

TITULO

Nivel de Aceptación del Instituto Tecnológico del Cibao Oriental (ITECO) en la Población Estudiantil del Segundo Ciclo, del Nivel Medio, Modalidad General, Sector Público, Distrito Educativo 16-01 de Cotuí, año Escolar 2005-2006.

AUTORES

*Omar García María
Kennedy García De La Cruz*

ASESOR

Lic. Julio Antonio Mendoza

RESUMEN

El estudio realizado demostró que: el 99% de los estudiantes que cursan el segundo ciclo de la Educación Media en el Distrito Educativo 16-01 de Cotuí, desean continuar una carrera universitaria, pero de ellos el 61.91% presentan limitaciones económicas para concretizar ese deseo. Factor que revela un considerable estado de pobreza en el municipio de Cotuí y zonas aledañas. El estudio reveló que un amplio segmento de la población estudiantil en términos de la educación secundaria no conoce de las facilidades que ofrece la universidad ITECO, el 46.73% desconoce de la realidad tangible de esta institución en términos de facilidades para la población estudiantil que desee ingresar a ella.

Reveló el estudio que el 48.86% de la población estudiantil en término de la Educación Media con deseo de continuar una carrera universitaria no conoce de la misión, visión y objetivos de la universidad ITECO como institución que se define a si misma como una institución al servicio de la comunidad, sólo el 64.58% de la población de la Educación Media conoce de las carreras que ofrece la universidad ITECO y el 32.44% nunca ha visitado el recinto universitario del ITECO.

Se recomienda, a **Las Autoridades del Instituto Tecnológico del Cibao Oriental (ITECO)**: a) Rectora Magnífica Licda. Esclarecida Núñez de Almonte b) Decanos y Directores de Facultades, Directores de Unidades y Coordinadores de Carreras y de Áreas: Que organicen equipos de trabajo integrado por las diferentes divisiones administrativas de la universidad para que desplieguen campañas publicitarias y de reclutamiento de estudiantes que se inclinan por cursar carrera técnico-profesional en el ITECO.

Que implementen campañas para dar a conocer la misión, visión y objetivos de la universidad tanto por medio de charlas, como de publicidad por radio y televisión y a través de brochure. **Al Departamento de Relaciones Públicas:** Que organicen campañas publicitarias por diferentes medios para que den a conocer la universidad, las facilidades que esta ofrece a la población y las ofertas académicas. **Al Departamento de Deporte y Cultura:** Que organice actividades de integración de los centros educativos del nivel medio con la universidad.