

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO (IUPG)
FACULTAD DE MERCADEO, COMUNICACIÓN Y ARTES
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MERCADEO Y PUBLICIDAD
PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD (PMP)
LINEAMIENTOS DE TRABAJOS DE GRADO 01-2018

Fecha de Expedición:08/03/2018

Fecha de Entrada en Vigencia: 08/03/2018

1. Introducción

Los trabajos de grado en las instituciones de educación superior son una herramienta con la que cuentan dichas instituciones para evidenciar las competencias, tanto investigativas como profesionales, adquiridas por sus estudiantes. Son una manera de validar la calidad de los procesos académicos¹.

Los trabajos de grado del PMP se enmarcan dentro de la legislación colombiana² y las políticas institucionales de investigación, en el campo de la iniciación científica, considerando el trabajo de grado como una alternativa disponible para el cumplimiento de asignatura Opción de Grado vinculada a la malla curricular del Programa Profesional en Mercadeo y Publicidad. A través del trabajo de grado el estudiante evidencia las competencias que ha adquirido durante su formación académica, tanto investigativas como disciplinares y profesionales.

Las competencias a desarrollar, están delimitadas en tres categorías de apertura, de construcción y de comunicación, cuyas competencias específicas son:

	Competencias para la Iniciación Científica
Categorías	Competencias Específicas
Competencias de Apertura	Describe y analiza el concepto de ciencia y las características del método científico, así como las características del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.
	Identifica necesidades de información relevantes dentro de un contexto social o un sector económico particular.
	Realiza una búsqueda bibliográfica básica en bases de datos, que esté relacionada con una problemática en su campo disciplinar.
	Conoce los principios éticos que deben guiar el trabajo en la investigación científica.

¹ Vasco, C. (2006). Siete retos de la educación colombiana para el periodo 2006 a 2019. Medellín, Colombia: Universidad EAFIT.

² Para consultar la norma ver: Ministerio de Educación Nacional (20 de abril de 2010). Decreto no. 1295, Artículo 24. URL: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-229430_archivo_pdf_decreto1295.pdf

	Desarrolla un marco teórico que integra los resultados de la búsqueda bibliográfica.
	Identifica las fases que componen el proceso dentro de una investigación científica.
Competencias de Construcción	Conoce y aplica criterios para identificar y formular un problema susceptible de investigar en su campo disciplinar.
	Realiza el planteamiento del problema y los objetivos de una investigación en su campo disciplinar.
	Identifica los componentes que hacen parte de un diseño metodológico: tipos de investigación (cualitativa, cuantitativa y enfoques mixtos), tipos de muestreo, técnicas de recolección de datos.
	Aplica las etapas del proceso de investigación científica para estudiar un problema en su campo disciplinar como parte de un equipo de investigación.
	Realiza análisis de datos y evidencias de acuerdo con las lógicas de la disciplina y los campos de formación (que incluye: técnicas estadísticas de distinto nivel, análisis cualitativos, análisis semiótico de imágenes, entre otros)
	Utiliza programas informáticos e instrumentos reconocidos en el campo para analizar datos y evidencias
	Aplica los principios éticos de protección a los participantes dentro de una investigación.
Competencias de Comunicación	Redacta un informe de investigación que explicite cuál es el problema a indagar, cuál es el método empleado para la indagación, qué se obtuvo al realizar la indagación y cómo los resultados obtenidos se relacionan con lo que se pretendería encontrar y con el conocimiento que la disciplina acumula, que se manifieste en la estructura IMRD (introducción, método, resultados, discusión).
	Publica y sustenta en diferentes escenarios los resultados de un proyecto como parte de un equipo de investigación.
	Publica y sustenta en diferentes escenarios los resultados de un proyecto de investigación como autor principal.
	Analiza y debate de forma crítica las investigaciones relacionadas con una problemática en su campo disciplinar. Reconoce los elementos, secciones, partes y lógica de comunicación de textos escritos propios de su área de formación Domina estrategias para componer elementos, secciones y partes, de acuerdo con la lógica de comunicación de textos escritos propios de su área de formación

Fuente: Lineamientos de iniciación científica (IUPG, 2015)

La articulación de conocimientos y la aplicación a nivel teórico-práctico de conocimientos y competencias, tiene como propósito contribuir con el afianzamiento del proceso de formación a través del análisis de soluciones alternativas a una problemática relacionada con el campo de acción del Mercadeo y/o la Publicidad como áreas disciplinares y profesionales, herramientas que permitan a los Profesionales abordar problemas gerenciales y plantear soluciones a partir de la implementación de un método sistemático.

Los trabajos de grado deberán acoger los siguientes criterios para su elaboración:

- a. Coherencia conceptual
- b. Coherencia metodológica
- c. Pertinencia disciplinar

- 1.1. La **coherencia conceptual** hace referencia a la consistencia de la estructura lógica de los conceptos presentados. Ésta se ve evidenciada en las relaciones formales entre el problema planteado y las fuentes bibliográficas referenciadas.
- 1.2. La **coherencia metodológica** da cuenta de la adecuada integración de las estrategias metodológicas del trabajo de grado con los elementos teóricos o conceptuales que hacen parte del problema de estudio.
- 1.3. La **pertinencia disciplinar** se refiere a la alineación del trabajo de grado con los intereses disciplinares del pregrado cursado. En este sentido, las propuestas de trabajos de grado deberán dirigir sus desarrollos a la línea de investigación del Grupo de investigación Mercadeo I+2 (Generación y Medición estratégica del valor).

A continuación, se presentan los elementos que constituyen los lineamientos de elaboración y presentación:

2. Del proceso del trabajo de grado

Los trabajos de grado en el PMP de la IUPG deberán seguir el siguiente proceso:

- a. Solicitud de aprobación de investigación como opción de grado. El estudiante entrega una carta dirigida al Director del Departamento del Programa de Mercadeo y Publicidad solicitando la autorización para ejecutar un proyecto de investigación como opción de grado. En dicha comunicación el estudiante debe manifestar su idea, tema o problemática de interés, describiendo: ¿Qué tema asociado con Mercadeo y Publicidad, desea investigar? y dentro de este marco, ¿qué investigar y cuál será la población a abordar?
- b. Número de estudiantes por trabajo de grado: el número de estudiantes será uno por trabajo de grado.
- c. Aprobación de investigación como opción de grado y asignación de asesor. El comité interno de investigación conformado por la Dirección del Programa y la Coordinación de investigación del Departamento de Mercadeo y Publicidad, verificarán que el tema del interés del estudiante esté enmarcado en los intereses de la línea del Grupo de Investigación Mercadeo i+2 denominada Generación y Medición Estratégica del Valor. Para proceder a realizar asignación de un profesor de planta quién será el asesor de trabajo de grado y se le dará a conocer al estudiante la decisión de aprobación o rechazo a la solicitud, mediante

comunicación escrita con un plazo de 8 días hábiles después de radicada la solicitud.

- d. De los adelantos del trabajo de grado. La comunicación entre asesor y asesorado, se deberá llevar a cabo desde el primer día posterior a la respuesta de aprobación y durante el semestre lectivo hasta la finalización del mismo. De esta forma la realimentación de los avances estará a cargo del asesor asignado a cada estudiante.
- e. Aval de problema de investigación. Al finalizar el segundo mes del semestre lectivo el estudiante deberá presentar ante su asesor, un documento escrito con normas APA y con un mínimo de extensión y fuentes de información que determine el asesor de trabajo de grado, en donde describa el planteamiento del problema, los objetivos de investigación (general y específicos) y el diseño de investigación. El asesor a su vez lo presentará ante comité interno de investigación conformado por la Dirección del Programa y la Coordinación de investigación del Departamento de Mercadeo y Publicidad.
- f. Entrega final del trabajo de grado. Este proceso se deberá llevar a cabo máximo seis meses contados a partir de la asignación del asesor de trabajo de grado.
- g. Entregas parciales. Bajo la asesoría del asesor de trabajo de grado. El estudiante debe entregar:
 - a. Mes uno y dos: el último día del mes dos y a partir de consultar fuentes de información secundaria. El estudiante debe entregar a su asesor un documento escrito con normas APA y con un mínimo de extensión y fuentes de información que determine el asesor de trabajo de grado, en donde describa el planteamiento del problema, los objetivos (general y específicos) y el diseño de la investigación.
 - b. Mes tres y cuatro: el último día del mes tres. El estudiante debe entregar a su asesor un documento escrito con normas APA y con un mínimo de extensión y fuentes de información que determine el asesor de trabajo de grado con, el marco teórico y el cuestionario (estructurado o no estructurado). Una vez avalado el instrumento, el estudiante debe proceder a recolectar la información durante el mes cuatro.

- c. Mes cinco y seis: el último día del mes cinco. El estudiante debe entregar al asesor un documento escrito con normas APA y con un mínimo de extensión y fuentes de información que determine el asesor de trabajo de grado con, las conclusiones, discusión y análisis y en el mes seis se programará la sustentación ante el comité interno de investigación conformado por la Dirección del Programa y la Coordinación de investigación del Departamento de Mercadeo y Publicidad, el asesor de trabajo de grado y un invitado que actuará como par evaluador.
- d. De los entregables: El documento final de investigación será entregado por el estudiante con aval del asesor de trabajo de grado. Mediante correo electrónico a la dirección y a la coordinación de investigación del programa, solicitando programar la sustentación en los siguientes 15 días hábiles. Una vez efectuada la sustentación, el asesor de trabajo de grado realizará gestiones para publicación, en una revista científica nacional o internacional. Cuando el artículo sea publicado deberá vincularse al grupo de investigación de la IUPG del que haga parte el asesor, en este caso Mercadeo I+2. El pre-print de los artículos de investigación deberá ser enviado al repositorio institucional ALEJANDRÍA.
- h. Nota asignada. Se otorgará una calificación final del trabajo de grado que corresponderá al siguiente promedio ponderado:
- Documento final entregado a comité interno de investigación: veinticinco por ciento (25%). Y su nota será de 0,0 cuando no se entrega el documento y 5,0 cuando entrega de acuerdo con el protocolo institucional.
 - Calificación de par invitado: treinta y cinco por ciento (35%), bajo los siguientes parámetros:

Tipo de modificaciones sugeridas	Intervalo de nota /5.0
Importantes modificaciones	1,0 - < 3,0
Ligeras modificaciones	3,0 - 4,0
Sin modificaciones	> 4,0

- Calificación del asesor, del proceso investigativo desarrollado por el estudiante: cuarenta por ciento (40%) y la cual estará comprendida entre 1,0 y 5,0

La nota obtenida por el anterior promedio ponderado se entregará al estudiante máximo 2 (dos) días después de la sustentación y será registrada en el sistema de notas institucional, para la asignatura Opción de Grado.

- i. No aprobación: El estudiante no aprobará la asignatura Opción de Grado si antes no cumple con los requisitos mencionados en el presente documento de lineamientos y en caso que la calificación alcanzada sea inferior a 3,0 el estudiante puede realizar las correcciones pertinentes hechas por el comité, asesor y par invitado, en un plazo máximo de 8 días calendario y solicitar formalmente una segunda sustentación. Se aclara que el estudiante que no apruebe la materia opción de grado, deberá cursar en el siguiente semestre una alternativa diferente a investigación como opción de grado.

Estos lineamientos son aprobados en marzo de 2018, para su estricto cumplimiento.