Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-12-NO.234-2020

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 28-04-2021

Detalle del programa

IES:	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC
Siglas:	ECOTEC
Código sniese:	1077
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR AUTOFINANCIADA
Sitio web:	https://www.ecotec.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 Y PUBLICIDAD
Programa:	MERCADOTECNIA
Título que otorga:	MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA MENCIÓN GERENCIA DE MARCA
Codificación:	1077-750414A06-P-0916
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	SAMBORONDÓN
Ciudad:	SAMBORONDÓN
Duración:	2 PERIODOS
Periodo académico:	ORDINARIO
Modalidad:	PRESENCIAL
Valor de la matrícula:	$ 450,00
Valor del arancel:	$ 5.600,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-12-NO.234-2020
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2019-05-06
Año de aprobación:	2019
Años de vigencia:	6 años.
Vigente hasta:	2025-05-06
N° de estudiantes por paralelo:	30 estudiantes.
N° de cohortes:	1
Convenio con otras entidades:	- CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL Y ALIANZA ESTRATÉGICA, CELEBRADO ENTRE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC Y EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAMBORONDÓN. - CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INSTITUCIONAL ENTRE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC Y EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SALITRE.
N° de horas:	1.440 Horas.

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 28-04-2021

Detalle del programa

Requisitos de ingreso:

- TENER TÍTULO DE TERCER NIVEL REGISTRADO EN EL SENESCYT .

- CONSTANCIA QUE ACREDITE LA LECTO-COMPRENSIÓN DE UNA LENGUA EXTRANJERA INGLÉS NIVEL B2 .

- ENTREVISTA

- DOS CARTAS DE RECOMENDACIÓN ACADÉMICA.

- COPIA DE LA CÉDULA O PASAPORTE
- UNA FOTO A COLOR

Objetivo general:

GESTIONAR UNA GERENCIA DE MARCA QUE PERMITA CREAR NUEVOS ACTIVOS INTANGIBLES PARA LAS COMPAÑÍAS, APOYANDO EL VALOR DE MARCA MEDIANTE PLANES ESTRATÉGICOS DE MARKETING.

Perfil de ingreso:

SE CONSIDERA PREFERENTEMENTE A AQUELLOS ESTUDIANTES QUE CUENTAN CON ALGUNO DE LOS SIGUIENTES TÍTULOS DE TERCER NIVEL, REGISTRADO EN SENESCYT:

- GRADUADOS EN CARRERAS DE PREGRADO DE MARKETING Y PUBLICIDAD.

- GRADUADOS EN CARRERAS DE PREGRADO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

- GRADUADOS EN CARRERAS DE PREGRADO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Perfil de egreso:

SABER:

DOMINAR LOS PRINCIPALES ENFOQUES TEÓRICOS Y EPISTEMOLÓGICOS DEL MARKETING QUE PERMITEN EVALUAR LA GESTIÓN DE MARKETING Y MARCAS DE LAS ORGANIZACIONES, CON PENSAMIENTO CRÍTICO, PROPOSITIVO Y PROSPECTIVO.

SABER HACER:

GESTIONAR INVESTIGACIONES DE MERCADO PREVIO ANÁLISIS Y DECISIÓN DE LAS HERRAMIENTAS MÁS EFECTIVAS, PARA LA TOMA DE DECISIONES QUE CONTRIBUYAN A LA CAPITALIZACIÓN DE MARCAS Y PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

SABER CONOCER:

- DISEÑAR, CON EL USO DE HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, ESTRATEGIAS DE MARCA Y LOS COMPONENTES ADECUADOS PARA CONSTRUIR EL CAPITAL DE MARCA.

- DIRECCIONAR, CON VISIÓN CIENTÍFICA Y EPISTÉMICA, PLANES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN QUE APOYEN EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DESEADO Y CUYAS ACCIONES APORTARÁN A LA CONSTRUCCIÓN DEL CAPITAL DE MARCA.

- GESTIONAR UNA GERENCIA DE MARCA A TRAVÉS DE PROYECTOS RENTABLES DE MARKETING.

SER:

DESARROLLAR HABILIDADES PROFESIONALES A NIVEL ORGANIZACIONAL CON ALTOS PRINCIPIOS ÉTICOS, MORALES Y DE SOLIDARIDAD PROMOVIENDO LA FORMACIÓN INTERCULTURAL Y PRIORIZANDO LOS DERECHOS CIUDADANOS Y EL BUEN VIVIR.

Objeto de estudio:

LA MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN GERENCIA DE MARCA ESTUDIA EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA MERCADOTECNIA Y EL DIRECCIONAMIENTO DE MARCAS EN EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS, SUSTENTADO EN LOS FUNDAMENTOS EPISTÉMICOS DEL MARKETING DESDE UNA VISIÓN ESTRATÉGICA Y GERENCIAL DE LAS MARCAS, A TRAVÉS DE MÉTODOS PROBLÉMICOS Y LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CON EL PROPÓSITO DE

CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO ECONÓMICO, CULTURAL Y SOCIAL DEL PAÍS.

DISCIPLINA DE ESTUDIO:

- FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS DE LAS MARCAS Y MARKETING: TIENE COMO OBJETIVO VALORAR DESDE LA PERSPECTIVA DEL PENSAMIENTO CIENTÍFICO EL ESTUDIO DE LOS PRINCIPALES ENFOQUES TEÓRICOS Y EPISTEMOLÓGICOS DEL MARKETING Y MARCAS QUE PERMITAN EVALUAR INFORMACIÓN BASE PARA EL POSTERIOR ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS QUE CONLLEVEN A LA CAPITALIZACIÓN DE MARCAS.
- MARKETING ESTRATÉGICO Y CAPITALIZACIÓN DE MARCAS: TIENE COMO OBJETIVO FORMATIVO EVALUAR Y VALIDAR LAS PROPUESTAS ESTRATÉGICAS DE GESTIÓN DE GERENCIA DE MARCAS Y PLANES DE MARKETING CON LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.

- GERENCIA DE MARCAS APLICADA AL MARKETING: TIENE COMO INTENCIÓN FORMATIVA DISEÑAR PLANES ESTRATÉGICOS DE MARKETING CON LA APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS ANALÍTICAS Y METODOLÓGICAS QUE CONTRIBUYAN A LA CAPITALIZACIÓN DE MARCAS DE LA ORGANIZACIÓN.

Modalidad titulación:

-ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL.

- INFORMES DE INVESTIGACIÓN.

- EXAMEN COMPLEXIVO