), plantea que el diseño curricular es una respuesta no solo a los problemas educativos sino también aborda los problemas económicos, sociales y políticos. Por ello tomamos en consideración los elementos del currículo que propone César Coll para cumplir con éxito su función social:

1. ¿Qué enseñar?: ello incluye los contenidos (este término designa lo que se ha llamado la experiencia social culturalmente organizada y se toma por lo tanto en su más amplia acepción: conceptos, sistemas explicativos, destrezas, normas, valores) y los objetivos (los procesos de crecimiento personal que se desean provocar, favorecer o facilitar mediante la enseñanza)
2. ¿Cuándo enseñar?: manera de ordenar y secuenciar los contenidos y objetivos.
3. ¿Cómo enseñar?: manera de estructurar las actividades de enseñanza-aprendizaje en las que participarán los estudiantes con el fin de alcanzar los objetivos propuestos en relación con los contenidos seleccionados.
4. ¿Qué, cómo y cuándo evaluar?: la evaluación es un elemento importante para asegurarse que la acción pedagógica responde adecuadamente al proyecto (social, institucional) e introducir las correcciones oportunas.

El primer elemento deja explícito las intenciones que se propone la concepción curricular, mientras que los otros tres están referidos más bien a las acciones a seguir en correspondencia con las intenciones propuestas. Se considera que el diseño curricular es uno de los componentes determinantes que orientan hacia la práctica educativa y social a partir de la redefinición de problemas reales, el diseño y la aplicación de procedimientos eficaces: entradas en términos de recursos, los procedimientos como estrategia operacional y la salida de productos transformados que se vinculen como un proyecto social.

Según Rivas, F. (2002), el currículo incluye a los contenidos, a los objetivos y a las formas de enseñanza que potencian aprendizajes, ya sea desde la planificación como desde la realidad interactiva. Se vincula, por un lado, con el objeto epistémico que se configura en el proceso del conocimiento; y por otro, con la gestión de reproducir y de generar conocimientos, incluyendo lo propio de las formas en que se establece la conservación y la transformación del legado, ya sea como patrimonio o como creación e innovación.

El currículo constituye, desde la posición que se expone, una manifestación de la concepción de hombre y de la sociedad que se sustenta. Es, en sí, un proyecto de vida y, por consiguiente, en última instancia, siempre, en él se

plasma la jerarquización que se ha establecido de los valores que se privilegian en la comunidad educativa comprometida.

Así entendido, el currículo implica, en su especificidad, necesariamente, una connotación sociocultural, puesto que es imposible la proposición de una concepción de desarrollo curricular, desconociendo las comunidades educativas; tampoco es posible, sin considerar las demandas y exigencias del contexto histórico concreto; menos aún, podría concebirse como un instrumento que relega la preocupación por la persona en sí misma.

1.1.3. Etapas del diseño curricular.

El diseño curricular se concreta en el perfil profesional, plan de estudio y programas docentes. Partiendo de esta base y con el análisis de la bibliografía consultada se corrobora que cada autor define las etapas del diseño curricular de acuerdo al modelo que defiende (**Ver Anexo 3**). De forma general en la literatura se aprecian 5 etapas fundamentales de las cuales se desprenden una serie de elementos a tener en cuenta para su desarrollo. Estos elementos se recogen en la tabla 1.1 que se muestra a continuación:

Etapas fundamentales	Descripción
Análisis de las necesidades internas y externas	Se realiza la investigación del mercado ocupacional así como de instituciones que ofrecen carreras afines. Se hace el análisis de las necesidades de la población estudiantil caracterizando la situación existente destacando los problemas y necesidades más relevantes.
Diagnóstico del diseño actual	Se realiza el diagnóstico del diseño curricular actual (en el caso que no exista un diseño anterior se procede de igual forma) y se definen los requerimientos que debe tener este para dar respuesta a las expectativas, problemas y necesidades captadas en la Etapa I. Para este tipo de diagnóstico se sugiere la aplicación de las técnicas siguientes: la consulta de bibliografía especializada y actualizada, la consulta de documentos de carácter gubernamental, la revisión de

	documentación de carácter legal, la consulta a expertos, la realización de encuestas y entrevistas.
Diseño curricular	Se realiza el diseño o rediseño curricular teniendo en cuenta los requisitos establecidos en las etapas anteriores.
Aplicación del diseño curricular	Se realiza la implantación del diseño propuesto.
Evaluación del diseño curricular	En esta etapa se realiza la evaluación del diseño acorde a los requisitos que se establecen en la Etapa II y a los resultados que se esperaban obtener (menos deserción estudiantil, aumento del rendimiento, etc.). A partir de la evaluación se proponen mejoras lo que genera un estado superior para el próximo período.

Tabla 1.1 Etapas fundamentales del diseño curricular.

1.1.4. Componentes del diseño curricular.

El Diseño Curricular lleva asociado un conjunto de documentos que permiten caracterizar el proceso pedagógico profesional y mediante una derivación del mismo, llegar a caracterizar el diseño macro, meso y micro curricular hasta el sistema de tareas para las clases o actividades en general.

Las partes fundamentales de la documentación del diseño curricular son:

- a) **Caracterización de la carrera.**
- b) **Modelo del profesional o perfil del egresado:** El perfil del egresado constituye el sistema de objetivos generales educativos e instructivos a lograr en la carrera, formulados en función del estudiante, de modo que queden explícitos tanto las habilidades profesionales básicas a lograr, como los valores fundamentales que caracterizan a ese profesional. (Ortigoza Garcell, 2006)
- c) **Plan de estudio o del proceso pedagógico profesional:** El plan de estudio es el documento que establece las vías y formas de llevar a cabo el modelo del profesional. Es el documento fundamental de carácter estatal que establece la dirección general y el contenido principal de la preparación del profesional, el mismo se elabora para cada carrera en correspondencia con las necesidades sociales existentes en el país, los

avances científicos y tecnológicos de la época actual y las particularidades de la profesión en cuestión. (Ministerio de Educación Superior, 2018)

- d) **Objetivos por niveles del Plan de Estudio:** Los objetivos por niveles o etapas delimitan las aspiraciones o metas a alcanzar con un marcado carácter interdisciplinario integral. No representan la suma mecánica de los objetivos de las asignaturas de este nivel, sino su integración o síntesis y en plena concordancia con el modelo del profesional, a partir del cual se produce un proceso de derivación gradual. Pueden estructurarse por años, semestres u otro tipo de períodos temporales. (Ortigoza Garcell, 2006)
- e) **Programas docentes o de estudios:** Los programas docentes pueden corresponder entre otros a disciplinas o asignaturas, se realizan tomando en cuenta el modelo del profesional y el plan de estudio. Deben contener datos generales como, por ejemplo: nombre de la asignatura, disciplina y carrera, fondo de tiempo y tipología de las clases entre otros; también proponen la distribución de los temas a tratar, las indicaciones metodológicas y de organización, el sistema de evaluación y la bibliografía a utilizar. Los colectivos de asignaturas elaborarán el programa analítico de la asignatura para todos los tipos de cursos, en correspondencia con el plan del proceso docente aprobado para cada carrera en cada universidad. Estos programas se someten a la consideración del colectivo de la disciplina correspondiente y del colectivo de la carrera. (Ministerio de Educación Superior, 2018). "El programa docente constituye la descripción sistemática y jerárquica de los objetivos instructivo - profesionales, educativos y de formación de valores que se deben alcanzar a partir y dentro de las definiciones dadas en el Modelo del profesional y el Plan de estudio (...). (Ortigoza Garcell, 2006)
- f) **Indicaciones metodológicas y de organización del proceso pedagógico a nivel de la carrera:** Se elaboran dependiendo de las características propias y las necesidades de cada carrera. Se pueden incluir los problemas educacionales fundamentales y las vías para solucionarlos, así como las formas organizativas y los métodos que se adapten al diseño propuesto. (Ortigoza Garcell, 2006)

1.1.5. Niveles de concreción del diseño curricular.

La estructuración del diseño curricular por niveles permite a las instituciones universitarias puntualizar aspectos a desarrollar en el currículo que permitan una concreción del diseño que se adapte a los diferentes contextos, realidades y necesidades sociales específicas de acuerdo al objetivo de la universidad de responder a los intereses y necesidades de la sociedad. Estos niveles de concreción se dividen en nivel macro, meso y micro curricular.

- 1) **Primer nivel o nivel macro curricular:** se refiere al sistema educativo en general e involucra al máximo nivel que desarrolla el diseño curricular. A este nivel se realizan las bases del diseño, es decir, se establecen las grandes líneas del pensamiento educativo, políticas educacionales y los indicadores a lograr de forma que se establezca el plan de acción a seguir en los próximos niveles.
- 2) **Segundo nivel de concreción o nivel meso curricular:** se desarrolla en las instituciones universitarias específicamente y se define en el Proyecto Educativo Institucional en el que se especifican los recursos docentes y didácticos disponibles, la estrategia pedagógica y el reglamento para docentes y estudiantes. Este nivel diseña su programa de forma tal que responda a las situaciones y necesidades de sus estudiantes y debe cumplir con las características de ser concreto, factible y que permita su evaluación.
- 3) **Tercer nivel de concreción o nivel micro curricular:** se dirige hacia la programación propiamente del aula. Este nivel permite delimitar los objetivos didácticos, contenidos, actividades de desarrollo, evaluación y las indicaciones de organización y desarrollo del proceso docente-educativo que se cristalizará en el aula. (Addine Fernández y otros, 2003)

De acuerdo a lo anterior, podemos plantear que el currículo es el primer paso de todo proceso formativo y sirve de guía para el proceso de enseñanza-aprendizaje ya sea de una carrera, disciplina o asignatura. Se compone de tres dimensiones: diseño, desarrollo y evaluación; cada una con componentes y procesos distintivos en el momento de llevarlas a cabo. Se desarrolla en tres niveles: macro, meso y micro curricular, cada nivel con sus objetivos propios a lograr.

En esta investigación se realizará el diseño de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para el Plan de Estudio “E” de la carrera de Contabilidad y Finanzas a través de los componentes del diseño curricular, teniendo en cuenta el programa docente o de estudio, este último desarrollándose a nivel del micro currículo.

1.1.6. Ejecución del diseño curricular.

En la ejecución del Diseño Curricular debe asegurarse la armonía y coherencia, para que el modelo propuesto sea alcanzado, lo cual implica, que se deberán trazar planes de acción en las direcciones siguientes:

a) Vertical o asincrónico:

Se refiere al sistema de actividades que de forma sucesiva tendrán lugar a lo largo (en el tiempo) de los módulos, áreas o disciplinas. Lo que será trazado por los especialistas del área en conformidad con la ciencia y la técnica de que se trate, y que asegure el tránsito ascendente del estudiante por diversas etapas, en este sentido prima la lógica del contenido, la cual tendrá como brújula el perfil o modelo del egresado.

b) Horizontal o sincrónico:

Se trata de la estrategia interdisciplinaria que se traza para lograr que las acciones simultáneas sean armónicas, coordinadas, complementarias en función de los objetivos parciales que permitirán acercarse, paulatinamente, al modelo del egresado.

En esta dirección se coordinarán actividades, se distribuirán responsabilidades para la formación integral, con arreglo a las potencialidades de las áreas que actúan a un mismo tiempo y a los requerimientos de los grupos y de los estudiantes.

c) Transversal o educativo:

Ortigoza Garcell (2006), asevera que en esta dirección se ubican todas las acciones que están vinculadas a la formación de la personalidad del estudiante, referidas a: concepción del mundo, intereses profesionales y cualidades humanas y profesionales. Aquí se encuentran ubicados: los valores humanos, patrióticos, solidarios, la ética profesional y la concepción ambientalista.

d) Evaluación del diseño curricular

La evaluación curricular es una dimensión como forma parte de todos los momentos del diseño, ya que en todo proceso a desarrollar el control sistemático es una tarea de suma importancia. Varios autores han definido esta dimensión, al referirse al tema Álvarez de Zayas, C. (1997), plantea: "Un proyecto curricular se lleva a efecto con el espíritu de enriquecer y mejorar el proceso docente-educativo con ideas y concepciones novedosas. Su sola aplicación no satisface los requerimientos contemporáneos de la teoría y la práctica curricular, sino que se hace necesario analizar su efectividad y valorar aquellos aspectos que pueden ser mejorados y conservar sus logros." Addine Fernández, F. (2003), refiere que: "(...) la evaluación del diseño y desarrollo curricular constituye un proceso mediante el cual se corrobora o se comprueba la validez del diseño en su conjunto, mediante el cual se determina en qué medida su proyección, implementación práctica y resultados satisfacen las demandas que la sociedad plantea a las instituciones educativas."

1.2 Las Disciplinas y las Asignaturas en el currículo.

Según Hernández, H. (2004, p. 105), el modo de organización tradicional del plan de estudio ha sido mediante asignaturas. La experiencia indica limitaciones de su uso según se expresa a continuación:

- La conformación del plan de estudio según asignaturas, tiende a atomizar la realidad en tantas parcelas como asignaturas haya que cursar.
- La situación anterior se agrava al contar –por cada asignatura- con un docente que tiende a pensar que su asignatura es la rectora y además, al contar con un docente que no se comunica con el resto de los docentes que intervienen en la formación del mismo grupo de estudiantes.

El sentido secuencial y estricto de contenidos de asignaturas, no siempre propicia que se analicen y den soluciones a los problemas profesionales desde distintas perspectivas. Otro tono adquieren las asignaturas, cuando se integran como un todo en una unidad organizativa de orden superior como puede ser la disciplina. Por el entrenamiento en la solución de problemas profesionales. La disciplina integradora o los espacios curriculares de entrenamiento profesional ilustran esta idea de disciplina.

Se entiende por disciplina, la estructura organizativa del plan del estudio en la que, a fin de alcanzar algún o algunos de los objetivos declarados en el perfil profesional, se organizan en forma de sistema y ordenados lógicamente y pedagógicamente, los contenidos. La disciplina, puede configurarse de diversas formas en atención a los objetivos que persiga. Por el entrenamiento en la solución de problemas profesionales, la disciplina integradora o los espacios curriculares de entrenamiento profesional ilustran esta idea de disciplina.

La asignatura constituye un subsistema de la disciplina que abarca un subconjunto de conocimientos, habilidades, procedimientos y métodos de la misma. Dentro de estas podemos encontrar las asignaturas optativas y electivas.

Usualmente se entiende por asignaturas optativas aquellas que se ofrecen para que el estudiante escoja y conforme un embrión - por así decirlo- de especialización en el caso del pregrado. Por lo regular las asignaturas optativas están condicionadas. Sin embargo las asignaturas electivas son aquellas que se ofrecen para que el estudiante complete los porcentajes exigidos de formación humanista o básica o de formación profesional. Por lo regular las asignaturas electivas son de libre elección.

1.2.1 Componentes del diseño curricular del programa de una asignatura.

Los programas docentes pueden corresponder a disciplinas, asignaturas, módulos, etcétera. Estos documentos, que en muchas ocasiones se toman por un profesor como los de mayor generalidad para la preparación e impartición de su materia de estudio, son derivados del modelo del profesional y del plan de estudio.

La asignatura es un subsistema de la disciplina que organiza parte de los conocimientos y habilidades con un determinado objeto. Esta posibilita que el estudiante caracterice una parte de la realidad objetiva con un orden de sistematicidad complejo, integrando en un sistema de operaciones las habilidades de cada tema que la conforman.

El diseño curricular de una asignatura debe partir del diagnóstico de las necesidades y de las particularidades de los estudiantes a quien va dirigido por tanto su diseño debe responder a los problemas que debe enfrentar el futuro profesional.

En la presente investigación se define como el programa analítico de una asignatura universitaria al documento rector que recoge todas las indicaciones metodológicas necesarias para la impartición de esta. Se encuentra en constante perfeccionamiento y debe concebirse para lograr la formación de un profesional que cumpla con las necesidades de la sociedad donde se forme. Este debe estar conformado, al menos, por los componentes siguientes: datos generales, nombre de la asignatura, de la disciplina y de la carrera, su ubicación en el plan de estudio, el fondo de tiempo total y por formas organizativas, así como, la tipología de clases, problema docente de la asignatura, objeto y los objetivos generales instructivos y educativos de la asignatura, los contenidos de la asignatura, sistema de conocimientos, el sistema de habilidades y los valores a los que tributa.

- Fundamentación de la asignatura.

Ejemplo: reseña histórica de la asignatura, importancia en la formación del profesional, conocimientos previos necesarios y disciplinas o asignaturas a las que tributará, etc.).

- Relación de temas.

Definiéndose para cada uno: la cantidad de horas y su distribución por formas organizativas y tipos de clase, el problema docente, el objeto, los objetivos, el contenido, el sistema de conocimientos y habilidades, los valores a los que se tributa, la evaluación y la bibliografía específica para cada tema.

- Indicaciones metodológicas y de organización.
- Estrategias curricular a las que se tributa
- Métodos y medios de enseñanza
- Sistema de evaluación

Especificar posibles variantes. Ejemplo: en los casos de asignaturas evaluadas por trabajo de curso vinculados a entidades productivas o de servicios, si dado el caso, no existieran suficientes entidades para cubrir la demanda de estudiantes, se pudieran evaluar por casos de estudio y adjuntar estos.

- Textos básicos y otras fuentes bibliográficas

Incluyendo las creadas sobre la base de las nuevas tecnologías de la informática y las comunicaciones.

- Firmas, confeccionado (profesor principal de la asignatura), revisado (jefe del colectivo de disciplina y de carrera) y aprobado (jefe de departamento).

Lo antes explicado resulta esencial para enfrentar el diseño del programa de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para la carrera Contabilidad y Finanzas con una nueva visión del objetivo de esta y, de este modo, dar respuesta a la necesidad de la formación de un profesional competente que cumpla con su encargo social.

1.2. Caracterización de la Disciplina Sistema.

Como parte de la fundamentación teórica de esta investigación se hizo necesaria la caracterización de los componentes didácticos de la disciplina y la asignatura objeto de estudio.

La Disciplina Sistema.

Obviamente, debe hablarse de una disciplina, que agrupa varias asignaturas o cursos. No debe olvidarse que estamos en presencia de un sistema de teorías, técnicas, métodos, habilidades y conocimientos interrelacionados; cuya organización adecuada sólo se logrará cuando exista una dirección integral de la misma. Esta disciplina integra aspectos teóricos básicos, como las concepciones y consideraciones relacionadas con la teoría de los sistemas, de la información, de las bases de datos y del control; con cuestiones más instrumentales, como el diseño de formularios, los procedimientos manuales, y la organización de los flujos de información; y finalmente con elementos más tecnológicos, como el empleo de las computadoras y el software general y especializado.

Históricamente los mejores profesionales de la contabilidad, la auditoría y las finanzas han sido los que, entre otras cosas, mejor han dominado las tecnologías de la información dominantes en cada momento histórico. Esto siempre ha sido reconocido por los diseñadores de los planes de estudio y formación. Por ejemplo, la antigua carrera de Contador Público incluía asignaturas tales como Sistematización, Mecanización, etc. Posteriormente, la extinta carrera de Control Económico también incluyó asignaturas equivalentes, introduciendo ya la informática. La evolución posterior mantuvo esa sabia tradición, en la carrera Contabilidad y Finanzas.

En la actualidad las tecnologías dominantes son la informática y su integración con las comunicaciones locales y globales. Esto incluye software especializado en contabilidad, en gestión empresarial, en auditoría; otros softwares de uso general, Internet y todo el complejo de tecnologías asociado a la información, el conocimiento y su procesamiento y empleo global.

La contabilidad, las finanzas, la administración, la auditoría y los sistemas de información y gestión se encuentran directamente vinculados al desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), por su constante evolución y participación en la esfera de la ciencia y en la sociedad en su conjunto y en especial dentro de las entidades económicas.

Las TICs constituyen una herramienta insustituible por las funciones que desempeñan, por el nivel de integración con la contabilidad, los costos, las finanzas, y la auditoría en las tareas que resuelve, por su amplia capacidad de orientarse al control administrativo y a la toma de decisiones, manejando con efectividad, integridad, fiabilidad y seguridad las informaciones que procesa.

El estudio de la disciplina Sistemas proporciona al profesional de la contabilidad y las finanzas los conocimientos acerca del funcionamiento de los sistemas de información para la gestión contable y financiera de empresas y entidades. Este funcionamiento está regido, en lo más general, por las leyes y principios de la cibernética y en un carácter más particular, por la teoría de los sistemas, la teoría de la información y la ciencia de la dirección.

El problema a resolver está relacionado con la capacidad que genera la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el aumento de la efectividad y eficiencia del manejo de la información para la toma de decisiones en el campo de la contabilidad y las finanzas.

El objeto de estudio de la disciplina lo constituyen los sistemas de gestión de la información y su aplicación a la contabilidad y las finanzas. El propósito que se persigue con el estudio de la disciplina sistemas es dotar al estudiante con la teoría y técnicas de avanzada, utilizadas en el ámbito nacional e internacional en materia de sistemas de información contables computarizados.

CAPÍTULO 2. Propuesta de la asignatura Marketing Digital y Comercio Electrónico para el currículo optativo del plan de estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas

En este capítulo serán abordados elementos necesarios para el perfeccionamiento del diseño curricular haciendo un análisis de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico, posibilitando la determinación de condiciones necesarias para poder realizar una propuesta acertada y de fácil ejecución, tiene como objetivo enriquecer el campo de acción del licenciado en Contabilidad y Finanzas al nutrir a los estudiantes con herramientas para desarrollar el Marketing Digital y el Comercio Electrónico.

2.1 La Asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico.

La asignatura Marketing Digital y Comercio Electrónico forma parte del conjunto de asignaturas optativas que se ofertan para lograr la preparación integral del Licenciado en Contabilidad y Finanzas tributando directamente a la Disciplina Sistemas. Esta como cualquier otra asignatura optativa es escogida voluntariamente por los estudiantes, y una vez matriculada es de obligatorio cumplimiento.

Los contenidos tratados en esta tienen como propósito ampliar y actualizar a los estudiantes sobre temas científicos relacionados con la profesión teniendo en cuenta el uso adecuado de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) a partir de la implementación del Marketing Digital y el Comercio Electrónico en las empresas. Está concebida específicamente para complementar la formación de los estudiantes en la esfera de las tecnologías de la información.

La asignatura cuenta con 50 horas clase y se ubica en el primer semestre del cuarto año, Plan de Estudio “E”. En la Universidad de Holguín la asignatura no se ha impartido, lo que incide en la formación de un profesional competente; con las habilidades y los conocimientos necesarios para tomar decisiones atendiendo a varios criterios en el entorno empresarial, así como el estudio del comportamiento de los procesos empresariales y académicos adaptándolos a las necesidades y requerimientos de su trabajo con la utilización de herramientas de marketing y comercio electrónico, así como el

empleo con eficacia y eficiencia de los diferentes elementos relacionados con las tecnologías de la información.

2.2. Análisis del diseño curricular de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para el plan de Estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas, a través de los componentes que lo integran.

Según establece el Modelo del Profesional de la carrera de Contabilidad y Finanzas para el Plan de Estudios “E” tanto para el curso presencial como semipresencial, el objeto del trabajo del egresado de esta carrera son los procesos contables y financieros, su dirección, transformación y sistematización.

De acuerdo a este objeto se plantea, como parte de las esferas de actuación que, su preparación debe estar encaminada a su desarrollo en cualquier sector de la economía nacional como por ejemplo la industria, el turismo, el agropecuario, el comercio y las comunicaciones entre otros. También plantea que otra de las esferas que por su esencial importancia para la revitalización de la economía nacional y su inserción en la economía mundial demanda que los egresados estén completamente preparados, es el sistema financiero, que incluye las instituciones financieras bancarias y no bancarias, así como el uso de las TIC en los procesos contables y financieros.

Aspecto cardinal en el diseño del modelo del profesional lo constituyen los campos de acción del futuro egresado, es decir, en que ramas del conocimiento deberá profundizar. Tomando esto en consideración se declaran los siguientes campos de acción para los futuros egresados: contador, financiero, auditor y sistematizador; planteados por Munilla, F. (1996).

a) Como contador:

- **Registrar:** Aplicar la ecuación básica ampliada, representar la información preliminar.
- **Procesar:** Agregar y desagregar información primaria, verificar, ajustar y consolidar.
- **Informar:** Elaborar y presentar estados informativos, resumir literalmente el resultado de dichos estados.
- **Analizar:** Comparar, evaluar, agregar y desagregar información final.

- **Controlar:** Comprobar, vigilar el cumplimiento de lo establecido en cada paso. Tomar decisiones.

b) Como financiero:

- **Procesar:** Verificar, ajustar, consolidar, calcular alternativas.
- **Informar:** Resumir literalmente el desarrollo del proceso.
- **Analizar:** Comparar, evaluar, agregar y desagregar la información del proceso.
- **Planear:** Pronosticar, optimizar, simular, modelar.
- **Controlar:** Comprobar, vigilar, cumplir lo establecido en cada paso.
- **Administrar:** Evaluar, negociar, vender, comprar, seleccionar alternativas, tomar decisiones.

c) Como auditor:

- **Auditar:** Revisar, comprobar, verificar, plantear ajustes, elaborar estados financieros ajustados, resumir por escrito el desarrollo de la Auditoría y las recomendaciones, tomar decisiones.

d) Como sistematizador:

- **Sistematizar:** Diagnosticar el entorno, evaluar, proyectar, diseñar, exponer, controlar la aplicación.

Tomando en cuenta los modos de actuación que se delimitan para este profesional y de acuerdo con lo establecido en el Plan de Estudio “E” de la carrera Contabilidad y Finanzas aprobado en el 2017 para el curso presencial o diurno de cuatro años de duración, en todos los años se consideran la integración al currículo optativo de varias propuestas de asignaturas optativas para la disciplina Sistema.

Esta disciplina comprende la base teórica y metodológica del registro y control de los recursos a disposición de las entidades económicas, de sus operaciones, así como, la consolidación e interpretación adecuada de la información contable. Por su naturaleza se enmarca dentro de los requisitos establecidos para ser considerada como del ejercicio de la profesión, dotando al graduado de un sistema de conocimientos, hábitos y habilidades que le permitan una formación integral que le posibilite resolver problemas profesionales en su campo de actuación teniendo en cuenta tanto las condiciones del entorno nacional como internacional.

Con la ayuda del profesor principal que impartirá la asignatura se procede a realizar la revisión documental del marco legal y normativo que regula el proceso docente- educativo en la Educación Superior. Existen principalmente dos regulaciones: el Plan de Estudio “E” y la Resolución 2/2018 “Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico de la Educación Superior”, esta última regula el trabajo metodológico. La asignatura objeto de estudio surge conjuntamente con el diseño del Plan de Estudio “E”, y forma parte de la actualidad del currículo optativo de la Disciplina Sistema, la cual se basa en:

- Los sistemas de información económica y de gestión y la seguridad de la información.
- Los sistemas informáticos y la seguridad informática.
- Los sistemas automatizados contables y la seguridad monetario financiera interna.
- Los sistemas de planeación de recursos y el crecimiento global sostenido y eficiente.
- Las bases de datos empresariales y la seguridad de la información.
- Seguridad y protección de los recursos informativos contables y la seguridad de la información.
- La auditoría a los recursos e informativos, de seguridad y protección de los sistemas y las dimensiones seguridad económico social.

De acuerdo al programa de la Disciplina Sistema para el Plan de Estudio “E” y el Mapa Curricular Curso Diurno Plan “E” (**ver anexo 4**), se establecen 3 asignaturas que integran el currículo propio, las cuales se distribuyen en por año de la carrera Contabilidad y Finanzas. Esta distribución se puede visualizar en la tabla 2.1 que se muestra a continuación.

Año	Asignatura	Horas Clases
3ero	Sistemas de Información para el Contador.	60
3ero	Sistemas de Contabilidad Automatizados.	66
4to	Auditoría Asistida por la Informática.	60
Total	3	186

Tabla 2.1. Distribución de las asignaturas de la Disciplina Sistema por año.

En correspondencia con el Artículo 80 de la Resolución 2/2018 “Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico de la Educación Superior”, las asignaturas optativas son aquellas que se incluyen en el plan de estudio y de entre las cuales el estudiante selecciona una cantidad determinada para cursar en forma obligatoria. Los contenidos de estas asignaturas tienen como propósito ampliar y actualizar a los estudiantes sobre temas científicos o tecnológicos relacionados con la profesión.

En el currículo optativo de la disciplina Sistema se inserta la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico, la cual se impartirá en el primer semestre del cuarto año de la carrera Contabilidad y Finanzas de Curso Regular Diurno, así como en el curso por encuentro. Esta asignatura posee un fondo de tiempo de 50 horas clases. En cursos anteriores esta asignatura no se impartió. Solo se conoce de un programa de postgrado que se impartió en el curso 2018-2019 con el nombre de Redes Sociales y Comercio Electrónico, cuyo autor principal lo es el Aguilera, O. (2018), del Departamento de Contabilidad.

De acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Educación Superior los estudiantes del tercer año de la carrera de Contabilidad y Finanzas tienen como objetivos a vencer en el año:

- Consolidar, interpretar y analizar información financiera de la empresa, y aplicar técnicas de planeación y control de los recursos materiales, laborales y financieros que participan en su actividad económica, como base para la toma de decisiones a largo y corto plazo.
- Interpretar las técnicas matemáticas, estadísticas, econométricas, de investigación de operaciones y los instrumentos de la microeconomía en el marco de los modelos que permiten la evaluación de los activos financieros de la empresa de acuerdo con la teoría financiera moderna, como base para su aplicación posterior a la administración financiera empresarial.
- Interpretar el papel del pensamiento económico cubano en la búsqueda de solución de los problemas del subdesarrollo en las diferentes etapas de la historia revolucionaria del país.

- Procesar, almacenar y recuperar información mediante la utilización de software de uso general y especializado, en correspondencia con el problema a resolver.
- Elaborar informes a partir del procesamiento y valoración de los resultados obtenidos en su vinculación con la práctica pre profesional y la consulta de bibliografía especializada.
- Participar activamente en todas las actividades convocadas por las organizaciones estudiantiles y por la institución como parte de su formación integral, con sentido de pertenencia y compromiso político con nuestro país.

Tomando esto en consideración, el objeto de estudio que establece la disciplina Sistema, se reconoce y destaca que, además del instrumental informático, se necesitan también soluciones humanas a los problemas del tratamiento y empleo de la información y el conocimiento, para la gestión y el control. Además, se le da más peso al control interno y la gestión contable, económica y financiera, acorde a las necesidades actuales de nuestra economía y nuestra sociedad. De ahí, que se considera un amplio sistema de habilidades a alcanzar por el estudiante y al que la asignatura tributa, dentro de las cuales encontramos:

- a) Capacidad de trabajar con el hardware y el software contemporáneo, aplicándolo a la solución de problemas económicos y de gestión.
- b) Posibilidad de utilizar los sistemas informáticos y de comunicación para ejecutar y perfeccionar su trabajo y el de su colectivo.
- c) Capacidad de desarrollar sus potencialidades de comunicación.
- d) Capacidad de perfeccionar los procesos de toma de decisiones, de análisis y de control, tanto individuales como de su colectivo de trabajo.

2.3 Propuesta del diseño curricular de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico.

Para realizar el diseño curricular del programa analítico de la asignatura Marketing Digital y Comercio Electrónico se partió del análisis del modelo del profesional para los estudiantes de la carrera Contabilidad y Finanzas, las modificaciones aprobadas por Resolución Rectoral para el Plan de Estudio "E" y el Programa de la disciplina Sistema con el objetivo de que responda a

los requerimientos establecidos según la Resolución 2/2018 “Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico de la Educación Superior”. Según lo que establece el Artículo 84 del anterior Reglamento, los programas analíticos de las asignaturas deben contener, al menos, la información siguiente:

- a) Datos generales (nombre de la asignatura, de la disciplina y de la carrera; su ubicación en el plan de estudio; el fondo de tiempo total y por formas organizativas; así como, la tipología de clases).
- b) Objetivos generales de la asignatura.
- c) La relación de temas, definiéndose para cada uno: los objetivos, el contenido, la cantidad de horas y su distribución por formas organizativas y tipos de clase, y la evaluación.
- d) Indicaciones metodológicas y de organización.
- e) El sistema de evaluación del aprendizaje.
- f) Texto básico y otras fuentes bibliográficas.

Programa analítico de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico

Datos Generales:

Ministerio de Educación Superior

Centro de Estudio: Universidad de Holguín

Facultad de Ciencias Empresariales y Administración

Departamento Docente: Contabilidad y Finanzas

Carrera: Licenciatura en Contabilidad y Finanzas

Disciplina: Sistema

Asignatura: Marketing Digital y Comercio Electrónico

Plan de Estudio: “E”

Modalidad Presencial

Curso Regular Diurno

Año: Cuarto

Semestre: I

Total de Horas: 50 h/c

Forma organizativa: La clase

Tipos fundamentales de clase: Conferencia, talleres, clases prácticas y seminarios.

Fundamentación:

En el mundo actual, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” (TIC), se desarrollan y se incorporan a la sociedad a una velocidad vertiginosa. Los efectos que estas tienen en la vida de los ciudadanos, de las empresas, de las instituciones y de los gobiernos se han manifestado en menos de una década. Por otra parte, si miramos a nuestro alrededor, se observan muchos cambios en la forma de comunicarse, de organizarse, de comerciar e incluso de trabajar o de divertirse. Por otra parte, se viene desarrollando una nueva forma de estrategia empresarial, nos referimos al Marketing Digital y el Comercio Electrónico, que se basa en la utilización de las redes de comunicaciones para desarrollar actividades comerciales. En este nuevo modelo de transacciones de negocios, las partes involucradas interactúan y hacen negocios exclusivamente a través de medios electrónicos. Hay muchas otras razones que explican la lentitud en el proceso de incorporación del Marketing Digital y el Comercio Electrónico a la sociedad cubana, como la carencia de recursos financieros, el insuficiente apoyo de los gobiernos locales o la dificultad de adaptación por parte de los usuarios. Aunque, en realidad, lo más determinante para que se produzca el cambio es tener claro que estas tecnologías suponen una vía para mejorar la calidad de vida y un camino para dar respuesta a las nuevas exigencias que plantea la sociedad. Incorporarlas no sólo es un desafío, sino que se convierten, hoy, en una necesidad para que el ser humano pueda desenvolverse sin problemas dentro de la nueva sociedad.

Ante esta situación, cabe plantearse cuál ha sido el efecto de las Marketing Digital y el Comercio Electrónico en la comunidad internacional y cual pudiera

ser en Cuba. A simple vista, parece que el impacto producido ha sido mayor que en otros ámbitos y que, en esta ocasión, le corresponde a la educación el papel de palanca de cambio, al tramitar los conocimientos necesarios sobre estas tecnologías. Sin embargo, para muchos países subdesarrollados, deben no sólo invertir en equipamiento y en formación sino en un cambio de actitud o de mentalidad, y este proceso lleva su tiempo.

En Cuba, a través de la Educación Superior se brindan soluciones inmediatas para lograr que las actuales y futuras generaciones asimilen los adelantos de la ciencia y la técnica, además de que sean formados integralmente, para que jueguen un papel activo, consciente y eficiente en el conocimiento y transformación del contexto económico social en el que se va a desempeñar.

Actualmente el uso del Marketing Digital y el Comercio Electrónico, es vital para el desarrollo de la sociedad cubana y en particular del sector empresarial, por lo que se hace necesario abordar este tema, viéndolo como un aspecto importante del crecimiento profesional y humano de cada sujeto, en la elevación de su cultura y conocimientos, de ser más eficientes y de trabajar con más precisión y responsabilidad con estas tecnologías. Siendo prioritaria, la necesidad de preparar a nuestra sociedad con la finalidad de que puedan utilizar de forma creadora y ética las bondades que ofrece el empleo de estas tecnologías en la solución de problemas de su contexto profesional o social, y puedan enfrentar el flujo creciente de información contradictoria que se genera y difunde continuamente, por lo que forma parte de su formación integral.

El dominio por parte de cualquier profesional de la contabilidad, la auditoría y las finanzas; de las habilidades y los conocimientos necesarios del Marketing Digital y Comercio Electrónico para diseñar y adecuar el plan de marketing y de publicidad digital nacional o internacional de la empresa con la utilización de diversos sistemas digitales de venta. Esta actividad puede hacerse más perfeccionada en la medida que sean capaces de procesar la información que necesitan en forma más eficaz y eficiente con el empleo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), lo que resulta imprescindible en la actualidad.

Desde una visión positiva de las potencialidades que ofrecen el Marketing Digital y el Comercio Electrónico para nuestro país, como herramientas de

cambio en varias esferas, surge la necesidad de confeccionar el presente programa, el cual está dirigido a estudiantes de la carrera Licenciatura en Contabilidad y Finanzas. Este ha sido adecuado para ser impartido por docentes especializados, basándose en el enfoque comunicativo.

Marketing Digital y Comercio Electrónico es una asignatura optativa que se impartirá en el primer semestre del 4to año de la carrera Licenciatura en Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Holguín. Su estructura y desarrollo abarca una serie de conocimientos que al finalizar el semestre, permitirá al estudiante desempeñar las funciones relacionadas con el uso de Internet y de otros sistemas digitales. El programa está organizado, por su estructura y contenido en correspondencia con los requisitos de la pedagogía y la psicología socialista, los criterios de avanzada sobre el Marketing Digital y el Comercio Electrónico en el contexto actual, en estrecha vinculación con los principios didácticos de la pedagogía actual. Se ha confeccionado bajo un enfoque metodológico general de la Educación Superior, lo que ofrece prioridad al hecho comunicativo en sí mismo con un enfoque integrador.

Problema: Necesidad de registrar las ventas de productos y servicios a través de internet a partir de un plan de Marketing Digital y el uso del Comercio Electrónico a través de operaciones económicas fundamentales que integran la contabilidad mediante la utilización de sistemas informáticos establecidos para las entidades.

Objeto: Métodos y técnicas de valuación, registro y presentación de las operaciones digitales contables y financieras que se realizan a través del Marketing Digital y el Comercio Electrónico.

Objetivo: Capacitar a los estudiantes, a partir del análisis y valoración del impacto del Marketing Digital y el Comercio Electrónico desde el acontecer nacional e internacional, teniendo en cuenta los elementos que los integran y procedimientos de trabajo con estos recursos, así como destacar el papel que juegan en el desarrollo del sistema empresarial y de la sociedad.

Plan Temático:

No.	Temas	Forma de Docencia					Total h/c
		Conf.	C. Prát.	Semin.	Tall.	TP	
I	Tareas básicas para la utilización de	8	4		2		14

	Internet.						
II	El Marketing Digital y el Comercio Electrónico como perspectiva de desarrollo empresarial.	8	4	2			14
III	Políticas para el desarrollo del Marketing Digital y Comercio Electrónico.	4	2				6
IV	Los negocios electrónicos y las Criptomonedas.	8	4	2			14
	Evaluación final.					2	2
Total		28	12	4	2	2	50

Objetivo, sistema de conocimientos, habilidades y valores por temas:

Tema 1. Tareas básicas para la utilización de Internet.

Problema: Necesidad de valorar los elementos teóricos de las tareas básicas para la utilización de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones (TIC), sobre todo Internet, en la implementación del Marketing Digital y el Comercio Electrónico, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Objetivo: Valorar las tareas básicas para la utilización de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones (TIC), sobre todo Internet, en la implementación del Marketing Digital y el Comercio Electrónico, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Sistema de contenidos:

Internet y su origen. Funcionamiento: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red. Modos de conectarse a Internet: Red telefónica: RTB, RDSI y ADSL, entre otras. Otros tipos: cable, radio, satélite, GPRS y wireless, entre otros. Proveedores de servicios. Conexiones móviles. Configuración de acceso. La intranet y la extranet. El navegador y su funcionamiento: navegadores más utilizados. Búsqueda de información nacional e internacional en la red. Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores. Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, los servicios adicionales y las herramientas específicas.

Gestión de diversos servicios de Internet. Correo electrónico. Su funcionamiento. El correo web: creación de una cuenta. Las funciones básicas de leer, responder y enviar. Correo no deseado. Correo POP3. Su utilización. Gestión de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3. Otros gestores de correo POP3. Listas de correo. Transferencia de archivos. Su utilización. Servidores FTP. Aplicaciones FTP. Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones. Los foros internacionales. Leer y escribir en un foro. Los grupos de discusión internacionales. Redes sociales internacionales. Weblogs, blogs o bitácoras. Distintas modalidades de weblogs: fotoblogs, moblogs, podcast y tecnología RSS.

Redes sociales internacionales para empresas: perfil, grupo y página, crear una página corporativa, crear una página de producto, crear un grupo. Añadir elementos a una página de una red social internacional: mensajes en el muro, compartir mensajes, responder y borrar un mensaje del muro, crear perfiles. Comprar y vender en redes sociales internacionales.

Sistema de habilidades:

- Valorar el surgimiento de Internet y su origen.
- Explicar el funcionamiento de Internet y los modos de conectarse.
- Mencionar los proveedores de servicios y las conexiones móviles.
- Realizar la configuración de acceso a la intranet y la extranet.
- Explicar el uso del navegador y su funcionamiento.
- Explicar el empleo de los buscadores de internet.
- Mencionar los conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, los servicios adicionales y las herramientas específicas.
- Gestionar diversos servicios de Internet teniendo en cuenta su funcionamiento.
- Explicar en qué consiste el correo no deseado y el correo POP3.
- Transferir archivos teniendo en cuenta su utilización.
- Instalar servidores FTP.
- Descargar aplicaciones FTP.
- Explicar las Redes P2P (peer to peer).
- Leer y escribir en un foro.

- Mencionar las redes sociales internacionales.
- Explicar las Weblogs, blogs o bitácoras, así como las distintas modalidades de weblogs: fotoblogs, moblogs, podcast y tecnología RSS.
- Valorar el uso de redes sociales internacionales para empresas.
- Crear una página corporativa, de producto y un grupo de trabajo.
- Añadir elementos a una página de una red social internacional: mensajes en el muro, compartir mensajes, responder y borrar un mensaje del muro, crear perfiles.
- Emular la compra y venta en redes sociales internacionales.

Sistema de valores:

- Responsabilidad, laboriosidad, creatividad, colectivismo, organización, austeridad y honestidad.

Sistema de evaluación del tema:

- Evaluaciones sistemáticas orales y escritas.
- Taller.

Tema 2. El Marketing Digital y el Comercio Electrónico como perspectiva de desarrollo empresarial.

Problema: Necesidad de valorar la importancia del Marketing Digital y el Comercio Electrónico como perspectiva de desarrollo empresarial a partir de sus diferentes modalidades, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Objetivo: Valorar la importancia del Marketing Digital y el Comercio Electrónico como perspectiva de desarrollo empresarial a partir de sus diferentes modalidades, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Sistemas de contenidos:

Definición del Comercio Electrónico: e-busines, e-commerce, razones para estar en internet. Orígenes y evolución histórica del Comercio Electrónico. Comercio Electrónico en Cuba. Principales inconvenientes para el desarrollo. Ventajas y desventajas de e-commerce.

Modalidades del Comercio Electrónico: Business to Business (B2B): Comercio Electrónico entre Empresas. Business to Consumer (B2C): Entre la Empresa y el Consumidor. Business to Employees (B2E): Entre la Empresa y sus

Empleados. Consumerto Consumer (C2C): Entre Consumidores. Business to Administration (B2A): Entre Empresas y la Administración. Consumer to Business (C2B): Entre los consumidores y la Empresa. Business to BUSINESS to Consumer (B2B2C): Modelo Mixto entre B2B y B2C. Peer to Peer (P2P): Puerto a puerto.

Mercado Virtual de la Dirección Empresarial. El mercado virtual. El consumidor y el mercado virtual. Canales de comercialización del comercio electrónico. Marketing Electrónico. Algunos conceptos del Marketing Digital. Tipos de Marketing Electrónico. Etapas del e-marketing. Estrategias globales de negocio. Infraestructura tecnológica y formas de pago. Marketing en Redes Sociales. Método de pago on-line. Webs Empresariales: Servicios que proporcionan. Aplicaciones del comercio electrónico: ventas electrónicas, publicidad en línea, catálogos electrónicos, servicio al cliente, comercio electrónico en la industria de servicios, banca electrónica, oferta de trabajo en línea y dinero electrónico.

Sistema de habilidades:

- Definir el concepto de Comercio Electrónico: e-busines, e-commerce, teniendo en cuenta las razones para estar en internet.
- Explicar los orígenes y evolución histórica del Comercio Electrónico, así como las ventajas y desventajas de e-commerce (comercio electrónico).
- Explicar las modalidades del Comercio Electrónico. Business to Business (B2B): Comercio Electrónico entre Empresas.
- Mencionar la Banca Electrónica para Empresas de Seguridad.
- Mencionar los elementos básicos de las transacciones en una red abierta.
- Definir los conceptos de: Certificados Digitales, Firma Digital o Electrónica, servidores seguros y correo seguro.
- Analizar el método de pago on-line.
- Analizar algunas Webs Empresariales y los servicios que proporcionan.
- Valorar los factores claves de éxito del comercio electrónico.
- Valorar las aplicaciones del comercio electrónico: ventas electrónicas, publicidad en línea, catálogos electrónicos, servicio al cliente, comercio electrónico en la industria de servicios, banca electrónica, oferta de trabajo en línea y dinero electrónico.

- Valorar como se desarrolla el Comercio Electrónico en Cuba, así como sus principales inconvenientes.
- Explicar el Mercado Virtual de la Dirección Empresarial.
- Definir el concepto de mercado virtual.
- Analizar el papel del consumidor y el mercado virtual.
- Mencionar los canales de comercialización del comercio electrónico.
- Definir el concepto de Marketing electrónico.
- Mencionar algunos conceptos del Marketing Digital.
- Mencionar los tipos de Marketing Electrónico.
- Mencionar las etapas del e-marketing.
- Valorar algunas estrategias globales de negocio, así como la infraestructura tecnológica y formas de pago.
- Explicar cómo se desarrolla el Marketing en Redes Sociales.
- El Comercio Electrónico. Definición. Principales características.
- Elaborar el plan de marketing digital internacional de una empresa: las políticas del e-marketing mix.
- Caracterizar el cliente online internacional teniendo en cuenta la promoción online y offline de la web exportadora.
- Trabajar con herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines: selección de palabras clave, cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO, cómo alcanzar un buen posicionamiento de pago SEM.
- Mencionar las políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Analizarlas estadísticas y medición de resultados.
- Caracterizar el marketing internacional de afiliación, el marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM), el Cross Marketing, el marketing viral: blogs, buzz, marketing, comunidades virtuales y online networking, así como el marketing one-to-one.
- Trabajar con aplicaciones del Mobile marketing y TDT, entre otros: banca móvil, pagos con el móvil, compras inalámbricas y publicidad dirigida, entre otros.
- Utilizar Internet TV, video blogs y web TV, entre otros.

- Valorar el no uso de sistemas de publicidad poco aconsejables: el spam y la publicidad no deseada.

Sistema de valores:

- Responsabilidad, laboriosidad, creatividad, colectivismo, organización, austeridad y honestidad.

Sistema de evaluación del tema:

- Evaluaciones sistemáticas orales y escritas.
- Seminario.

Tema 3. Políticas para el desarrollo del Marketing Digital y el Comercio Electrónico.

Problema: Necesidad de explicar las políticas para el desarrollo del Marketing Digital y el Comercio Electrónico como iniciativa empresarial a partir de sus diferentes modelos de negocio digital, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Objetivo: Explicar las políticas para el desarrollo del Marketing Digital y el Comercio Electrónico como iniciativa empresarial a partir de sus diferentes modelos de negocio digital, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Sistemas de contenidos:

Políticas para el desarrollo. Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. Selección y registro de dominio. Escaparate web. Catálogo electrónico. La importancia financiera de la reclamación. La gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes. Medios internacionales de pago electrónico: las tarjetas para pagos online, otros medios de pago electrónicos, períodos de reflexión y cancelaciones. Diseño de una tienda virtual internacional. Control logístico de las mercancías vendidas online. La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. La Criptografía. Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única. Firma electrónica. Certificados digitales. Entidades certificadoras raíz. El spyware (programas espías). Encriptación. Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) y 3D Secure. Elementos básicos de las transacciones en una red abierta.

Certificados Digitales. Firma Digital o Electrónica. Servidores seguros. Correo seguro.

Sistema de habilidades:

- Explicar las políticas para el desarrollo.
- Diseñar una tienda virtual internacional.
- Mencionar los modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Seleccionar y registrar un dominio.
- Explicar el escaparate web y catálogo electrónico.
- Simular el control logístico de las mercancías vendidas online.
- Explicar la reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
- Valorar la importancia financiera de la reclamación.
- Valorar la gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes.
- Mencionar los medios internacionales de pago electrónico: las tarjetas para pagos online, otros medios de pago electrónicos, períodos de reflexión y cancelaciones.
- Definir los conceptos de Criptografía, firma electrónica, certificados digitales, entidades certificadoras raíz, spyware y encriptación.
- Mencionar los protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) y 3D Secure.
- Explicar los elementos básicos de las transacciones en una red abierta.
- Definir los conceptos de Certificados Digitales, Firma Digital o Electrónica, Servidores seguros y Correo seguro.

Sistema de valores:

- Responsabilidad, laboriosidad, creatividad, colectivismo, organización, austeridad y honestidad.

Sistema de evaluación del tema:

- Evaluaciones sistemáticas orales y escritas.

Tema 4. Los Negocios Electrónicos y las Criptomonedas.

Problema: Necesidad de valorar la importancia de los negocios electrónicos y el minado de Criptomonedas como iniciativa de crecimiento empresarial a

partir de su implementación en las empresas, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Objetivo: Valorar la importancia de los negocios electrónicos y el minado de Criptomonedas como iniciativa de crecimiento empresarial a partir de su implementación en las empresas, para su contribución a la toma de decisiones, cumpliendo con el marco legal establecido.

Sistemas de contenidos:

Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros. Parques empresariales virtuales. Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas. Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. Programas de facturación electrónica. Seguridad: firma electrónica reconocida. Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas, entre otras. Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX y cámaras de comercio, entre otras.

Las Criptomonedas. Historia del surgimiento de las Criptomonedas. Tipos de Criptomonedas. Características. Futuro de las Criptomonedas. Formas de crear tus propias Criptomonedas. Plataformas y software para el minado. Trabajo con plataformas interactivas para crear Criptomonedas. Transferencia a billeteras electrónicas. Las billeteras electrónicas. Características. Canje y respaldo por minerales preciosos y divisa. Trabajo con billeteras electrónicas.

Sistema de habilidades:

- Definir el concepto de negocio electrónico.
- Mencionar los tipos de negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.
- Definir el concepto de parques empresariales virtuales.
- Emular la realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas.
- Definir el concepto de factura electrónica.

- Valorar aspectos generales de factura electrónica, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Mencionar algunos programas de facturación electrónica.
- Explicar la firma electrónica reconocida.
- Explicar cómo se lleva a cabo la relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas, entre otras.
- Mencionar las instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX y cámaras de comercio, entre otras.
- Definir el concepto de Criptomonedas.
- Valorar el surgimiento de las Criptomonedas.
- Mencionar los tipos de Criptomonedas.
- Trabajar con plataformas y software para el minado.
- Realizar transferencia a billeteras electrónicas.
- Operar con Criptomonedas realizando el canje por divisa.
- Valorar el futuro de las Criptomonedas.

Sistema de valores:

- Responsabilidad, laboriosidad, creatividad, colectivismo, organización, austeridad y honestidad.

Sistema de evaluación del tema:

- Evaluaciones sistemáticas orales y escritas.
- Taller.

Indicaciones metodológicas y de organización:

A través de la asignatura debe lograrse que los estudiantes, se familiaricen con los antecedentes y evolución histórica del Marketing Digital y el Comercio Electrónico, así como deben de conocer:

- Los elementos básicos del Marketing Digital y el Comercio Electrónico.
- Las políticas para el desarrollo del Marketing Digital y el Comercio Electrónico.
- Cuáles son las precauciones que se deben tener en cuenta al hacer uso de las Redes Sociales y el correo electrónico.

Es importante considerar que como resultado de la asignatura se genere un movimiento por una cultura informática, donde los estudiantes expresen sus opiniones de cómo ellos desearían fueran tratados de manera sistemática estos temas en la institución, no verla como un asunto de prohibiciones y regulaciones.

El curso debe combinar los aspectos teóricos y prácticos, a través de situaciones relacionadas con la vida en el contexto de actuación de los estudiantes, utilizar ejemplos prácticos reales o hipotéticos. La actividad fundamental presencial estará centrada en conferencias, seminarios y talleres. Se debe promover la reflexión y análisis de los participantes, que expresen sus opiniones, criterios y posibles vías de solución a los problemas detectados.

Es deber de cada estudiante el estudio y revisión de los materiales bibliográficos de la asignatura. La observación y discusión de estos materiales, así como el trabajo en pequeños grupos permitirá la realización de tareas acordes con los objetivos propuestos.

Sistema de evaluación de la asignatura:

La evaluación será sistemática a través de preguntas orales y escritas, en la participación de todas las actividades que se realicen en cada clase. La evaluación parcial estará constituida por seminario o talleres, aprovechando las potencialidades de la autoevaluación, la coevaluación y la heteroevaluación. Se atenderá a la calidad de las intervenciones realizadas en cada una de las sesiones de trabajo, así como el cumplimiento de las actividades de trabajo independiente que se desarrollen. Para culminar el curso se considerará además, la entrega y discusión un trabajo escrito a partir de un tema del curso; este debe estar estructurado de la siguiente forma:

- Portada (en una cuartilla)
- Introducción (de una a tres cuartillas)
- Desarrollo (de cinco a 10 cuartillas)
- Conclusiones (una cuartilla)
- Recomendaciones (una cuartilla)
- Bibliografía (una cuartilla)

El trabajo puede ser elaborado y discutido hasta por cuatro estudiantes; este será entregado en formato digital (.doc y .pdf). Para su discusión se realizará en forma de taller con el propósito de que los estudiantes demuestren sus conocimientos acerca de los temas tratados, para ello deben hacer uso de una presentación de Power Point. Para esta actividad se recomienda organizar un tribunal con los profesores del Colectivo de Año, así como asignarle a cada equipo de trabajo un profesor para tutorarlos y pueda emitir criterios sobre el desempeño de los estudiantes durante este proceso.

Estrategias didácticas:

Los estudiantes participarán activamente en el desarrollo de las actividades programadas, tales como:

- Exposiciones individuales y grupales.
- Trabajos de análisis e investigación.
- Visitas de estudio a sitio turístico con plan de desarrollo en ejecución.
- Técnicas grupales: debate, plenario, lluvia de ideas.
- Participación en charlas, conferencias, seminarios.
- Ponencia del trabajo final.

Estrategias Curriculares:

- a) **Político-ideológica:** Esta asignatura está íntimamente relacionada con la formación marxista - leninista del estudiante dada la importancia que tiene el Marketing Digital y el Comercio Electrónico para nuestro país, que se corresponde con uno de los pilares fundamentales en todo el proceso de actualización del modelo económico cubano. Además, contribuye a que el estudiante reafirme la importancia de los valores relacionados con la integridad y la ética en la sociedad cubana actual.

El profesor puede orientar como parte de la auto preparación de los estudiantes búsquedas bibliográficas relacionadas con los temas siguientes:

- Las políticas nacionales e internacionales vinculadas al Marketing Digital y al Comercio Electrónico que desarrollen las empresas cubanas.
- Impacto en la provincia de Holguín de la aparición de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) a través del trabajo por cuenta propia y otras formas de gestión no estatal que necesitan su posicionamiento en

las redes informáticas para darle salida a los productos y servicios en el mercado nacional e internacional.

- b) **Informatización:** El profesor debe exigir que los estudiantes presenten los trabajos de investigación extracurricular en formato digital utilizando las aplicaciones del paquete de Microsoft Office.
- c) **Idioma Inglés:** El profesor puede orientar como trabajos de investigación extracurricular de los estudiantes búsquedas bibliográficas en idioma inglés relacionadas con los temas impartidos, así como ordenará la traducción del resumen. Por otra parte los estudiantes podrán hacer uso de las palabras técnicas en inglés que son propias de la asignatura.
- d) **Enseñanza de la Historia de Cuba:** La asignatura contribuye al apoyo de la enseñanza de la Historia porque se explica a los estudiantes el desarrollo histórico del Marketing Digital y el Comercio Electrónico en el ámbito internacional y nacional, y como este se ha visto afectado en Cuba por el Bloqueo Económico Financiero propiciado por el Gobierno de los Estados Unidos.
- e) **Jurídica:** La asignatura está estrechamente relacionada con todo tipo de disposiciones jurídicas vinculadas con la legislación vigente en Cuba en materia de Marketing Digital y el Comercio Electrónico, estas disposiciones conforman la bibliografía básica de la asignatura. El profesor debe incluir en sus clases la referencia explícita de las disposiciones jurídicas vigentes y aplicables en los temas que correspondan.

Bibliografía:

Básica:

Aguilera Almaguer, O. (2018). Manual Básico de Redes Sociales y Comercio Electrónico. Facultad de Matemática e Informática. Departamento de Informática. Universidad de Holguín. Holguín, Cuba.

Aguilera Almaguer, O. (2018). Manual Básico de Sistemas de Información para el Contador. Facultad de Ciencias Empresariales y Administración. Carrera de Contabilidad y Finanzas. Universidad de Holguín. Holguín, Cuba.

Blanco Encinosa, L. (2011). La informática en la dirección de empresas. Editorial Félix Varela. La Habana, Cuba.

Colectivo de autores (2012). Marketing digital para Pymes. Disponible en: pdf, carpeta de la asignatura.

Libro blanco del comercio electrónico. Guía Práctica de Comercio Electrónico para PYMES. Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM), 2009. 77p

Trenado Carretero, M. (2007). Comercio Electrónico. DNI 28940139-K.

Vargas Casaseca, J. P. (2004). Legalidad y Comercio Electrónico. Una aproximación al Derecho en la contratación electrónica internacional. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Vargas Casaseca, J. P. (2004). Legalidad y Comercio Electrónico. Una aproximación al Derecho en la contratación electrónica internacional. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). España.

Wikipedia. Comercio electrónico. Disponible en: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Comercio_electr%C3%B3nico&oldid=110449869

Zuniga Solorzano, M. E. (2013). Comercio Electrónico. www.monografias.com

Complementaria:

Aguirre Romero, J. M. (2012). Ciberespacio y comunicación: nuevas formas de vertebración social en el siglo XXI. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. España.

Asociación de Consumidores de Torre Ramona (2014). Guía de Comercio Electrónico y Redes. Disponible en: www.torreramona.org

Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM) (2014). Libro blanco del comercio electrónico. Guía Práctica de Comercio Electrónico para PYMES. Plan Avanza Gobierno de España. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Calderón Patier, C. y Cáceres Ruiz, J. I. (2004). El Comercio Electrónico y la imposición indirecta en la Unión Europea: El IVA. Departamento Economía General. Universidad San Pablo-CEU de Madrid, España.

Cuadernos de Comunicación Interactiva (2009). La Comunicación en Medios Sociales. El Libro Blanco de IAB. Revista de la Comunicación Interactiva y el Marketing Digital.

- De la Osa Díaz, R. (2015). Mitos y realidades de las Tecnologías de la Información. Editorial Academia, La Habana, Cuba.
- Fernández Calvo, R. (2004). Glosario de Internet. Editado por Anetcom. Valencia, España.
- Fernández García, J. J. (2008). Más allá de Google. Zero Factory, S. L., Barcelona, España. Licencia en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/legalcode.es>
- Flores Cueto, J. J. y otros (2009). Las Redes Sociales. Enlace Virtual, Edición N° 1, octubre 2009. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú.
- Flores Diez, D. A. (2015). Análisis del Comercio Electrónico en España. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de León, España.
- Flores Fernández, J. (2009). Seguridad en las Redes Sociales. Director de Pantallas Amigas. En: <http://www.PantallasAmigas.net>
- Fumero, A. y Roca, G. (2007). Redes 2.0. Fundación Orange España.
- Gómez Morales, F. (2010). El pequeño libro de las redes sociales. Editorial: Parangona. Barcelona, España. www.medialivecontent.com
- Gutiérrez-Rubí, A. (2009). Lecciones de Brawn GP. Las 10 claves empresariales para competir con éxito. Editorial Alienta. Barcelona, España.
- Mancero L., L. y Torres B., F. (2009). E-Commerce. Universidad de Ecotec. Ecuador.
- Manpower (2014). El Impacto de las Redes Sociales de Internet en el Mundo del Trabajo: México. Documento en pdf bajado del sitio: <http://www.manpower.com.mx>
- Merodio, J. (2013). Marketing en Redes Sociales. Creative Commons.
- Octavio Islas y Paola Ricaurte (2013). Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad. Coordinado por Octavio Islas y Paola Ricaurte. 1a ed. México, D.F., México. Razón y Palabra.
- Ochoa, R. (2009, 17 diciembre). El uso de las redes en el lugar de trabajo. Recuperado de <http://rosauraochoa.com/2009/12/el-uso-de-las-redes-sociales-en-el-lugar-de-trabajo/>

Oficina de Comunicación de la UPV/EHU (2015). Guía de usos y estilo en las Redes Sociales de la UPV/EHU. Editado por Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, España. www.ehu.eus

Porrúa García, M. (2010). El impacto de las redes sociales. Revista Dintel, diciembre 2009 / enero 2010. Tecnología y Gestión.

Raigón, J. (2017). Estudio Anual Redes Sociales 2017. Patrocinado por: Elogia.

Requena Santos, F. (2003). El concepto de Red Social. Revista Española de Investigación Sociológica. Universidad de Málaga, España.

Sáez Soro, E. (2006). Acción comunicativa en el Ciberespacio: el análisis de las páginas web personales. Universidad Jaume I. <http://www.bocc.ubi.pt>

Xombra Websit ¿Cómo buscar información en Internet? Disponible en: <http://www.xombra.com>.

Zanoni, Leandro (2008). El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0. Ediciones B Argentina S. A. Buenos Aires, 208 p.

2.1. Propuesta del P1 de la asignatura optativa II Marketing Digital y Comercio Electrónico.

Enc.	Contenido		Forma de enseñanza	Lugar	Tiempo
	Tema	Sumario			
1	I. Tareas básicas para la utilización de Internet.	Internet y su origen. Funcionamiento: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red. Modos de conectarse a Internet: Red telefónica: RTB, RDSI y ADSL, entre otras. Otros tipos: cable, radio, satélite, GPRS y wireless, entre otros. Proveedores de servicios.	C1	Aula	2 horas
2		Conexiones móviles. Configuración de acceso. La intranet y la extranet. El navegador y su	C2	Aula	2 horas

		funcionamiento: navegadores más utilizados. Búsqueda de información nacional e internacional en la red. Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores. Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, los servicios adicionales y las herramientas específicas.			
3		Gestión de diversos servicios de Internet. Correo electrónico. Su funcionamiento. El correo web: creación de una cuenta. Las funciones básicas de leer, responder y enviar. Correo no deseado. Correo POP3. Su utilización. Gestión de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3. Otros gestores de correo POP3.	CP1	Lab.	2 horas
4		Listas de correo. Transferencia de archivos. Su utilización. Servidores FTP. Aplicaciones FTP. Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones. Los foros internacionales. Leer y escribir en un foro.	C3	Aula	2 horas
5		Los grupos de discusión internacionales. Redes	C4	Aula	2 horas

		sociales internacionales. Weblogs, blogs o bitácoras. Distintas modalidades de weblogs: fotoblogs, moblogs, podcast y tecnología RSS.			
6		Redes sociales internacionales para empresas: perfil, grupo y página, crear una página corporativa, crear una página de producto, crear un grupo. Añadir elementos a una página de una red social internacional: mensajes en el muro, compartir mensajes, responder y borrar un mensaje del muro, crear perfiles. Comprar y vender en redes sociales internacionales.	CP2	Lab.	2 horas
7		Tareas básicas para la utilización de Internet.	T1	Aula	2 horas
8	II.El Marketing Digital y el Comercio Electrónico como perspectiva de desarrollo empresarial.	Definición del Comercio Electrónico: e-busines, e-commerce, razones para estar en internet. Orígenes y evolución histórica del Comercio Electrónico. Comercio Electrónico en Cuba. Principales inconvenientes para el desarrollo. Ventajas y desventajas de e-commerce.	C1	Aula	2 horas
9		Modalidades del Comercio Electrónico: Business to Business (B2B): Comercio Electrónico entre Empresas. Business to Consumer (B2C):	C2	Aula	2 horas

		Entre la Empresa y el Consumidor. Business to Employees (B2E): Entre la Empresa y sus Empleados. Consumerto Consumer (C2C): Entre Consumidores. Business to Administration (B2A): Entre Empresas y la Administración. Consumer to Business (C2B): Entre los consumidores y la Empresa. Business to BUSINESS to Consumer (B2B2C): Modelo Mixto entre B2B y B2C. Peer to Peer (P2P): Puerto a puerto.			
10		Mercado Virtual de la Dirección Empresarial. El mercado virtual. El consumidor y el mercado virtual. Canales de comercialización del comercio electrónico.	CP1	Lab.	2 horas
11		Marketing Electrónico. Algunos conceptos del Marketing Digital. Tipos de Marketing Electrónico. Etapas del e-marketing.	C3	Aula	2 horas
12		Estrategias globales de negocio. Infraestructura tecnológica y formas de pago. Marketing en Redes Sociales. Método de pago on-line.	C4	Aula	2 horas
13		Webs Empresariales: Servicios que proporcionan. Aplicaciones del comercio electrónico: ventas electrónicas, publicidad en	CP2	Lab.	2 horas

		línea, catálogos electrónicos, servicio al cliente, comercio electrónico en la industria de servicios, banca electrónica, oferta de trabajo en línea y dinero electrónico.			
14		El Marketing Digital y el Comercio Electrónico como perspectiva de desarrollo empresarial.	S1	Aula	2 horas
15	III. Políticas para el desarrollo del Marketing Digital y Comercio Electrónico.	Políticas para el desarrollo. Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. Selección y registro de dominio. Escaparate web. Catálogo electrónico. La importancia financiera de la reclamación. La gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes. Medios internacionales de pago electrónico: las tarjetas para pagos online, otros medios de pago electrónicos, períodos de reflexión y cancelaciones.	C1	Aula	2 horas
16		Diseño de una tienda virtual internacional. Control logístico de las mercancías vendidas online. La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.	CP1	Lab.	2 horas
17		La Criptografía. Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave	C2	Aula	2 horas

		<p>única. Firma electrónica. Certificados digitales. Entidades certificadoras raíz. El spyware (programas espías). Encriptación. Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) y 3D Secure. Elementos básicos de las transacciones en una red abierta. Certificados Digitales. Firma Digital o Electrónica. Servidores seguros. Correo seguro.</p>			
18	IV. Los negocios electrónicos y las Criptomonedas .	<p>Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros. Parques empresariales virtuales. Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas. Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. Programas de facturación electrónica.</p>	C1	Aula	2 horas
19		<p>Seguridad: firma electrónica reconocida. Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas, entre</p>	C2	Aula	2 horas

		otras. Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX y cámaras de comercio, entre otras.			
20		Trabajo con plataformas interactivas para crear Criptomonedas.	CP1	Lab.	2 horas
21		Las Criptomonedas. Historia del surgimiento de las Criptomonedas. Tipos de Criptomonedas. Características. Futuro de las Criptomonedas. Formas de crear tus propias Criptomonedas. Plataformas y software para el minado.	C3	Aula	2 horas
22		Transferencia a billeteras electrónicas. Las billeteras electrónicas. Características. Canje y respaldo por minerales preciosos y divisa.	C4	Aula	2 horas
23		Trabajo con billeteras electrónicas.	CP2	Lab.	2 horas
24		Los negocios electrónicos y las Criptomonedas.	S1	Aula	2 horas
25	Evaluación final.		TP	Aula	2 horas
					50 h/c

Toda la bibliografía de la asignatura, así como una guía de ejercicios por tema y el trabajo extra clase se adquiere mediante el acceso a la carpeta digital prevista para el montaje en la plataforma moodle.

El programa de la asignatura diseñado conjuntamente con el P1 debe ser analizado por el colectivo de asignaturas de la disciplina Sistema para posteriormente ser aprobado por el Jefe de Departamento, en correspondencia con el plan del proceso docente aprobado para cada carrera

en cada universidad, como lo estipula el Artículo 83 de la Resolución Ministerial 2/2018 “Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico de la Educación Superior”. Este programa se debe someter a la consideración del colectivo de la disciplina correspondiente y del colectivo de la carrera. El jefe del departamento que corresponda aprueba el programa analítico de la asignatura, tomando en consideración la opinión del colectivo de la carrera.

En este capítulo se diseñó el programa de la asignatura Marketing Digital y Comercio Electrónico junto con el P1 que permitirá perfeccionar el diseño curricular de la disciplina sistema, ayudando así a los estudiantes en aras del sector empresarial.

CONCLUSIONES

Para darle cumplimiento al objetivo planteado y en correspondencia con las tareas de la investigación definidas se puede decir que:

1. El análisis de la evolución histórica de la enseñanza de la Contabilidad y los diferentes planes de estudio por los que ha transitado la Carrera de Contabilidad evidencian la necesidad del perfeccionamiento continuo de los planes y programas de la Educación Superior.
2. Se diseñó el currículo de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para la carrera Contabilidad y Finanzas logrando el objetivo de la investigación.
3. El estudio de los fundamentos del diseño curricular permitieron establecer las leyes, componentes y categorías que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
4. El resultado del análisis realizado demostró las pautas para realizar el diseño de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico patentizando la necesidad de confeccionar el programa de esta, aclarando las indicaciones metodológicas y la organización de los métodos y medios de enseñanza que se proponen utilizar para el desarrollo de la misma.
5. Se propone un programa analítico y el P1 que contribuye a responder a los requerimientos de la enseñanza universitaria contemporánea.

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta las conclusiones referidas anteriormente se proponen las recomendaciones siguientes:

1. Elevar al colectivo de carrera y disciplina la propuesta del programa y el sistema de clase presentado para su aprobación e implementación a través del trabajo metodológico.
2. Divulgar la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico, desde el inicio del período anterior al que se planifique su desarrollo para darle cumplimiento al Artículo 82 de la Resolución Ministerial 2/2018 “Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico de la Educación Superior”.
3. Realizar el posicionamiento o montaje de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico en el sitio ftp y plataforma Moodle para que todos los recursos disponibles sean consultados por los estudiantes. A su vez, sea una opción de consulta y trabajo para estudiantes que soliciten la modalidad de estudio a Distancia.
4. Proponer variaciones en el programa de la asignatura optativa Marketing Digital y Comercio Electrónico para su actualización según las necesidades educativas, territoriales o las impuestas por el desarrollo científico-técnico y con respecto a las legislaciones que vayan surgiendo de acuerdo a los cambios económicos que se operen en el país.
5. Divulgar las experiencias y resultados obtenidos.

BIBLIOGRAFÍA

- Addine Fernández, F. (1997). Didáctica y currículum: análisis de una experiencia. Editorial AB, Potosí, Bolivia: Patrimonio natural y cultural de la humanidad.
- Addine Fernández, F. (1999). El currículo, su diseño, desarrollo y evaluación. Instituto Pedagógico Latinoamericano y Caribeño. Cuba.
- Addine Fernández, F., y otros (2003). Diseño Curricular. Cuba: Instituto Pedagógico Latinoamericano y Caribeño.
- Aguilera, O. (2018). Redes Sociales y Comercio Electrónico. Programa de postgrado. Departamento de Contabilidad, Facultad de Ciencias Empresariales y Administración. Universidad de Holguín.
- Aguirre, M. E. (2006). "El currículum escolar, invención de la modernidad". Revista perspectivas docentes 25. Acotaciones. México.
- Alegre La Villa, C. (1997). Metodología para el diseño curricular disciplinar en carreras técnicas. Universidad de Ciego de Ávila: Facultad de Mecanización. Departamento de Matemática-Física-Computación.
- Alfaro Manzanares, J. (2012). Contabilidad Bancaria y de Seguros. Facultad Regional Multidisciplinaria Estelí.
- Álvarez de Zayas, C. M. (1992). Capítulo 3 "El Proceso Docente-Educativo". En C. M. Álvarez de Zayas, "La escuela en la vida" (pág. 19-21). Editorial Félix Varela.
- Álvarez de Zayas, C. M. (1992). Capítulo 6.1 "La primera ley de la didáctica. Relaciones del proceso docente-educativo con el contexto social: La escuela en la vida". En C. M. Álvarez de Zayas, "La escuela en la vida" (págs. 87-89). Editorial Félix Varela.
- Álvarez de Zayas, C. M. (1992). Capítulo 6.2 "La segunda ley de la didáctica. Relaciones internas entre los componentes del proceso docente-educativo: La educación a través de la instrucción". En C. M. Álvarez de Zayas, "La escuela en la vida" (págs. 93-100). Editorial Félix Varela.

- Álvarez de Zayas, C. M. (1992). La escuela en la vida. Editorial Félix Varela.
- Álvarez de Zayas, C. M. (1997). Hacia un currículum integral y contextualizado. Editorial Academia. La Habana.
- Autores, Col (2004). El diseño curricular en la educación superior. Curso impartido por el Congreso Internacional Universidad 2004.
- Ávila Vega (2015). Propuesta metodológica para el diseño curricular de una asignatura. Aplicación parcial en la asignatura estudio de tiempos de trabajo.
- Biones, L. (2000) "Demandas de la sociedad del conocimiento a la gestión del currículum escolar". Revista digital UMBRAL 2000. Núm. 10. Septiembre 2002. Santiago de Chile.
- Buitrón, N. (2002). "El currículum: un acercamiento profundo al término y los desafíos que presenta en las instituciones educativas". Revista Razón y palabra. Abril – mayo 2002. Núm. 26.
- Casarini, M. (1999). Teoría y diseño curricular. México. Trillas.
- Castañeda Hevia, E. (1997). Un acercamiento a las tendencias internacionales en el diseño curricular de las carreras de ingeniería y agricultura. Ante el reto del tercer milenio. En Conferencia impartida: Teoría y práctica del diseño curricular. Argentina.
- Castells, Manuel (1998). La era de la información. Economía y Sociedad. Siglo XX editores, México.
- Catalano, A. M., Ovolio de Cols, S y Sladogna, M. (2004). Diseño curricular basado en normas de competencias laborales. Conceptos y orientaciones metodológicas. Buenos aires, Argentina: Banco Internacional de desarrollo.
- Centro Rector Universidad de La Habana (s/f). Caracterización de la Carrera de Contabilidad y Finanzas para el plan de estudio D. La Habana: Ministerio de Educación Superior.
- Coll, C. (1992). "Los fundamentos del currículum". Psicología y currículum. México. Paidós mexicana. Cuadernos de Pedagogía 4.
- Cultura, S. (2000). Fundamento del currículum. Tomo1: Fundamentación teórico metodológica. República Dominicana.
- Díaz Barriga, F. y Lule González, M. (1996). Metodología de Diseño Curricular para la Educación Superior, en Investigación en la escuela. España.

- Fernández Lomelín (2017). La práctica curricular y la evaluación curricular.
- Flores Díaz, G. C.; Navidad Díaz; A. R. y Revelo Rubio, G. G. (2008). El currículo de la licenciatura en ciencias de la educación (plan 1998 de la UES) y su competencia con la demanda sociocultural y laboral actual de la sociedad salvadoreña. Trabajo para optar al grado de: Licenciatura en Ciencias de la Educación. Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias y Humanidades, Departamento de Ciencias de la Educación. Julio 11, San Salvador. El Salvador.
- Furlan, A. (1996). Currículum e institución. México, CIEEN Morevallado.
- García Otero, J. (2003). Fundamentos del diseño curricular. Dirección de Tecnología Educativa. Facultad de Ciencias de la Educación.
- García Otero, J. (2003). Los enfoques curriculares, ¿qué son? Dirección de tecnología Educativa. Facultad de Ciencias de la Educación.
- Glazman, R. e Ibarrola, M. (s/f). Diseño de planes de estudio. México. CISE. UNAM.
- González Pacheco, O. (1994). Currículo: diseño, práctica y evaluación. CEPES, La Habana. González Pérez, Hernández Fernández & Otros. Currículo y formación profesional: CEPES, Universidad de la Habana 2003.
- González Paredes, C. L. (2018). Diseño curricular de la asignatura Herramientas Estadísticas para la toma de decisiones como contribución al Plan de Estudio E de la carrera Ingeniería Industrial. Tesis presentada en opción al título de Ingeniero Industrial. Facultad Ciencias Empresariales y Administración. Carrera de Ingeniería Industrial. Universidad de Holguín.
- Guilarte Legra (2015). Propuesta metodológica para el diseño curricular de una asignatura. Aplicación parcial en la asignatura Ingeniería de Métodos.
- Guzmán Llaca, M. de la C. (2017). Perfeccionamiento del diseño curricular de la asignatura Contabilidad Bancaria en la carrera Licenciatura en Contabilidad y Finanzas. Tesis presentada en opción al título de Licenciado en Contabilidad y Finanzas. Facultad de Ciencias Económicas y Administración. Carrera de Contabilidad y Finanzas. Universidad de Holguín.
- Hernández, H. (2004). Diseño de planes y programas de estudio. (Cap. VI). Revista Pedagogía Universitaria. Vol. 9 No. 2 2004, La Habana, Cuba.

- Hurrutinier Silva, P. (2000). El modelo curricular de la educación superior cubana, en Revista pedagógica universitaria. Editorial Félix Varela: La Habana.
- Instituto Superior de Formación Profesional San Antonio (2014). Comercio Digital Internacional. Técnico Superior en Comercio Internacional. Ciclo Formativo de Grado Superior (LOE). UCAM.
- Jiménez-Fontana, R. (2016). La Evaluación en la Educación para la Sostenibilidad desde el Paradigma de la Complejidad. Tesis Doctoral para aspirar al grado de Doctor en Ciencias. Universidad de Cádiz. Facultad de Ciencias de la Educación.
- Kemmis, S. (1988). El curriculum: más allá de la teoría de la reproducción. Ediciones Morata. España.
- López Martínez, M. A. (2008). Uso y aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación en el proceso de enseñanza a nivel secundaria: Su elección e integración curricular. Tesis presentada en opción al título de Doctor en Ciencias de la Educación. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Marín, Antonio Lucas (2000). La nueva sociedad de la información. Una perspectiva desde Silicon Valley, Editorial Trotta, Madrid.
- Ministerio de Educación Superior (2007). Resolución 210/2007. Reglamento para el Trabajo Docente y Metodológico en la Educación Superior.
- Ministerio de Educación Superior (2017). Plan de Estudios "E". Carrera: Contabilidad y Finanzas. Centro Rector: Universidad de La Habana.
- Ministerio de Educación Superior (2018). Resolución No. 2/2018. Reglamento de Trabajo Docente y Metodológico de la Educación Superior. Edición ordinaria La Habana, jueves 21 de junio de 2018. Disponible en: <http://www.gacetaoficial.cu/> Consultado: 19 de febrero de 2109.
- Miranda Lena, T. (2001). El currículo como objeto de investigación.
- Moro Vallina, M. y Rodés Bach, A. (2014). Marketing digital. Paraninfo. ISBN: 9788428328746.
- Munilla, F. (1996). Elaboración de una Metodología para la formación de habilidades profesionales a través de la disciplina principal integradora de la carrera de Contabilidad y Finanzas en ejemplo de la asignatura terminal

- de dicha disciplina. Tesis en opción del grado de Doctor en Ciencias Pedagógicas, Universidad de Holguín.
- Ortigoza Garcell, C. (2006). El currículo: diseño, desarrollo y evaluación en la Educación Superior. Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya, Centro de Estudios sobre Ciencias de la Educación Superior (CECES).
- Osorio González, Y. (2017). Aplicación de una metodología para el diseño curricular de la asignatura Introducción a la Ingeniería Industrial. Tesis presentada en opción al título de Ingeniero Industrial. Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo. Carrera de Ingeniería Industrial. Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya".
- Páez Suárez, V., y otros (s/f). Diseño Curricular. Ministerio de Educación Superior, Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona.
- Panza, M. (1986). "Elaboración de programas". Operatividad de la Didáctica. Vol.1. México. Gernika.
- Pilozo-Cedeño, R. A. (2016). Diseño curricular para la Carrera de Economía de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí basado en competencias. Revista Praxis. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.21676/23897856.1845>. Consultado el 12 de noviembre 2018.
- Portuondo R. P. (1998). Antología del diseño curricular. Caracas, Venezuela.
- Ramos Ortega, Y. (2018). Diseño curricular de la asignatura Herramientas modernas para la toma de decisiones como contribución al Plan de Estudio E de la carrera Ingeniería Industrial. Tesis presentada en opción al título de Ingeniero Industrial. Facultad Ciencias Empresariales y Administración. Carrera de Ingeniería Industrial. Universidad de Holguín.
- Rivas, F. (2002). "Los Orígenes de la modalidad del Currículo" Educación para todos: "un sueño posible". CIDEP. El Salvador.
- Soto Godoy (2015). Propuesta metodológica para el diseño curricular de una asignatura. Aplicación parcial en la asignatura Planeación de recursos humanos en los servicios.
- Sutz, Judith (2003). "Transformaciones tecnológicas y sociedad miradas desde el sur", en: Calderón, Fernando, (coordinador), ¿Es sostenible la globalización en América Latina?, Vol. I, Fondo de Cultura Económica y PNUD Bolivia, Chile.

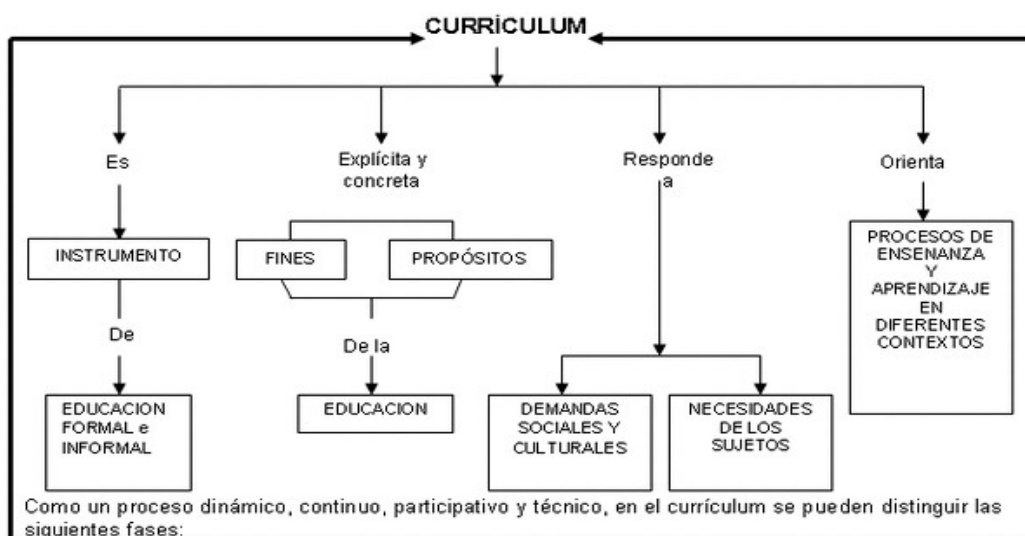
ANEXOS

Anexo 1. Análisis del currículo desde la perspectiva de los modelos teóricos usados para analizar las diversas perspectivas socio-históricas de la enseñanza.

Modelo tradicional	Los currículos hacen énfasis en la conservación y transmisión de los contenidos como algo estático, las relaciones sociedad escuela son descuidadas y existe un marcado enciclopedismo.
Modelo tecnocrático	<p>Conocido también como tecnología educativa, a nivel de currículo se caracteriza por su a historicismo y el reduccionismo de los problemas educativos a los asuntos escolares.</p> <p>Se concibe el currículo como una serie de procedimientos técnicos que aseguran el logro del aprendizaje. Considera que un buen diseño curricular dará magníficos resultados sin importar el contexto socioeconómico.</p>
Modelo crítico	Toma en cuenta conceptos como el autoritarismo y el poder, declarando que el problema básico de la educación no es técnico, sino político. No niega la posibilidad de trabajar científicamente el currículo. Este modelo al tomar elementos del psicoanálisis y de la teoría de las ideologías, revela un nuevo concepto: el currículo oculto.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. El diseño curricular.



Como un proceso dinámico, continuo, participativo y técnico, en el currículum se pueden distinguir las siguientes fases:

1. **Análisis Previo:** Antes de realizar la aplicación de un [proyecto](#) educativo se debe efectuarse la comprensión de la realidad comprender, las relaciones existentes en su entorno para articular con los [recursos](#) existentes en el medio.
2. **Diseño Curricular:** Especifica los fines y objetivos educacionales, traducidas en una propuesta educativa. Permite el análisis de las tendencias demográficas, socioeconómicas y culturales de la zona para plantear las estrategias y procedimientos que faciliten su aplicación y generar el cambio social.
3. **Aplicación Curricular:** Concretización del diseño curricular en una condición socio-educativa para lograr la innovación de la educación, a una forma de desarrollo social.

Evaluación Curricular: Implica determinar en qué medida el diseño curricular y la enseñanza satisfacen realmente los objetivos de la educación y del contexto social.

Fuente: Álvarez de Zayas, C. (2001). El diseño curricular. Ciudad de la Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Anexo 3. Análisis de las etapas del diseño por diferentes autores.

Autores	Etapas	Similitudes	Diferencias
Susana Sabath	Etapa I. <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentación • Formulación • Instrumentación • Desarrollo curricular. Etapa 2. <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación curricular 	De forma general se perciben 4 etapas: <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de las necesidades internas y externas (realidad social y educativa). 	Forma de concebir las etapas.
S. Gimeno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio de la realidad social y educativa. 2. Establecimiento de un diagnóstico y un pronóstico con respecto a las necesidades sociales. 3. Elaboración de una propuesta curricular como posibilidad de solución de las necesidades detectadas. 4. Evaluación interna y externa de lo propuesto 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Diagnóstico 3. Diseño 4. Evaluación 	
Arredondo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de las características, condiciones y necesidades del contexto social, político, económico y educativo del educando, y de los recursos disponibles y requeridos. 2. Diseño curricular. 3. Aplicación curricular. 4. Evaluación curricular. 		
Ortigosa Garcell	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de la política educacional. 2. Diagnóstico inicial. 3. Problemas y necesidades. 4. Elaboración de un proyecto o modelo teórico (currículo pensado o teórico). 		

Fuente: Ramos Ortega, Y. (2018)

Anexo 4. Mapa Curricular Curso Diurno Plan "E".

MINISTERIO DE EDUCACION SUPERIOR
UNIVERSIDAD DED HOLGUÍN
CARRERA CONTABILIDAD Y FINANZAS

MAPA CURRICULAR CURSO DIURNO PLAN "E"

PRIMER AÑO

PRIMER SEMESTRE						SEGUNDO SEMESTRE					
ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/ S	ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/S
Contabilidad General I	x		80	18		Contabilidad General II	x		56	18	
Matemática Superior I	x		60	18		Maatemática Superior II	x		60	18	
Economía Política M-L I			60	18		Economía Política M-L II		x	60	18	
Historia de Cuba	X		50	18		Seguridad Nacional			34	18	
Derecho			48	18		Filosofía Marxista Leninista			48	18	
Introducción a la investigación profesional			48	18		Matemática Financiera	x		60	18	
Educación Física I			28	18		Educación Física II			28	18	
TOTALES	3		374	18	21	TOTALES	3	1	346	18	19

720 horas - 6 exámenes finales - 1 TC - 12 asignaturas más 2 EF

SEGUNDO AÑO

TERCER SEMESTRE						CUARTO SEMESTRE					
ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/ S	ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/S
Contabilidad General III	x		48	18		Contabilidad General IV	x		44	18	
Estadística Matemática	x		60	18		Investigación de operaciones	x		60	18	
Pensamiento Económico			60	18		Electiva			32	18	
Defensa Nacional			34	18		Econometría	x		50	18	
Teoría Sociopolítica			48	18		Administración General		x	48	18	
Sistema Financiero y Finanzas Públicas			72	18		Costos	x		56	18	
Educación Física III			28	18		Educación Física IV			28	18	
						Práctica Pre profesional I		x	104		5,8
TOTALES	2		350	18	19	TOTALES	4	2	422	18	23

772 horas - 6 EF - 2 TC - 12 asignaturas más 2 EF más 1 PP

TERCER AÑO

QUINTO SEMESTRE						SEXTO SEMESTRE					
ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/ S	ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/S
Contabilidad Gubernamental			30	18		Contabilidad Superior		x	60	18	
Administración Estratégica		x	48	18		Administración Fin. Estratégica	x		60	18	
Sistema de Costos	x		56	18		Costo para el Control y Toma de D.	x		56	18	
Auditoría	x		62	18		Auditoría Financiera	x		64	18	
Sistema de Información para el Contador			60	18		Sistemas Autom. de Contabilidad		x	66	18	

Administración FO	x		60	18		Metodología de la Investigación			30	18	
						Práctica Preprofesional II		x	10	4	
TOTALES	3	1	316	18	18	TOTALES	3	3	440	18	24
756 horas - 6 EF - 4 TC - 12 asignaturas más la PP											

CUARTO AÑO

SEPTIMO SEMESTRE						OCTAVO SEMESTRE					
ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/ S	ASIGNATURAS	E F	T C	H	SE M	H/S
Precios	x		30	18		Optativa I			48		
Auditoría de Desempeño			60	18		Optativa II			50		
Auditoría Asistida por la Inform.			60	18		Optativa III			50		
Adm. Fin. del Riesgo Empresarial	x		48	18		Culminación de estudios			20	8	
Actualidad Económica			62	18							
Micrco y Macroeconomía			56	18							
Práctica Pre profesional III		x	10	4							
TOTALES	2	1	420	18	23	TOTALES			356		
776 horas - 2 EF- 1 TC - 8 asignaturas más PP y CE											

