Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-01-NO.024-2021

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 O MARKETING
Programa:	MARKETING ESTRATÉGICO
Título que otorga:	MAGÍSTER EN MARKETING ESTRATÉGICO
Codificación:	1077-750414D01-P-0916
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	SAMBORONDON
Ciudad:	SAMBORONDÓN
Duración:	2
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	20
Modalidad:	PRESENCIAL
Valor de la matrícula:	$ 654,00
Valor del arancel:	$ 10.246,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-01-NO.024-2021
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2021-01-06
Año de aprobación:	2021
Años de vigencia:	6 años.
Vigente hasta:	2027-01-06
N° de estudiantes por paralelo:	30 estudiantes.
N° de cohortes:	1
Convenio con otras entidades:	GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAMBORONDÓN, RENOVACIÓN AUTOMÁTICA BANCO PICHINCHA C.A (CONVENIO CON FECHA DE CULMINACIÓN INDEFINIDA POR INTERÉS DE LAS PARTES COMO SE REGULA EN LA DISPOSICIÓN CUARTA DEL PROPIO CONVENIO).
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:

? PRESENTACIÓN DEL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DEBIDAMENTE FIRMADO.

? COPIA A COLOR DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD.

? COPIA A COLOR DEL PASAPORTE Y VISA (APLICA PARA EXTRANJEROS).

? HOJA DE VIDA ACTUALIZADA.

? COPIA DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO, DEBIDAMENTE REGISTRADO POR EL ÓRGANO RECTOR DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR (ART 22, LITERAL B, RRA).

? EN EL CASO DE QUE EL TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO SEA OBTENIDO EN EL EXTERIOR, EL ASPIRANTE DEBERÁ PRESENTARLO DEBIDAMENTE APOSTILLADO O LEGALIZADO POR VÍA CONSULAR, SE VALIDARÁ QUE EL TÍTULO CORRESPONDE A TERCER NIVEL DE GRADO.

? TÍTULO DE GRADO NACIONAL O EXTRANJERO INSCRITO EN EL REGISTRO DE LA SENESCYT (CON FECHA ANTERIOR AL INICIO DEL PROGRAMA)

? CONSTANCIA DE CONOCIMIENTO DE UNA LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS).

? DOS CARTAS DE RECOMENDACIÓN ACADÉMICA O LABORAL.

? UNA FOTO A COLOR TAMAÑO CARNÉ.

? RENDIR UNA PRUEBA PSICOTÉCNICA PARA MEDIR LAS CAPACIDADES Y APTITUDES INTELECTUALES Y PROFESIONALES DE DIVERSA ÍNDOLE, COMO MEMORIA VERBAL Y VISUAL, APTITUDES NUMÉRICAS, DE LINGÜÍSTICA, DE CONOCIMIENTO PROFESIONAL AL IGUAL QUE RASGOS DE PERSONALIDAD, INTERESES Y/O VALORES PERSONALES.
? REALIZAR UNA ENTREVISTA CON EL DIRECTOR DE POSGRADO, COORDINADOR ACADÉMICO DEL PROGRAMA O DOCENTES DE LA INSTITUCIÓN, EN DONDE EL POSTULANTE MANIFESTARÁ SUS MOTIVACIONES, TIEMPO DEDICADO AL PROGRAMA Y PROYECCIONES A FUTURO.

Objetivo general:

FORMAR UN PROFESIONAL DE CUARTO NIVEL EN EL ÁMBITO DEL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL EN LOS NUEVOS CONTEXTOS TECNOLÓGICOS Y DE LAS ORGANIZACIONES, CON DOMINIO DE LOS FUNDAMENTOS EPISTÉMICOS Y PROFESIONALES DE LA MERCADOTECNIA, Y CON EL USO DE LA ENSEÑANZA PROBLÉMICA, EL TRABAJO COLABORATIVO CON ENFOQUE DE LIDERAZGO Y ÉTICA DE MANERA QUE CONTRIBUYA AL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD Y DEL PAÍS.

Perfil de ingreso:

LOS POSTULANTES A UN PROGRAMA DE MAESTRÍAS DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC, DEBEN CUMPLIR CON EL REQUISITO DE TENER UN TÍTULO DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE TERCER NIVEL DE GRADO DADO POR UNA UNIVERSIDAD NACIONAL O EXTRANJERA, QUE DEBE ESTAR DEBIDAMENTE REGISTRADO Y RECONOCIDO POR EL ÓRGANO RECTOR DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y CUMPLIR CON LOS REQUISITOS DE INGRESO DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA. EL TÍTULO DE GRADO DEBE SER DEL CAMPO AMPLIO DE LA ADMINISTRACIÓN, EN CASO DE NO SER AFÍN SE VALIDARÁ SU INGRESO AL PROGRAMA DE MAESTRÍA DE ACUERDO A SU EXPERIENCIA PROFESIONAL SEGÚN LO ESTABLECIDO EN LA RESOLUCIÓN RPC-SO-25- NO. 491-2017.

ENTRE LAS APTITUDES BÁSICAS Y ESPECÍFICAS QUE REQUIEREN LOS ASPIRANTES AL PROGRAMA DE MAESTRÍA SE ENCUENTRAN LAS SIGUIENTES: A) HABILIDAD DE RESOLVER PROBLEMAS ESPECÍFICOS APLICANDO RAZONAMIENTOS Y PROCEDIMIENTOS; B) MANEJO DE LAS RELACIONES DE DEPENDENCIA Y COMPLEMENTARIEDAD; Y C) ADAPTABILIDAD A LOS PROCESOS DE CAMBIOS QUE DEMANDA EL PROGRAMA DE MAESTRÍA. LOS FUTUROS ESTUDIANTES DEBERÁN CONTAR ADEMÁS CON HABILIDADES, COMO TENER CAPACIDAD PARA ESCUCHAR Y SINTETIZAR IDEAS CONOCIDAS Y NUEVAS, Y UNA MARCADA INCLINACIÓN HACIA LA LECTURA Y A LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN.

Perfil de egreso:

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

- REALIZAR, DESDE EL DOMINIO EPISTÉMICO Y PROFESIONAL DE LA MERCADOTECNIA, ESTRATEGIAS PARA CONSOLIDAR LA MARCA DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN LA MENTE DEL PÚBLICO OBJETIVO.

- DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA LOS DIFERENTES CANALES DE VENTAS PARA MANTENER LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE LA ORGANIZACIÓN.

- IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA DIFERENTES MEDIOS CON EL FIN DE MANTENER LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR.

- PLANIFICAR LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS DE MARKETING PARA CONSOLIDAR LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

¿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?

- APLICAR LAS HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DEL CAMBIO Y ÉTICA PATA INFLUIR POSITIVAMENTE EN EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL.

- APLICAR LAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO EN EL ÁMBITO DEL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL, PARA EL MANEJO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.

- EJECUTAR, PREVIO DISEÑO Y CON EL AUXILIO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA DE MERCADOS ESTUDIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁMBITO DEL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL.

- PLANIFICAR LAS DECISIONES FINANCIERAS PARA LA GESTIÓN DEL MARKETING, CON EL FIN DE ASEGURAR UN RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.

- GENERAR ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE MERCADO PARA ESTABLECER VENTAJAS COMPETITIVAS PARA LA ORGANIZACIÓN.

- APLICA LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA Y LA INVESTIGACIÓN, PARA EL DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL.

¿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 ESTRATEGIAS CREATIVAS EN EL ÁMBITO DEL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL, BASADAS EN UN DIAGNÓSTICO INTEGRAL DEL CONTEXTO Y TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES Y LA BIODIVERSIDAD CULTURAL Y ÉTNICA.

- GENERAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS, CON EL USO EFICIENTE DE LA INFORMACIÓN Y EL DOMINIO DE LA TECNOLOGÍA, DESARROLLANDO UNA GESTIÓN RESPONSABLE CAPAZ DE SOLUCIONAR PROBLEMAS SOCIALES Y EMPRESARIALES EN EL ÁMBITO DEL MARKETING ESTRATÉGICO.

- DESARROLLAR UN COMPORTAMIENTO PROFESIONAL, MORAL Y ÉTICO ADECUADOS, ANTE LOS ESCENARIOS O SITUACIONES DESAFIANTES DENTRO DE SU CONTEXTO PROFESIONAL.

- DEMOSTRAR CAPACIDAD PARA EL TRABAJO EN EQUIPO EN LOS DIFERENTES ENTORNOS LABORALES, CONTRIBUYENDO A ELEVAR LA CALIDAD DE VIDA Y EL BENEFICIO COLECTIVO.

- GESTIONAR INICIATIVAS SOSTENIBLES Y SUSTENTABLES EN EL ÁMBITO DE MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL, CON RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL.

¿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?

- RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL EN EL ÁMBITO DEL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL, ANTE LOS CAMBIOS DEL CONTEXTO SOCIAL, RESPETANDO LA DIVERSIDAD DE CRITERIOS Y PENSAMIENTOS Y FAVORECIENDO UN DESARROLLO INTEGRAL E INCLUYENTE.

- RESPONSABILIDAD PROFESIONAL, EN EL DESARROLLO DE PROPUESTAS CREATIVAS, INCLUYENTES E INNOVADORAS EN EL ÁMBITO DEL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL, QUE INCIDAN EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS SOCIO-EMPRESARIALES FOMENTANDO EL PRINCIPIO DE IGUALDAD Y EQUIDAD.

Objeto de estudio:

EL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL EN LOS NUEVOS CONTEXTOS TECNOLÓGICOS Y DE LAS ORGANIZACIONES Y EL PROCESO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL MARKETING EN LA CREACIÓN DE VALOR EN EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS, SUSTENTADO EN LOS FUNDAMENTOS EPISTÉMICOS, A TRAVÉS DE MÉTODOS PROBLÉMICOS Y LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CON EL PROPÓSITO DE CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO ECONÓMICO, CULTURAL Y SOCIAL DEL PAÍS.

Modalidad titulación:

? PROPUESTAS METODOLÓGICAS Y TECNOLÓGICAS AVANZADAS

? EXAMEN COMPLEXIVO

? INFORMES DE INVESTIGACIÓN

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