

MOVILIDADES VIRTUALES COMO ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN EN CASA

1. IDENTIFICACION DE LA EXPERIENCIA



TITULO DE LA EXPERIENCIA:

MOVILIDADES VIRTUALES COMO ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN EN CASA

FACULTAD/PROGRAMA /DEPARTAMENTO:

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CURSOS:

CULTURAS INTERNACIONALES, ELECTIVA DE ÉNFASIS III (PRE PRENSA DIGITAL), HISTORIA DEL ARTE, HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO III Y COMPOSICIÓN GRÁFICA.

SEMESTRES: II, III, IV

AUTOR (ES):

**JOSÉ MIGUEL RODRÍGUEZ
MARÍA CAROLINA VERGARA
CARLOS ALBERTO MARTÍNEZ
DONIPHANE MESLIER**



PAÍSES PARTICIPANTES

AÑO	TEMATICA	PAISES
2019-1	Identificación cultural en economías emergentes	Egipto, Ghana, India, Kazajistán, Kirguistán, Mozambique, Níger, Siria, Surinam, Tanzania, Túnez, Vietnam y Zambia.
2019-2	Migración	Alemania, Australia, Estados Unidos, Perú, Reino Unido, Sudáfrica y Suecia.
2020-1	Diversidad Cultural	Alemania, Bhutan, Canadá, Ecuador, Egipto, España, Ethiopia, Francia, India, Indonesia, Israel, Italia, México, Moldavia, Nueva Zelanda, Qatar, Reino Unido, Sudafrica y Surinam.

Resaltamos los siguientes perfiles:

Julia Pagel Directora de NEMO (Network of European Museum Organisations)

Benedito Diche Jefe del Departamento Financiero del Instituto de Cereales de Mozambique

Katja Rauhut Ejecutiva de la Empresa Volkswagen en Wolfsburg - Alemania

Ibtesam Jasem PhD. Profesora de la Universidad de Aleppo – Siria

Stephen Rethabile Morake Executive Director de Leseli Tours - Sudáfrica

Hala Rashad Profesora de la Universidad Americana del Cairo – Egipto

Stephanie Di Bello Localization Project Manager para la Agencia de Publicidad TBWA – E.E.U.U

Obed Attah Yeboah Periodista Financiero y Emprendedor – Ghana

Fabiola Wielson Profesional en Nutrición y Deporte – Surinam

Néstor Tamba Asistente Ejecutivo para Guinean Private Investments Promotion Agency – Guinea

Tran Thanh Truc Profesora de la Universidad HITU de Ho chi Minh - Vietnam

Ravi Teja Estudiante de Maestría en el Instituto de Desarrollo Empresarial de la India

Ramatou Boubacar Hassane Consultora de C4D (Communication for Development) – Níger

Elena Cravet, Delegada de la Misión Permanente en Ginebra Suiza de la República de Moldavia ante la Organización Mundial del Comercio. Moldavia

Nele Justus, Periodista de JWD magazine. Alemania.

Liuva Vargas Jefe de Control de Operaciones de Club Deportivo Cruz Azul de México.

Colombia

Ana María Cazallo, Profesora de la Universidad de Jaén. España

Estefanía Hernández, Cónsul del Ecuador en Atlanta, Estados Unidos de América.

Ruth Renfurm- Coutinho, Miembro del equipo directivo de Aduanas e Impuestos

Especiales de Surinam, Surinam.

PROYECTO DE AULA DEL CURSO CULTURAS INTERNACIONALES: MUESTRA FORMATIVA BUSINESS & CO

Programa de Comercio y
Negocios Internacionales



PROYECTO DE AULA DEL CURSO CULTURAS INTERNACIONALES: MUESTRA FORMATIVA BUSINESS & CO



Programa de Técnica en Procesos
Publicitarios y Mercadeo

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: INFLUENCIA DE LA CULTURA EN LA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL CON EGIPTO

Durante el primer semestre del 2019, los estudiantes Doralis Aguas, Nathalia Castro, Paula Restrepo y José Fandiño, trabajaron en el proyecto de movilidad virtual con los contactos egipcios Hala Rashad y Ahmed El Morsy, en el proyecto titulado “Influencia de la Cultura en la Negociación Internacional con Egipto”, el cual obtuvo una calificación de 90,5 (sobresaliente) en el Encuentro Regional de Semilleros de Investigación, lo cual les permitió avanzar al encuentro nacional de la Fundación **RedCOLSI 2019**.



Estudiantes: Doralis Aguas, Nathalia Castro, Paula Restrepo y José Fandiño



Hala Rashad Profesora de la Universidad Americana del Cairo



Ahmed El Morsy Representante Comercial de la empresa Etisalat Misr

Fuente: Elaboración propia , 2019

COLABORACIÓN EN MODELO DE NACIONES UNIDAS UNISINÚ 2019

Durante el primer semestre del 2019, la estudiante Karolina Morales participó en el proyecto de movilidad virtual con el contacto internacional Néstor Tamba de Guinea.

En Octubre de 2019, Karolina hizo parte de la delegación de Unisimon en el Modelo de Naciones Unidas UNISINÚ 2019 como integrante de la comisión de la OMS, cuya temática principal era la Pandemia del Ébola. Para su preparación Karolina volvió a contar con el apoyo de Nestor Tamba quien conoce de cerca este flagelo por haber trabajado en una ONG en su país natal, el cual ha sido uno de los más afectado en el mundo por este virus.



Néstor Tamba (Guinea)



*Karolina Morales
(Estudiante)*



CONCLUSIONES

- Ante las limitaciones **físicas y económica** de que todos nuestros estudiantes puedan realizar movilidades internacionales, surge esta experiencia como **estrategia de aprendizaje colaborativo en línea**, brindando a cada estudiante participante la posibilidad de realizar una inmersión en una cultura foránea, entendiendo la internacionalización como una estrategia orientada a **la universalización de saberes y elemento fundamental de la formación integral del egresado bolivariano**.
- Esta practica ha logrado **articular con éxito la funciones misionales de docencia, investigación y extensión** además de tener capacidad de replicabilidad y permitir el trabajo conjunto entre programas académicos pertenecientes a diferentes disciplinas.
- La implementación de nuevas tecnologías y la superación de barreras idiomáticas otorgan un carácter innovador al permitir **abrazar aprendizaje por fuera del convencionalismo del aula de clase**, a la vez que centran la atención del proceso en el estudiante en lugar del profesor.
- Esta práctica permite al estudiante y profesorado reflexionar sobre **la realidad global más allá de las fuentes teóricas, identificando contextos sociales y diversos** que propician la conformación de un juicio propio y emancipado que permita ser critico ante la problemáticas locales, nacionales e internacionales.
- En las versiones 2019 -1, 2019 -2 y 2020-1 de la experiencia Movilidades Virtuales como Estrategia de Internacionalización en casa participaron:
 - 183 estudiantes del programa de Comercio y Negocios Internacionales
 - 19 estudiantes del programa de Técnicas en Procesos Publicitarios y de Mercadeo
 - 59 Colaboradores internacionales de 33 diferentes países
 - 11 Colaboradores colombianos en el Extranjero