

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

Impresión realizada el: 28-04-2021

**Detalle del programa**

IES: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
Siglas: UNACH
Código sniese: 1019
Tipo de financiamiento: PÚBLICA
Sitio web: <http://www.unach.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
Título que otorga: MAGÍSTER EN MARKETING
Codificación: 1019-750414A07-S-0601
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: CHIMBORAZO
Cantón: RIOBAMBA
Ciudad: RIOBAMBA
Duración: 2
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico: 24
Modalidad: SEMIPRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 400,00
Valor del arancel: \$ 4.600,00
N° de resolución del CES: RPC-SE-19-NO.151-2020
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2020-11-05
Año de aprobación: 2020
Años de vigencia: 6 años.
Vigente hasta: 2026-11-05
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
N° de cohortes: 1
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:

POSEER TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO REGISTRADO EN EL SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR (SNIESE) (NACIONALES).
APROBACIÓN DEL PROCESO DE ADMISIÓN DEL PROGRAMA EN CASO DE SER EXTRANJERO, TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO APOSTILLADO O LEGALIZADO POR VÍA CONSULAR
IMPRESIÓN DEL REGISTRO DEL TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO PÁGINA WEB SENESCYT DOCUMENTOS PERSONALES VIGENTES A LA FECHA DE LA POSTULACIÓN (CÉDULA, PAPELETA DE VOTACIÓN A COLORES)

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES INTEGRALMENTE CALIFICADOS, CON UN ALTO CONOCIMIENTO CIENTÍFICO Y TÉCNICO EN EL CAMPO DEL MARKETING, QUE PERMITAN DETERMINAR LA INCIDENCIA EN LA EVOLUCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE USUARIOS Y CONSUMIDORES EN ENTORNOS DIGITALES, DESDE UNA PERSPECTIVA TECNOLÓGICA, ECONÓMICA Y SOCIAL

Perfil de ingreso:

EL PERFIL DE INGRESO ESTÁ DETERMINADO POR LOS CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES LOGRADAS EN LA TITULACIÓN DE GRADO, PREFERENTEMENTE, DE LAS CARRERAS PERTENECIENTES AL CAMPO DE LA ADMINISTRACIÓN. PARA OTROS CAMPOS DEL SABER, SE REQUIERE DEMOSTRAR EXPERIENCIA PROFESIONAL: 2 AÑOS COMO MÍNIMO

Perfil de egreso:

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

° DISEÑAR NUEVAS ESTRATEGIAS DEL MARKETING SOBRE BASES TEÓRICAS Y TENDENCIAS EN CORRESPONDENCIA CON LAS NECESIDADES DEL DESARROLLO NACIONAL E INTERNACIONAL.

° ESTABLECER ESTRATEGIAS DE MARKETING INNOVADORAS EN PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS PARA PROPONER TRANSFORMACIONES QUE MEJOREN SU SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD.

° DESARROLLAR PROCESOS DE NEGOCIACIÓN DIGITAL Y DE MERCADEO 2.0.

° DETERMINAR MODELOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS Y PROMOCIONES DE PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SE COMERCIALIZAN EN PÁGINAS WEB.

° DISEÑAR ESTRATEGIAS DIGITALES Y DE MERCADEO MÓVIL

° UTILIZAR LAS HERRAMIENTAS PROPIAS DEL MARKETING Y MANEJO DE MEDIOS POR INTERNET PARA CREAR VALOR AGREGADO EN LAS ORGANIZACIONES.

¿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?

° UTILIZAR LAS TENDENCIAS ACTUALES DEL MARKETING, QUE SE ENFOCAN EN EL CONJUNTO DE ACTIVIDADES PARA ESTABLECER RELACIONES COMERCIALES Y SOCIALES CON LOS CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES DE LAS EMPRESAS.

° APLICAR LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0, WEB 3.0, QUE CORRESPONDEN A PATRONES DEL DISEÑO Y MODELOS DE NEGOCIO PARA LA SIGUIENTE GENERACIÓN DEL SOFTWARE QUE SE APLIQUEN EN LAS EMPRESAS PARA LA PROMOCIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.

° MEDIR CONSTANTEMENTE LA EFECTIVIDAD DE LAS INVERSIONES QUE SE HACEN EN EL MERCADEO, ESPECIALMENTE EN LO QUE SE REFIERE AL VALOR DE LA MARCA, LAS

RELACIONES CON EL MERCADO Y LAS CONSECUENCIAS SOBRE LA LEALTAD Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

° UTILIZAR EL MARKETING HOLÍSTICO, EL SOCIAL Y EL RELACIONAL COMO PILAR FUNDAMENTAL PARA DESARROLLAR INVESTIGACIÓN

° UTILIZAR EL E-BUSINESS, EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL E-MARKETING, PARA LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

° APLICAR LA TÉCNICAS MÁS ACTUALES DE VENTAS, COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ONLINE.

° USAR EL NEUROMARKETING, EL E-COMMERCE Y MOBILE MARKETING EN LA PROMOCIONES, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

¿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?

EL EGRESADO DE LA MAESTRÍA EN MARKETING DEBE TENER CUALIDADES DE LIDERAZGO, TRABAJO EN EQUIPO, COMUNICACIÓN, NEGOCIACIÓN, ORGANIZACIÓN, ORIENTACIÓN A LAS METAS.

EL PROFESIONAL SE ENCONTRARÁ EN LA CAPACIDAD DE MEJORAR LA CALIDAD DEL NEGOCIO, USANDO TÉCNICAS Y METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

DE CADA ORGANIZACIÓN Y MEDIANTE LA IMPLANTACIÓN DE UNA ADECUADA ESTRATEGIA DE MARKETING, QUE PERMITA MEJORAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO DEL PAÍS.

EL IMPACTO AL MEDIO AMBIENTE Y LA MEJORA EN LA CALIDAD DE VIDA, SON FACTORES QUE TAMBIÉN SE PUEDEN MEJORAR CON UN ANÁLISIS ADECUADO DE LAS

TENDENCIAS DEL MARKETING, YA QUE, AL GENERAR MEJORES ESTRATEGIAS DE NEGOCIO, SE PUEDE OBTENER GRANDES OPTIMIZACIONES EN LA ORGANIZACIÓN, REDUCIENDO

EL USO DE EQUIPOS INNECESARIOS, OPTIMIZANDO EN LA ADQUISICIÓN DE RECURSOS PARA EL DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS. ADEMÁS, PERMITE REALIZAR UNA

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD ECUATORIANA, ENRIQUECIENDO LOS SABERES Y LA CULTURA A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES QUE IMPULSEN Y GENEREN

NUEVO CONOCIMIENTO, ORIENTADO A LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA MEDIANTE LA GENERACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS BASADOS EN LA SOLIDARIDAD Y

RECIPROCIDAD.

DEBE ESTAR PREPARADO PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE MARKETING, QUE PERMITAN GESTIONAR TODOS LOS RECURSOS, GESTIONAR EL RIESGO Y REALIZAR ACCIONES DE

MEJORAMIENTO EN FUNCIÓN DE CORRECTIVOS PERTINENTES. DE LA MISMA FORMA, CONTRIBUIRÁ A: EL APOYO A LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL A PARTIR DE UN CAMBIO

DE PARADIGMA EN LA ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN DE LA ECONOMÍA, CONSCIENTES DE LA TRANSICIÓN HACIA UNA ECONOMÍA BASADA EN EL APROVECHAMIENTO DE LOS

RECURSOS BIOLÓGICOS.

EL FORTALECIMIENTO AL SISTEMA ECONÓMICO SOSTENIBLE BASADO EN EFICIENCIA E INNOVACIÓN QUE DIVERSIFIQUEN LA PRODUCCIÓN DE MANERA SOSTENIBLE, ASÍ COMO

IMPULSO A LA PROMOCIÓN E INCREMENTO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

LA TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA TOMANDO EN CUENTA LOS ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE, A TRAVÉS DEL COMERCIO JUSTO, UTILIZACIÓN

EFICIENTE DE LOS RECURSOS.

LA TRANSFORMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN RURAL PARA LOGRAR EL DESARROLLO TERRITORIAL MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS CON LOS SABERES

ANCESTRALES, EL ACCESO EQUITATIVO A RECURSOS Y EL APROVECHAMIENTO DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS.

EL FORTALECIMIENTO DE LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN, TANTO REGIONAL COMO MUNDIAL A PARTIR DE VÍNCULOS ECONÓMICOS, TURÍSTICOS, AMBIENTALES, ACADÉMICOS Y

LAS LÍNEAS DE COOPERACIÓN PARA LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA.

¿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?

SE PROMOVERÁ EN LOS ESTUDIANTES LA PRÁCTICA DE VALORES ÉTICOS EN SU EJERCICIO PROFESIONAL, VALORES COMO LA RESPONSABILIDAD, LA

CONFIDENCIALIDAD, UTILIZANDO LA INFORMACIÓN OTORGADA POR LA EMPRESA PARA USOS ESPECÍFICOS ORIENTADOS A LA MEJORA DEL NEGOCIO Y NO PARA OTROS FINES

FUERA DE LO ESTABLECIDO, JUNTO CON EL PRINCIPIO DE ENTREGAR UN PRODUCTO DE CALIDAD, DISEÑANDO ESTRATEGIAS DE MARKETING, QUE RESUELVAN NECESIDADES DEL

ENTORNO EN LOS CUALES PREVALEZCAN EL RESPETO POR EL MEDIO AMBIENTE, LAS PERSONAS, LA INTERCULTURALIDAD Y LOS DERECHOS DEL BUEN VIVIR

EL PROGRAMA DE MAESTRÍA CONSIDERARÁ LA FORMACIÓN DE PERSONAS CRÍTICAS, AUTÓNOMAS, TOLERANTES, SOLIDARIAS Y ABIERTAS AL INTERCAMBIO CULTURAL; LA FORMACIÓN EN EL AUMENTO DE LA COMPETENCIA DE COMUNICACIÓN ENTRE PERSONAS DE DIVERSAS CULTURAS, EN LA CREACIÓN DE ACTITUDES Y VALORES FAVORABLES A LA DIVERSIDAD DE CULTURAS Y EL ENFOQUE DE GÉNERO, ASÍ COMO EN EL INCREMENTO DE INTERACCIÓN SOCIAL ENTRE PERSONAS Y GRUPOS CULTURALMENTE DISTINTOS.

PARA LOGRAR TAL ASPIRACIÓN SE CONSIDERARÁ LA FORMACIÓN DE VALORES Y PRINCIPIOS QUE PERMITAN:

-DEMOSTRAR SENSIBILIDAD Y CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN ANTE LOS CAMBIOS DEL ENTORNO TECNOLÓGICO, LEGAL, ECONÓMICO Y SOCIAL QUE AFECTAN A LAS ORGANIZACIONES Y LOS SERES HUMANOS.

-DEMOSTRAR UNA CONDUCTA HONESTA Y RESPONSABLE PARA RELACIONARSE SOCIALMENTE Y MANEJAR CONFLICTOS INTERPERSONALES.

-RESPECTAR LA DIVERSIDAD DE OPINIONES MOSTRANDO HABILIDAD PARA LLEGAR A CONSENSOS QUE PROMUEVAN LA INTEGRACIÓN PRODUCTIVA DE LOS EQUIPOS DE TRABAJO Y LA ARTICULACIÓN DE LOS NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN.

-DESARROLLAR PROCESOS DE MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CON IDENTIDAD ECUATORIANA, EN LA PERSPECTIVA DE INTERCULTURALIDAD, GÉNERO Y MULTINACIONALIDAD.

Objeto de estudio:

EL OBJETO DE ESTUDIO DEL PROGRAMA ESTÁ EN LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ESPECÍFICAMENTE EN EL MUNDO DEL MERCADO, CON EL ANÁLISIS TEÓRICO Y PRÁCTICO DEL MARKETING EN EL ACCIONAR DE LAS ORGANIZACIONES, LAS EMPRESAS Y LAS PERSONAS EN LAS CONDICIONES DEL ESPACIO VIRTUAL Y EN GENERAL SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. EN ESTE CONTEXTO ES DE ALTA SIGNIFICACIÓN EL ESTUDIO DE LA REALIDAD ECUATORIANA EN EL COMERCIO EXTERIOR Y LA COMPETITIVIDAD DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS, PARA GENERAR PROYECTOS CONCRETOS QUE CONTRIBUYAN AL CUMPLIMIENTO DE LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.

EN LA ACTUALIDAD LAS ORGANIZACIONES SE DESENVUELVEN EN MERCADOS GLOBALIZADOS Y ALTAMENTE COMPETITIVOS, DE ALLÍ QUE CADA VEZ MÁS ESTABLECEN SUS ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS A TRAVÉS DEL MARKETING, EN FUNCIÓN DE ASEGURAR EL COMERCIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Modalidad titulación:

ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL

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