Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-15-NO.309-2020

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 08-05-2021

Detalle de la carrera

IES:	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
Siglas:	PUCE
Código sniese:	1027
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR COFINANCIADA
Sitio web:	https://www.puce.edu.ec/
Tipo de IES:	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado de la carrera:	VIGENTE
Tipo de carrera:	TERCER NIVEL
Campo amplio:	ADMINISTRACIÓN
Campo específico:	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado:	MERCADOTECNIA
Programa:	MERCADOTECNIA
Título que otorga:	LICENCIADO/A EN MERCADOTECNIA
Codificación:	1027-650414A01-P-1701
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	PICHINCHA
Cantón:	DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad:	QUITO
Duración:	8
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	16
Modalidad:	PRESENCIAL
Valor de la matrícula:	$ 385,00
Valor del arancel:	$ 3.850,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-15-NO.309-2020
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2019-07-04
Año de aprobación:	2019
Años de vigencia:	10 años.
Vigente hasta:	2029-07-04
N° de estudiantes por paralelo:	25 estudiantes.
N° de horas:	5.760 Horas.

Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-15-NO.309-2020

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 08-05-2021

Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

APROBACIÓN DE LA PRUEBA DE ADMISIÓN: PRUEBA DE RAZONAMIENTO LÓGICO, VERBAL Y MATEMÁTICO. CÉDULA DE IDENTIDAD O PASAPORTE CON VISA CORRESPONDIENTE. CERTIFICADO DE VOTACIÓN. ORIGINAL Y COPIA DE TÍTULO DE BACHILLER OBTENIDO EN EL ECUADOR O EL EXTRANJERO, RECONOCIDO Y EQUIPARADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN. 2 FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNÉ A COLOR.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN MERCADOTECNIA CON CONOCIMIENTOS TEÓRICO-PRÁCTICOS DENTRO DE LAS ÁREAS DE ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD, FINANZAS, ECONOMÍA, INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y MERCADOTECNIA, ESPECIALIZÁNDOSE EN EL DOMINIO DE IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES, DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, FIJACIÓN DE PRECIOS, CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA QUE APLIQUEN ESTRATEGIAS COMERCIALES INNOVADORAS Y HERRAMIENTAS TÉCNICO-CIENTÍFICAS, CON VISIÓN SOCIAL Y EMPRESARIAL, EN LOS CONTEXTOS CONVENCIONALES Y DIGITALES, QUE CONTRIBUYAN AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA DE CONFORMIDAD A LOS OBJETIVOS DEL BUEN VIVIR PARA GESTIONAR FUNCIONES DE DIRECCIÓN Y CONSULTORÍA EN SU ÁREA PROFESIONAL EN LAS ORGANIZACIONES, Y DESARROLLAR EMPRENDIMIENTOS CON EFICIENCIA Y EFICACIA, SENTIDO CRÍTICO, ÉTICO Y HUMANÍSTICO, INSPIRADOS EN CONCEPTOS DE LIDERAZGO E INTERCULTURALIDAD, ACORDE AL PARADIGMA PEDAGÓGICO IGNACIANO.

Perfil de ingreso:

EL PERFIL DE INGRESO DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA, PROCEDE DEL PERFIL DE SALIDA DEL BACHILLER DEL SISTEMA NACIONAL DE NIVELACIÓN Y ADMISIÓN ACADÉMICA SNNA (SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN), EL MISMO QUE DESCRIBE LAS COMPETENCIAS QUE EL ALUMNO DE BACHILLERATO POSEE Y ÉSTAS SON: CAPACIDAD DE PENSAR CON RIGOR ACADÉMICO (PARA PENSAR, RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA, PLANIFICAR, RESOLVER PROBLEMAS Y TOMAR DECISIONES). COMUNICARSE DE MANERA EFECTIVA (PARA COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE -ORAL Y ESCRITO- PARA COMUNICARSE Y APRENDER, TANTO EN LA LENGUA PROPIA COMO EN UNA LENGUA EXTRANJERA). RAZONAR NUMÉRICAMENTE (PARA LA FORMULACIÓN, ANÁLISIS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS). CAPACIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DE MANERA CRÍTICA, DE INVESTIGACIÓN, APRENDIZAJE, ANÁLISIS, EXPERIMENTACIÓN, REVISIÓN, AUTOCRITICA Y AUTOCORRECCIÓN PARA CONTINUAR APRENDIENDO SIN NECESIDAD DE DIRECTRICES EXTERNAS. EL PERFIL DE INGRESO ESTÁ TOMADO DEL DOCUMENTO DEL COMITÉ COORDINADOR DE CURRÍCULO PUCE 2015.

Perfil de egreso:

LOS RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES QUE POSIBILITARÁN EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES Y ACTITUDES PARA CONSOLIDAR LOS VALORES CITADOS SON LOS SIGUIENTES: APLICAR LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS-TÉCNICOS DE LA GESTIÓN COMERCIAL, ENFOCÁNDOSE EN LA IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES, DESARROLLO DE PRODUCTOS, FIJACIÓN DE PRECIOS, CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓNBASADA EN LOS CONOCIMIENTOS DEL ÁREA DE MARKETING, ESTUDIO DE MERCADO, OPERACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES, PUBLICIDAD, Y GESTIÓN DE VENTAS. TODO ESTO PARA EL ANÁLISIS DE LA REALIDAD Y SUS CONTINUOS CAMBIOS E INFLUENCIA SOCIO-ECONÓMICA ZONAL, DEL PAÍS Y GLOBAL, EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN, DE SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS, DE DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, EN ESCENARIOS DIGITALES Y CONVENCIONALES, ACTUALES Y PROSPECTIVOS, MISMOS QUE SE LOGRAN A TRAVÉS DE LA INFLUENCIA DE LAS ÁREAS RELACIONADAS CON ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD, FINANZAS, ECONOMÍA, INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y MERCADOTECNIA.DANDO COMO RESULTADO ENTES ECONÓMICOS PRODUCTIVOS QUE CONTRIBUYAN AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA. OPERAR BAJO UNA VISIÓN INTEGRAL Y DE LIDERAZGO BASADO EN LA MOTIVACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO COLABORATIVO CON UN ALTO COMPROMISO CON LA PRESERVACIÓN MEDIO-AMBIENTAL Y SOCIOCULTURAL, FUNDADOS EN LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS A HUMANÍSTICA. ASÍ COMO, VALORAR LA DIVERSIDAD Y MULTICULTURALIDAD FOMENTANDO LA INCLUSIÓN EN LOS ASPECTOS PERSONALES Y PROFESIONALES. PROPICIAR CONDUCTAS DE COMPORTAMIENTO PERSONAL ÉTICO, MORALMENTE ACEPTABLE E INTEGRIDAD PERSONAL.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE MERCADOTECNIA ESTUDIA LA FUNCIÓN DEL MERCADEO EN LAS ORGANIZACIONES, LA COMPRENSIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE CLIENTES, EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADO, LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LAS MEDIDAS DE RESPUESTA DE MERCADO, LAS ACCIONES DE MERCADEO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO, LA IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN ORIENTADA AL MERCADO, EL MERCADEO DIGITAL, LA DIRECCIÓN COMERCIAL, ENTRE OTROS COMPONENTES, A PARTIR DE NÚCLEOS BÁSICOS (FUNDAMENTOS TEÓRICOS, PRAXIS PROFESIONAL, EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN) DESDE UNA PERSPECTIVA POSITIVISTA, COMPLEJA Y SISTÉMICA, SIN DESCUIDAR LA FORMACIÓN INVESTIGATIVA Y EL FORTALECIMIENTO DE LA CAPACIDAD ANALÍTICA,

CRÍTICA Y CREATIVA, PARA IMPULSAR LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES Y RESPUESTAS ALINEADAS A LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR Y LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS DIFERENTES ACTORES Y SECTORES DE LAS ZONAS DE INFLUENCIA, LAS TENDENCIAS DE DESARROLLO LOCAL, REGIONAL E INTERNACIONAL.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA, PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN