

**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 28-04-2021

**Detalle del programa**

<b>IES:</b>	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
<b>Siglas:</b>	ULEAM
<b>Código sniese:</b>	1016
<b>Tipo de financiamiento:</b>	PÚBLICA
<b>Sitio web:</b>	<a href="http://www.uleam.edu.ec/">http://www.uleam.edu.ec/</a>
<b>Tipo de IES:</b>	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS
<hr/>	
<b>Estado del programa:</b>	VIGENTE
<b>Tipo de programa:</b>	MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP)
<b>Campo amplio:</b>	ADMINISTRACIÓN
<b>Campo específico:</b>	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
<b>Campo detallado:</b>	MERCADOTECNIA O MARKETING
<b>Programa:</b>	MERCADOTECNIA
<b>Título que otorga:</b>	MAGÍSTER EN MERCADOTECNIA, MENCIÓN ESTRATEGIA DIGITAL
<b>Codificación:</b>	1016-750414A03-P-1308
<b>Lugar de ejecución:</b>	SEDE MATRIZ
<b>Provincia:</b>	MANABÍ
<b>Cantón:</b>	MANTA
<b>Ciudad:</b>	MANTA
<b>Duración:</b>	2
<b>Periodo académico:</b>	ORDINARIO
<b>Semanas de periodo académico:</b>	19
<b>Modalidad:</b>	PRESENCIAL
<b>Valor de la matrícula:</b>	\$ 300,00
<b>Valor del arancel:</b>	\$ 4.400,00
<b>N° de resolución del CES:</b>	RPC-SO-07-NO.217-2021
<b>Estado actual:</b>	APROBADO POR EL CES
<b>Fecha de aprobación:</b>	2021-03-31
<b>Año de aprobación:</b>	2021
<b>Años de vigencia:</b>	6 años.
<b>Vigente hasta:</b>	2027-03-31
<b>N° de cohortes:</b>	1
<b>Convenio con otras entidades:</b>	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. LIMA - PERÚ
<b>N° de horas:</b>	1.440 Horas.



**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 28-04-2021



**Detalle del programa**

**Requisitos de ingreso:**

- FORMULARIO DE ADMISIÓN DEBIDAMENTE LLENO (CÓDIGO: PAM-05-F-001-FORMATO ESTABLECIDO).
- \* COPIA COLOR DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO, DEBIDAMENTE REGISTRADO POR EL ÓRGANO RECTOR DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, EN EL CASO DE EXTRANJEROS PRESENTAR EL TÍTULO CON APOSTILLA O LEGALIZADO POR VÍA CONSULAR.
- CUMPLIR CON EL PROCESO DE ADMISIÓN ESTABLECIDO EN EL PROGRAMA QUE POSTULA; SEGÚN EL ARTÍCULO 22 DEL REGLAMENTO D E RÉGIMEN ACADÉMICO (RRA) VIGENTE, EMITIDO POR EL CES CON RESOLUCIÓN RPC-SO-08-NO.111-2019 DEL 25 DE AGOSTO DE 2020.
- COPIA A COLORES DE LA CÉDULA DE CIUDADANÍA Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN (EN CASO DE EXTRANJERO PASAPORTE) (APOSTILLADO).
- COPIA DEL CERTIFICADO DE DISCAPACIDAD EMITO POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE SALUD DE PRIMER NIVEL (SOLO SI APLICA).
- \* CERTIFICADO DEL REGISTRO DEL TITULO DE TERCER NIVEL DEL SENESCYT.
- HOJA DE VIDA ACTUALIZADA (CÓDIGO: PAM-05-F-001-FORMATO ESTABLECIDO).
- ENTREVISTA PERSONAL.
- APROBAR EL EXAMEN DE ADMISIÓN.
- FOTO TAMAÑO CARNÉ.
- LOS POSTULANTES QUE SEAN ADMITIDOS EN EL PROGRAMA DEBERÁN CANCELAR EL VALOR DE LA MATRÍCULA.

**Objetivo general:**

FORMAR COMPETENCIAS EN LOS PROFESIONALES DE MERCADOTECNIA QUE LES PERMITA APLICAR METODOLOGÍAS ORIENTADAS A ESTUDIAR EL CONTEXTO VINCULADO CON SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS EN MERCADOS LOCALES Y GLOBALES, CON ENFOQUE HUMANÍSTICO, SOCIO -POLÍTICA-ECONÓMICA, PLANIFICANDO Y DESARROLLANDO ESTRATEGIAS CON LA UTILIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES, TEÓRICA E INSTRUMENTALMENTE CONOCIMIENTOS EN EL CAMPO DEL SABER, HACIA LA DETECCIÓN DE NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES PARA LOGRAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES.

**Perfil de ingreso:**

EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA, MENCIÓN ESTRATEGIA DIGITAL SE DIRIGE A PROFESIONALES PREFERENTEMENTE DEL CAMPO DE LA ADMINISTRACIÓN, CAMPO DETALLADO DE MERCADOTECNIA O MARKETING CUYO TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO ESTÉ DEBIDAMENTE RECONOCIDO POR LA SENESCYT, Y A PROFESIONALES CON EXPERIENCIA AFÍN AL CAMPO DEL CONOCIMIENTO EN ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ÁMBITO COMERCIAL Y PRODUCTIVO, A TRAVÉS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN, MEJORANDO EL MERCADO LABORAL EN LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y ENTORNOS COMPETITIVOS.

**Perfil de egreso:**

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

SABER: CONOCER LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS, FAMILIARIZADO CON MERCADOS LOCALES Y GLOBALES Y LOS DIFERENTES MÉTODOS DE IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES, LO QUE LE PERMITIRÁ INTERACTUAR EN CUALQUIER ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

¿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?

SABER HACER: APLICAR LOS PROCEDIMIENTOS O PROTOCOLOS NECESARIOS PARA DESARROLLAR HABILIDADES Y DESTREZAS QUE LE PERMITIRÁN ATENDER EN FORMA INTEGRAL LOS PROBLEMAS RELACIONADOS CON LA COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS, A TRAVÉS DE LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DIGITALES, LOGRANDO ASÍ LA COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD.

¿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?

SABER CONOCER: LA REALIDAD ECONÓMICA DEL MEDIO Y CORRELACIONARLA CON LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA INVESTIGAR LAS CAUSAS QUE PROPICIAN EL MOVIMIENTO ECONÓMICO DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS DE BIENES Y SERVICIOS, PROPICIANDO EL MEJORAMIENTO DE ESTRATEGIAS CON LA UTILIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES, PARA LOGRAR LA OPTIMIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y ASÍ APORTAR AL DESARROLLO EQUITATIVO DEL PAÍS.

¿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?

SER: UN PROFESIONAL ENMARCADO EN VALORES Y PRINCIPIOS COMO RESPONSABILIDAD, RESPETO, ÉTICA, HONESTIDAD, PERTINENCIA, EN DERECHOS DE IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD CON PENSAMIENTO UNIVERSAL CRÍTICO Y CREATIVO.

**Objeto de estudio:**

EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA, MENCIÓN ESTRATEGIA DIGITAL PERMITIRÁ QUE EL PROFESIONAL ESTUDIE EL CONTEXTO VINCULADO CON LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS EN MERCADOS LOCALES Y GLOBALES, CON VISIÓN HUMANÍSTICA, SOCIO -POLÍTICA-ECONÓMICA Y CIENTÍFICA-TECNOLÓGICA; QUE PERMITA PLANIFICAR Y DESARROLLAR ESTRATEGIAS CON LA UTILIZACIÓN D E MEDIOS DIGITALES, PROFUNDIZANDO TEÓRICA E INSTRUMENTALMENTE CONOCIMIENTOS EN EL CAMPO DEL SABER, HACIA LA DETECCIÓN DE NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES, PARA LOGRAR LA PRODUCTIVIDAD. Y COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES.

**Modalidad titulación:**

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