

ACUERDO DE REPOSICIÓN N° 5

Rechaza Recurso de Reposición presentado por la carrera de Relaciones Públicas mención Marketing

Instituto Profesional DUOC UC

En la sesión del Consejo de Acreditación del área de Ciencias Sociales de la Agencia Acreditadora de Chile de fecha 28 de enero de 2010, la Comisión acordó lo siguiente:

TENIENDO PRESENTE:

1. La guía de normas y procedimientos para la acreditación y el acuerdo N°441 bis de la CNAP vigente sobre "Presentación de Recursos de Reposición", conforme al artículo 4° transitorio de la Ley N° 20.129.
2. Que la Agencia Acreditadora de Chile A&C, mediante Acuerdo N° 26, se pronunció sobre la acreditación de la carrera de Relaciones Públicas mención Marketing del Instituto Profesional DUOC UC.
3. Que con fecha 30 de diciembre de 2009, la carrera presentó un Recurso de Reposición en contra del Acuerdo antes mencionado.

CONSIDERANDO

4. Que respecto de la Observación 15, referida a la afirmación que señala que el programa "prioriza la práctica sobre la investigación", la carrera no da cuenta de una relación que refleje una mayor convergencia entre estas dos

dimensiones, tal como exige hoy la excelencia en Marketing. Este es el tiempo de la innovación, cuya base es la investigación para la acción, la ciencia y la tecnología. La Comisión Nacional para la Innovación y Competitividad, CNIC, institucionalidad consensuada entre empresarios, gobierno y universidad, que asigna fondos ad hoc, prioriza justamente este enfoque de excelencia.

El informe original de la Acreditadora fue una invitación a revisar la orientación y relación entre ambas dimensiones, práctica e investigación, más allá del sistema de enseñanza actual, que fue calificado de muy bueno. Se invitaba a la carrera a establecer una relación más virtuosa entre Investigación y Técnica de Marketing, como requiere la excelencia.

5. Que respecto de la Observación 16, referida a la inexistencia de iniciativas para resolver posibles desequilibrios en el rendimiento entre sedes, y al hecho de que tampoco se rescata el aporte de la diversidad positiva (creatividad), la carrera subraya en sus descargos el “aseguramiento transversal de la calidad”. Con ello, la carrera está indicando el aspecto virtuoso de la eficiencia que conlleva el centralismo, pero no las bondades de la descentralización, respondiendo, de esa manera, solo en parte a las observaciones de esta Acreditadora. La solución a las dos observaciones de la Acreditadora se encuentra en una combinación de cantidad y calidad. La calidad y la creatividad en la carrera, en este caso, responden a una dosis importante de autonomía relativa, relación más horizontal de idas y venidas y relaciones de confianza en redes y descentralización. Nos parece que este no es el caso.
6. Que respecto de la Observación 17, sobre la participación gremial, solo se subraya la participación empresarial y de la Gran Empresa. Sin embargo, quienes dan más trabajo son la PYME, en particular las MIPE, aunque son las menos prestigiadas. Se cita el contacto con organizaciones gremiales profesionales como AG. Pero, también se deja en claro que la balanza se inclina hacia las empresas y, dentro de ellas, a la gran empresa.

7. Que respecto de la observación 18, que alude a la participación de las empresas en el Perfil de Egreso, hay acuerdo en la influencia positiva de las organizaciones empresariales en diferentes aspectos de la carrera. Sin embargo, no es clara dicha participación en la confección del perfil mismo. Tampoco está claro el rol de las AG Profesionales en el Perfil de Egreso, lo cual es ciertamente central, puesto que de esa manera la oferta tendría algún peso, lográndose un efecto más virtuoso e integral al tema.
8. Que respecto de la Observación 21, que menciona una tasa de desempleo de 35% entre los egresados, se indica que sería más justo afirmar, considerando a los alumnos que continúan estudiando, que se trata solo de un 24%. Pero continuar estudiando también es causado, a menudo, por el desempleo, por lo cual debería afinarse dicho argumento. Además, ambas cifras son altas y la Institución debe considerarlas en todo su peso si su objetivo es la excelencia. No se considera en la respuesta la gran importancia que ha demostrado el trabajo dual, aprovechando la buena relación de la carrera con las empresas, aunque no así con las MIPYME, que son las que en realidad ayudan a resolver de lleno ese vacío.
9. Que más allá de las fortalezas y vacíos de la carrera de Relaciones Públicas mención Marketing, la conclusión de conjunto de esta Acreditadora es que se trata de un muy buen programa.
10. Que de la revisión y consideración de todos los elementos mencionados, el Consejo concluyó que no advierte razones para modificar el Acuerdo de Acreditación N° 26, que reconoce las muchas fortalezas de la carrera de Relaciones Públicas mención Marketing y estimula, por otra, a la Unidad Académica responsable a continuar perseverando en sus esfuerzos por superar las debilidades identificadas.

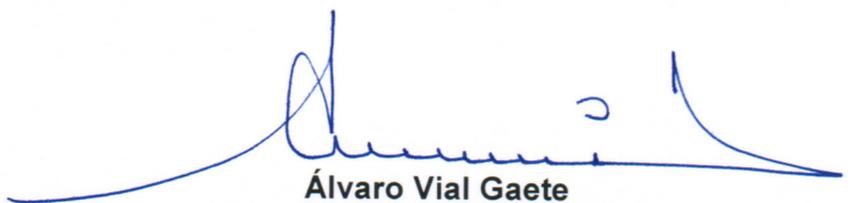
POR LO TANTO,

11. Se rechaza el recurso de reposición interpuesto por el Instituto Profesional DUOC UC para la carrera de Relaciones Públicas mención Marketing, en contra del Acuerdo de Acreditación N°26 y mantiene el plazo de acreditación otorgado de 6 años.



Pablo Baraona Urzúa

**PRESIDENTE
AGENCIA ACREDITADORA DE CHILE A&C S.A.**



Álvaro Vial Gaete

**DIRECTOR EJECUTIVO
AGENCIA ACREDITADORA DE CHILE A&C S.A.**