Consejo de Educación Superior

Resolución: N°: RPC-SO-14-NO.273-2020

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 08-05-2021

Detalle de la carrera

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 de la carrera:	VIGENTE
Tipo de carrera:	TERCER NIVEL
Campo amplio:	ADMINISTRACIÓN
Campo específico:	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado:	MERCADOTECNIA
Programa:	MERCADOTECNIA O MARKETING
Título que otorga:	LICENCIADO/A EN MERCADOTECNIA
Codificación:	1077-650414A01-L-0916
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	SAMBORONDON
Ciudad:	SAMBORONDÓN
Duración:	8
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	8
Modalidad:	EN LÍNEA
Valor de la matrícula:	$ 100,00
Valor del arancel:	$ 1.200,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-14-NO.273-2020
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2020-06-03
Año de aprobación:	2020
Años de vigencia:	10 años.
Vigente hasta:	2030-06-03
N° de estudiantes por paralelo:	50 estudiantes.
N° de cohortes:	2
Convenio con otras entidades:	
	- CLARO
	- CERVECERIA NACIONAL
	- KIMBERLY CLARK
N° de horas:	5.760 Horas.

Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 08-05-2021

Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE

- PARA LOS ESTUDIANTES QUE POSEAN UN TÍTULO DE BACHILLER OBTENIDO EN EL EXTRANJERO, DEBERÁN PRESENTAR EL MISMO DEBIDAMENTE RECONOCIDO O EQUIPARADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN

- COPIA A COLOR DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD O CIUDADANÍA, O PASAPORTE CON LA VISA EN EL CASO DE ESTUDIANTES EXTRANJEROS

- APROBAR EL PROCESO DE INGRESO A LA UNIVERSIDAD

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN MERCADOTECNIA QUE SEAN CAPACES DE PLANIFICAR Y DISEÑAR ESTRATEGIAS, MODELOS Y PROCESOS INNOVADORES DE MERCADO, RECONOCIENDO LOS PROCESOS DE DIFERENCIACIÓN, GENERACIÓN DE VALOR, BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES, GESTIÓN DE MARCA Y POSICIONAMIENTO Y EVALUANDO LOS PROBLEMAS EXISTENTES EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO Y SERVICIO, PARA EL DESARROLLO ASERTIVO DE LAS ORGANIZACIONES, A TRAVÉS DEL APRENDIZAJE PROBLÉMICO, COLABORATIVO Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA OBTENCIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA Y EL RECONOCIMIENTO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN, CON RESPONSABILIDAD PROFESIONAL Y CREATIVIDAD.

Perfil de ingreso:

LOS ASPIRANTES A LA CARRERA DE MERCADOTECNIA DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC DEBEN CUMPLIR CON EL SIGUIENTE PERFIL:

- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON
LA LEY

- VOCACIÓN DEFINIDA POR LA CARRERA LA CUAL SERÁ CORROBORADA A TRAVÉS DE LAS PRUEBAS PSICOLÓGICAS (APLICADAS A SU INGRESO A LA UNIVERSIDAD)

- HABILIDADES LINGÜÍSTICAS Y COMUNICATIVAS BÁSICAS PARA SU PARTICIPACIÓN ACTIVA EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE, ASÍ COMO LA ELABORACIÓN DE REPORTES ACADÉMICOS.

- CAPACIDAD COMPRESIVA Y EL RAZONAMIENTO LÓGICO FORMAL PARA RESOLVER EJERCICIOS Y PROBLEMAS.

- HABILIDADES BÁSICAS EN LA UTILIZACIÓN DE LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA SER APLICADOS DURANTE SU PROCESO DE FORMACIÓN.

- MANEJO DE TÉCNICAS DE ESTUDIO Y USO DE LAS TICS QUE LES PERMITA UN ALTO Y EFICIENTE DESEMPEÑO ACADÉMICO.

- CAPACIDAD DE RAZONAMIENTO ABSTRACTO, SÍNTESIS Y ANÁLISIS

- ADAPTABILIDAD PARA EL TRABAJO EN EQUIPO

Perfil de egreso:

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

- DOMINAR LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA MERCADOTECNIA, ASÍ COMO EL PROCESO QUE REALIZAN LAS EMPRESAS DE CONSUMO Y DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

- IDENTIFICAR LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN DONDE SE PUEDA OBTENER INFORMACIÓN CON RESPECTO A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES, TENDENCIAS Y COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO POTENCIAL PARA LA DETERMINAR LA SEGMENTACIÓN, POSICIONAMIENTO Y VALOR DIFERENCIAL DE UNA ORGANIZACIÓN.

- DOMINAR LOS PROCESOS MERCADOLÓGICOS DE LAS ORGANIZACIONES, OBSERVANDO LA MISIÓN Y VISIÓN DE LAS EMPRESAS, LOS OBJETIVOS DE MERCADO Y LOS MODELOS DEL MARKETING MIX PARA UNA EFECTIVA GESTIÓN

COMERCIAL.

- DISCRIMINAR Y DETERMINAR LAS POLÍTICAS DE PRODUCTO, PRECIO, COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN EN LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA DETERMINAR LOS MODELOS ESTRATÉGICOS MERCADOLÓGICOS Y COMERCIALES EN LAS ORGANIZACIONES.

- CONOCER LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LAS DISCIPLINAS AFINES A LA MERCADOTECNIA COMO SON LA ECONOMÍA, LA CONTABILIDAD, EL DERECHO, ENTRE OTRAS

¿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?

- ELABORAR PLANES ESTRATÉGICOS DE MARKETING Y PROYECTOS DE INVERSIÓN COMERCIAL PARA LIDERAR PROCESOS DE MERCADEO DE LAS ORGANIZACIONES.

- PROPONER SOLUCIONES COMERCIALES Y DE MERCADEO MEDIANTE EL USO DE HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES.

- PROMOCIONAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES PARA EL INCREMENTO DE VENTAS EN LAS ORGANIZACIONES.

- APLICAR LAS HERRAMIENTAS DE LAS MATEMÁTICAS, LA ESTADÍSTICA, Y LOS MÉTODOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS PARA FORMULACIÓN Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS MERCADOLÓGICOS QUE SOPORTARÁ LA TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS.

- IDENTIFICAR LOS COMPORTAMIENTOS Y LAS TENDENCIAS DEL MERCADO PARA
DISEÑAR ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS QUE PUEDAN CONSTRUIR VENTAJAS COMPETITIVAS PARA LAS MARCAS.

¿CÓMO CONTRIBUYE 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?

- ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS ADECUADAS PARA LA
GENERACIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS EN LA PRODUCCIÓN NACIONAL, MOSTRANDO RESPONSABILIDAD CON EL MEDIO AMBIENTE.

- IDENTIFICAR PROBLEMAS EXISTENTES EN LA REGIÓN POR MEDIO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO QUE DETERMINEN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE IMPULSO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CADA SECTOR.

- PARTICIPAR EN EL DESARROLLO DE PROYECTOS QUE IMPLIQUEN EL TRABAJO INTER, TRANS Y MULTIDISCIPLINARIO, APLICANDO LAS TEORÍAS MERCADOLOGÍAS PERTINENTES AL CONTEXTO EN EL QUE SE DESENVUELVA.

- DESARROLLAR COMPORTAMIENTOS ÉTICOS Y DE TRABAJO EN EQUIPO PARA LA EFECTIVA ACTIVIDAD PROFESIONAL EN EL CAMPO MERCADOLÓGICO.

- DESARROLLAR APTITUDES QUE CONTRIBUYAN AL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DEL MERCADO, LOS COMPORTAMIENTOS Y TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES PARA LA TOMA DE DECISIONES ADECUADAS Y EFICIENTES QUE COADYUVEN AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS ORGANIZACIONES.

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

EN CONCORDANCIA CON EL MODELO EDUCATIVO Y PEDAGÓGICO DE ECOTEC LOS VALORES Y PRINCIPIOS, EN EL MARCO DE UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD, PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL PRINCIPALMENTE SON LOS
SIGUIENTES: VALORES: RESPONSABILIDAD SOCIAL, RESPONSABILIDAD AMBIENTAL, RECONOCER LOS CAMBIOS SOCIALES, VALORAR LA CREATIVIDAD PROPIA Y DE LOS DEMÁS, RESPETAR EL PENSAMIENTO, FORMAS DE EXPRESIÓN Y DE COMUNICACIÓN DE LOS DEMÁS, PROPENDER A LA COOPERACIÓN DE LA COMUNIDAD DEJANDO DE LADO EL INDIVIDUALISMO. POR OTRO LADO, LOS PRINCIPIOS SON:

IGUALDAD Y EQUIDAD: EL PROYECTO SOCIAL HACIA LA IGUALDAD Y EQUIDAD ESTÁ ASOCIADO A UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL, QUE PERMITA PASAR DE UNA ECONOMÍA EXTRACTIVA Y PROVEEDORA DE MATERIAS PRIMAS HACIA UNA ECONOMÍA SOCIAL DEL CONOCIMIENTO.

EN ESTA TRANSFORMACIÓN, EL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TIENE UN ROL CLAVE EN LA INCLUSIÓN, EN CONDICIONES DE IGUALDAD, DE LOS MÚLTIPLES APORTES DE LOS ECUATORIANOS EN LA GENERACIÓN DE NUEVOS CONOCIMIENTOS COMO HERRAMIENTA DE EQUIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL.

PRINCIPIO:

DESARROLLO INTEGRAL E INCLUYENTE: EL DESARROLLO INTEGRAL ABARCA EL DERECHO DE LAS PERSONAS A DESPLEGAR SUS CAPACIDADES INTELECTUALES, FÍSICAS Y ARTÍSTICAS, Y A LOGRAR UN BALANCE EN SU VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y PROFESIONAL. ESTE PRINCIPIO SE INSCRIBE EN UN HUMANISMO ECOLÓGICO QUE SE CENTRA EN EL SER HUMANO INTEGRAL (HISTÓRICO, SOCIAL Y CULTURAL), CREADOR Y PROTAGONISTA DE LA HISTORIA Y EN CONTINUO PROCESO DE TRANSFORMACIÓN EN RELACIÓN ARMÓNICA CON LA NATURALEZA.

PRINCIPIO:

VÍNCULO CON LA COMUNIDAD: LA EDUCACIÓN, Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN PARTICULAR, GIRAN EN TORNO AL CONOCIMIENTO, EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN COMO BIEN SOCIAL; ES DECIR QUE EDUCACIÓN Y SOCIEDAD ESTÁN
ESTRECHAMENTE ASOCIADAS. EN ESTA PERSPECTIVA, EL CONCEPTO DE VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD DEBE SER CONSTRUIDO COMO UNA CONDICIÓN INSOSLAYABLE DEL PROCESO EDUCATIVO. ES EN ESTE VÍNCULO CON LA COMUNIDAD QUE ESTUDIANTES, DOCENTES E INVESTIGADORES DESARROLLAN NO SOLO CONOCIMIENTOS ACADÉMICOS SINO TAMBIÉN SOCIALES Y CULTURALES, QUE CONDUCEN A LA VALORACIÓN DE TODAS LAS PERSONAS SIN DISTINCIÓN DE NATURALEZA ALGUNA.

PRINCIPIO:

DESARROLLO BIOCÉNTRICO: EL QUEHACER ESPECÍFICO DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DESDE LA FORMACIÓN, LA INVESTIGACIÓN, EL VÍNCULO COMUNITARIO Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEBE ESTAR ÍNTIMAMENTE ALINEADO CON LA CONSECUCIÓN DE ESE GRAN OBJETIVO SOCIAL QUE ES LA VIDA EN ARMONÍA CON LA NATURALEZA. SE PLANTEA, ENTONCES, UN PARADIGMA SISTÉMICO, EN LA MEDIDA EN QUE ABORDA LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO DESDE EL ENTENDIMIENTO DE QUE NADA EXISTE AISLADAMENTE, SINO EN DIFERENTES CADENAS DE CONEXIÓN, Y QUE ESTO ES APLICABLE A DIVERSAS ÁREAS DEL SABER EN LA MEDIDA EN QUE INVOLUCREN LA RELACIÓN SER HUMANO NATURALEZA. EN EL ÁMBITO EDUCATIVO SE REFIERE A CONSIDERAR VERTICALMENTE, A TRAVÉS DE TODOS LOS NIVELES DE LA INSTITUCIÓN, Y HORIZONTALMENTE, A TRAVÉS DE TODOS LOS MOMENTOS DEL CICLO DE UN PROYECTO O POLÍTICA, LAS IMPLICACIONES DEL ENFOQUE DE IGUALDAD QUE SE PROPONE ABORDAR. PARA DESARROLLAR EN LOS ESTUDIANTES ESTOS VALORES Y PRINCIPIOS, LA METODOLOGÍA PEDAGÓGICA DEL CURRÍCULO, FACILITAN LA REFLEXIVIDAD Y LA CONFIGURACIÓN DE SENTIDOS EN LOS PROCESOS, ACCIONES, SABERES, HISTORIAS Y TERRITORIALIDADES, DE FORMA QUE SE PROPICIE LA
INTEGRACIÓN SUBORDINADA DE CONCEPTOS INTEGRADORES. EN ESTE SENTIDO CUALQUIER TÉCNICA DEBE CONSIDERAR LA CONTEXTUALIZACIÓN DEL ENTORNO CAMBIANTE LOCAL Y REGIONAL.

ENTRE LAS METODOLOGÍAS PEDAGÓGICAS A UTILIZAR EN EL CURRÍCULO SE INCLUYEN PRIMORDIALMENTE: PEDAGOGÍA CRÍTICA Y EL ENFOQUE POR COMPETENCIAS. EN CUANTO A LAS TÉCNICAS DE APRENDIZAJE, ESTAS MOTIVAN AL ESTUDIANTE A CONTEXTUALIZAR LOS SABERES DE LAS DIFERENTES ASIGNATURAS Y APLICARLO EN SU ENTORNO INMEDIATO, CONSIDERANDO EL CONTEXTO LOCAL, REGIONAL Y MUNDIAL, DE ESTA MANERA SERÁ CONSCIENTE DE SU REALIDAD LABORAL Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL INCLUYENTE, EQUITATIVA Y PARTICIPATIVA. ESTUDIO DE CASOS. - AYUDA A DESARROLLAR EL ANÁLISIS CRÍTICO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE CASOS REALES. ES EL MÉTODO POR EXCELENCIA QUE UTILIZAN LOS MEJORES PROGRAMAS DE ESTUDIOS EN EL MUNDO, ADEMÁS QUE SE LO APLICA EN LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUA DE LOS SEMINARIOS EMPRESARIALES. EN NUESTRO MODELO EDUCATIVO ES EL MÉTODO FUNDAMENTAL DE LOS CONTENIDOS TÉCNICOS, PUESTO QUE NOS PERMITE DESARROLLAR EN NUESTROS ESTUDIANTES UN NIVEL IMPORTANTE DE APLICABILIDAD DE LOS CRITERIOS PROFESIONALES EN SITUACIONES EMPRESARIALES.

ROLE PLAYING. - ES LA HERRAMIENTA MÁS EFECTIVA PARA DESARROLLAR
HABILIDADES HUMANAS Y DIRECTIVAS. CONSISTE EN PRACTICAR ROLES DE SITUACIONES DE LA VIDA REAL EN UN AMBIENTE SIMULADO Y CON LA GUÍA Y RETROALIMENTACIÓN DE UN PROFESOR. ESTAS SIMULACIONES PERMITEN DESARROLLAR Y VISUALIZAR EN LOS ESTUDIANTES COMPETENCIAS QUE NINGUNA OTRA METODOLOGÍA LO PUEDE REALIZAR.

ESTÁ COMPROBADO QUE LA EXPERIENCIA DE VIVIR UN ROL ESPECÍFICO GENERA UN APRENDIZAJE PARTICULAR, POR ELLO INCLUSIVE SE UTILIZAN TÉCNICAS DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN ESTOS ROLE PLAYING.

WORKSHOPS. - HA SIDO CATALOGADA COMO LA MÁS EFECTIVA PARA INTEGRAR LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICOS CON LA PRÁCTICA DE LA VIDA REAL. CONSISTE EN CONTRASTAR LO APRENDIDO EN CLASES CON ENCUENTROS CON EMPRESARIOS, CON QUIENES LOS ESTUDIANTES CONVERSAN, VALIDAN Y REFUERZAN SUS CONOCIMIENTOS. EL NETWORKING QUE ES LA BASE DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES DE LOS NUEVOS EMPRESARIOS, ADEMÁS DE LA OPORTUNIDAD

DE HACERSE VISIBLES ANTE LOS MEJORES EMPRESARIOS DE LA CIUDAD, SON ALGUNOS DE LOS BENEFICIOS ADICIONALES DE ESTA METODOLOGÍA. COACHING ES LA MÁS MODERNA HERRAMIENTA DE ACOMPAÑAMIENTO Y ENTRENAMIENTO PERSONAL DE NUESTROS DÍAS. ESTA HERRAMIENTA ES UTILIZADA EN LAS EMPRESAS PARA ENTRENAR A DIRECTIVOS PARA SUPERAR OBSTÁCULOS Y ALCANZAR LAS METAS PLANTEADAS. EN NUESTRO MODELO EDUCATIVO ESTA METODOLOGÍA LA APLICAMOS PARA MOLDEAR Y DESARROLLAR LAS COMPETENCIAS DE LIDERAZGO DE MANERA PERSONAL CON CADA UNO DE NUESTROS ESTUDIANTES. ESTA NUEVA FORMA DE ORGANIZACIÓN DEL CURRÍCULO INVOLUCRA TAMBIÉN LA INTERCULTURALIDAD, VISTA COMO LA CAPACIDAD DE INTERACTUAR EN GRUPOS MULTIDISCIPLINARIOS, DE DIVERSOS ESTRATOS SOCIO-CULTURALES; COMO EJE TRANSVERSAL EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA INTEGRAL DEL PROFESIONAL DE LA RAMA.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE MERCADOTECNIA ESTUDIA LAS RELACIONES DE INTERCAMBIO ENTRE LAS EMPRESAS Y LOS MERCADOS, SUS PROCESOS DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL, COMPORTAMIENTOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DESDE UNA VISIÓN CIENTÍFICA - INVESTIGATIVA Y A TRAVÉS DE LA ENSEÑANZA PROBLEMÁTICA Y METODOLÓGICA DE LA MERCADOTECNIA, PARA IMPLEMENTAR MODELOS ESTRATÉGICOS GENERADORES DE VENTAJAS COMPETITIVAS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES DEL MERCADO, CREANDO CONCIENCIA SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, LA COMUNICACIÓN ASERTIVA ENTRE MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA ÉTICA EN LAS ACTIVIDADES DEL PROFESIONAL.

EL OBJETO DE LA CARRERA IDENTIFICADO ES CONGRUENTE CON LA PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS EN TANTO INTEGRA, EN UN TODO LÓGICO, LOS FUNDAMENTOS EPISTÉMICOS DE LA MERCADOTECNIA Y SUS MANIFESTACIONES PRÁCTICAS, ASÍ COMO LA INVESTIGACIÓN CON CARÁCTER TRANSVERSAL.

EN UN PRIMER MOMENTO LA ENSEÑANZA POSEE UN CARÁCTER TEÓRICO CONCEPTUAL, DIRIGIDO A QUE LOS ESTUDIANTES DOMINEN LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y EPISTEMOLÓGICOS DE LA CIENCIA.

DE TAL FORMA, EL ESTUDIANTE COMIENZA A ADQUIRIR CONOCIMIENTOS Y HERRAMIENTAS QUE FACILITAN LA VISIÓN INTEGRAL DE LA CIENCIA Y SU RECONOCIMIENTO COMO UN PROCESO COMPLEJO DE LA SOCIEDAD, ES DECIR VISUALIZA A LA MERCADOTECNIA COMO EL DESARROLLO DE FASE O PROCEDIMIENTOS QUE PERMITEN DETECTAR, IDENTIFICAR Y CARACTERIZAR PROBLEMAS DE LAS ORGANIZACIONES CON RESPECTO A SUS PRODUCTOS O
SERVICIOS. EN UN SEGUNDO MOMENTO LOS APRENDIZAJES SE ORIENTAN A ASPECTOS RELACIONADOS CON LA APLICACIÓN DE LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS, EN LOS DIVERSOS ÁMBITOS DE LA PROFESIÓN.

EL ACTUAR DEL ESTUDIANTE ESTARÁ DIRIGIDO A DOMINAR LAS ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA Y AJUSTARLAS A CADA PROBLEMÁTICA DEL MERCADO, PARA LA CONSTRUCCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y GENERACIÓN DE VALOR. LOS LICENCIADOS EN MERCADOTECNIA SE ENCONTRARÁN CON DIFERENTES PROBLEMAS EN EL ÁMBITO DE SU PROFESIÓN, POR LO QUE ES IMPORTANTE QUE PUEDAN OTORGAR VALOR AGREGADO A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS EMPRESAS AL IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS EFECTIVAS QUE LLEVEN A CREAR VENTAJAS COMPETITIVAS ENTRE LAS ORGANIZACIONES.

A SU VEZ, EL PROFESIONAL DEBERÁ TRANSFORMAR LOS DIFERENTES PROCESOS DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL, COMPORTAMIENTOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO PARA EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO DEL PAÍS.

Modalidad titulación:

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

- EXAMEN COMPLEXIVO.