Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-26-NO.600-2020

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 28-04-2021

Detalle del programa

IES:	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
Siglas:	UIDE
Código sniese:	1041
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR AUTOFINANCIADA
Sitio web:	https://www.uide.edu.ec/
Tipo de IES:	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Estado del programa:	VIGENTE
Tipo de programa:	MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP)
Campo amplio:	ADMINISTRACIÓN
Campo específico:	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado:	MERCADOTECNIA O MARKETING
Programa:	MARKETING Y COMUNICACIÓN
Título que otorga:	MAGÍSTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN
Codificación:	1041-750414B01-L-1701
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	PICHINCHA
Cantón:	DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad:	QUITO
Duración:	2
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	10
Modalidad:	EN LÍNEA
Valor de la matrícula:	$ 600,00
Valor del arancel:	$ 6.400,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-26-NO.600-2020
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2020-12-16
Año de aprobación:	2020
Años de vigencia:	6 años.
Vigente hasta:	2026-12-16
N° de estudiantes por paralelo:	60 estudiantes.
N° de cohortes:	2
Convenio con otras entidades:	
	- INSTITUCIÓN ACADÉMICA IMF
	- PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
	- UNIVERSIDAD MAYOR DE CHILE
	- ESCUELA BANCARIA COMERCIAL DE MÉXICO (EBC)
	- UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
	- PLANETA FORMACIÓN UNIVERSIDADES
N° de horas:	1.440 Horas.

Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-26-NO.600-2020

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 28-04-2021

Detalle del programa

Requisitos de ingreso:

- INSCRIPCIÓN EN LÍNEA.

- COPIA DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO REGISTRADO EN LA SENESCYT Y EN EL CASO DE TÍTULOS EXTRANJEROS ESTOS DEBERÁN SER APOSTILLADOS O LEGALIZADO POR VÍA CONSULAR.

- ENTREVISTA

- ORIGINAL Y COPIA DE DOCUMENTOS PERSONALES: CÉDULA DE IDENTIDAD O PASAPORTE CON LA VISA CORRESPONDIENTE, PAPELETA DE VOTACIÓN, FOTO TAMAÑO CARNET.

- CURRÍCULUM VITAE

- MÍNIMO UN AÑO DE EXPERIENCIA ACADÉMICA O PROFESIONAL PROBADA

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES CREATIVOS Y REFLEXIVOS, PREPARADOS PARA INTEGRAR HABILIDADES EN MARKETING Y COMUNICACIÓN QUE COMBINAN HABILIDADES PRÁCTICAS DE PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS, MARKETING ESTRATÉGICO Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA MEDIANTE UN PROCESO DE FORMACIÓN EN LÍNEA CON EL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES Y PROCEDIMIENTOS DE VANGUARDIA QUE CONTRIBUYEN A LOS PROCESOS COMUNICACIONALES Y COMERCIALES INTERNOS Y EXTERNOS EN ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS GENERANDO ESTRATEGIAS EFECTIVAS PARA ENFRENTARLOS RETOS DE LA INDUSTRIA DINÁMICA Y CAMBIANTE DE LA ERA DIGITAL.

Perfil de ingreso:

E REQUIERE TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO QUE SE ENCUENTREN DENTRO DEL CAMPO AMPLIO DE ADMINISTRACIÓN. PODRÁN INGRESAR PROFESIONALES CON TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO EN OTROS CAMPOS DEL CONOCIMIENTO, QUE ACREDITEN EXPERIENCIA PROFESIONAL O DOCENCIA EN ÁREAS RELACIONADAS AL PROGRAMA DE MAESTRÍA.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?

EL MAGÍSTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN PRESENTARÁ LAS SIGUIENTES CAPACIDADES:

- DIRIGIR PROCESOS ESTRATÉGICOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN, DENTRO DEL ÁMBITO EMPRESARIAL PÚBLICO Y PRIVADO, DESARROLLANDO COMPETENCIAS DE LIDERAZGO, CONOCIMIENTO TEÓRICO Y PRÁCTICO ENCAMINADO A LA CONSECUCIÓN Y ALCANCE DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.

- DISEÑAR, DESARROLLAR, IMPLEMENTAR Y EVALUAR ESTRATEGIAS VIABLES Y EFECTIVAS QUE PERMITAN ESTABLECER VÍNCULOS ESTRATÉGICOS CON TODOS LOS PÚBLICOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN TANTO INTERNOS COMO EXTERNOS.

- EVALUAR MODELOS ESTRATÉGICOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES E IDENTIFICA PROBLEMAS COMUNICACIONALES INTERNOS Y EXTERNOS PARA GENERAR SOLUCIONES INNOVADORAS Y CREATIVAS.

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON EL MANEJO DE MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO SE GARANTIZARÁN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA/PROGRAMA?

- ENTENDER Y APLICAR HERRAMIENTAS CONTEMPORÁNEAS, QUE LE PERMITE DESARROLLAR NUEVOS CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN EFECTIVAS.

- PLANIFICAR Y GESTIONAR MODELOS ESTRATÉGICOS, PRESUPUESTOS Y PROGRAMAS COMUNICACIONALES Y DE MERCADEO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.

- DESARROLLAR INVESTIGACIÓN RELEVANTE DENTRO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y EL MARKETING QUE SEA APLICABLE AL ÁMBITO ORGANIZACIONAL Y QUE PLANTEE MODELOS ESTRATÉGICOS E INNOVADORES.

- TRABAJAR DE FORMA COLABORATIVA EN GRUPOS MULTIDISCIPLINARIOS PARA DESARROLLAR, MEDIR Y EVALUAR PROYECTOS DE GESTIÓN COMERCIAL Y COMUNICACIONAL DENTRO Y FUERA DE LAS ORGANIZACIONES.

- DETERMINAR COMPORTAMIENTOS Y HÁBITOS DEL CONSUMIDOR, PARA
GENERAR Y APLICAR MODELOS ESTRATÉGICOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DENTRO Y FUERA DE LA ORGANIZACIÓN.

¿CÓMO CONTRIBUIRÁ EL FUTURO PROFESIONAL AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD
DE VIDA, EL MEDIO AMBIENTE, EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y LA PRESERVACIÓN,
DIFUSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO DE LAS CULTURAS Y SABERES?

- DESARROLLAR FUNDAMENTOS TEÓRICOS, METODOLÓGICOS Y PRÁCTICOS QUE LE PERMITIRÁN CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA MATRIZ PRODUCTIVA DEL PAÍS, MEDIANTE EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS Y EFECTIVAS QUE INCLUYEN A TODOS LOS ACTORES DE LA SOCIEDAD, DE FORMA EQUITATIVA Y JUSTA; PROMOVIENDO EL CRECIMIENTO INDUSTRIAL Y ORGANIZACIONAL LO CUAL IMPACTARÁ DE MANERA POSITIVA Y DIRECTA A TODOS LOS MIEMBROS DE LA
ORGANIZACIÓN, SUS FAMILIAS Y DEMÁS ACTORES INVOLUCRADOS EN LAS ACTIVIDADES DE LA MISMA.

- DESARROLLAR CURIOSIDAD INVESTIGATIVA Y PROFESIONAL PARA IMPULSAR
LA CREACIÓN DE SOLUCIONES COMUNICACIONALES Y DE MERCADEO QUE IMPACTEN EN LA SOCIEDAD Y SE ENMARQUEN DENTRO DE LOS PARÁMETROS DE LA ÉTICA PROFESIONAL.

¿CUÁLES SON LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, EN EL MARCO DE UN ENFOQUE DE
DERECHOS, IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD Y PENSAMIENTO UNIVERSAL,
CRÍTICO Y CREATIVO, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE
OFRECE EL PROGRAMA?

- PROFUNDIZAR EN LAS ORIENTACIONES Y NORMATIVAS ÉTICAS UNIVERSALES, RESPETANDO EL ORIGEN PERSONAL Y SOCIAL DE CADA INDIVIDUO. ADEMÁS, INTEGRAR Y RESPETAR LA INTERCULTURALIDAD PROPIA DEL PAÍS Y FOMENTA LA INVESTIGACIÓN Y EL PENSAMIENTO CRÍTICO PERSONAL QUE LE PERMITIRÁ AL FUTURO MAGÍSTER CONTRIBUIR EN EL DESARROLLO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO DEL PAÍS MEDIANTE EL RAZONAMIENTO INTELECTUAL Y LOS VALORES ÉTICOS.

- PROMOVER LA INTEGRACIÓN Y LA EQUIDAD COMO PARTE DEL DESARROLLO
ORGANIZACIONAL, ASÍ MISMO GARANTIZAR EL ACCESO DE TODOS LOS ACTORES DE LA SOCIEDAD Y PROPORCIONAR IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.

- DESARROLLAR PROYECTOS INCLUSIVOS QUE BUSQUEN EL BENEFICIO COMÚN Y QUE OPTIMICEN LOS RECURSOS ORGANIZACIONALES TANTO PARA LA EMPRESA COMO PARA TODOS LOS ACTORES INVOLUCRADOS.

Objeto de estudio:

L OBJETO DE ESTUDIO DEL PROGRAMA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN TIENE COMO OBJETO DE ESTUDIO LOS SIGUIENTES NÚCLEOS DE CONOCIMIENTO:

- ENTORNOS CORPORATIVOS Y NUEVOS PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN.

- MARKETING ESTRATÉGICO Y EL CONSUMIDOR CONTEMPORÁNEO.

- PLANNING Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- INSIGHTS DEL CONSUMIDOR Y EXPERIENCIA DE MARCA

- IDENTIDAD, REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES

- MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

- ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y MANEJO DE CAMPAÑAS DIGITALES.

- DIRECCIÓN EMPRESARIAL Y ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES.

- INVESTIGACIÓN

Modalidad titulación:

- ESTUDIOS COMPARADOS COMPLEJOS

- EXAMEN COMPLEXIVO

- ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL

- PROYECTO DE TITULACIÓN CON COMPONENTES DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y/O DE DESARROLLO