

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

Impresión realizada el: 08-05-2021

**Detalle de la carrera**

IES: UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
Siglas: USGP
Código sniese: 1060
Tipo de financiamiento: PARTICULAR AUTOFINANCIADA
Sitio web: <https://sangregorio.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
Título que otorga: LICENCIADO/A EN MERCADOTECNIA
Codificación: 1060-650414A01
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: MANABÍ
Cantón: PORTOVIEJO
Ciudad: PORTOVIEJO
Duración: 9
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 124,00
Valor del arancel: \$ 1.240,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-39-NO.725-2017
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2017-10-25
Año de aprobación: 2017
Años de vigencia: 6 años.
Vigente hasta: 2023-10-25
N° de estudiantes por paralelo: 25 estudiantes.

Convenio con otras entidades:

- ASALISAPAMA
- TALLER DE JOYERÍA BRIGGITTE
- PUGA ENTERPRISE INMOBILIARIA Y CONSTRUCCIONES
- BANCO COMERCIAL DE MANABÍ S.A.
- TRUCK REPUESTOS ALBERTO

N° de horas: 7.200 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
- CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL NIVEL BÁSICO COMÚN
- COPIA A COLOR DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD Y/O PASAPORTE VIGENTE.
- FICHA DE REGISTRO DE DATOS PERSONALES

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES CAPACES DE GENERAR MODELOS MERCADOLÓGICOS APLICADOS A LA GENERACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, IDEAS DE NEGOCIOS Y DE EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES, SOSTENIBLES Y PERTINENTES EN EL MARCO ÉTICO Y LEGAL CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO HUMANO Y ECONÓMICO, LOCAL Y NACIONAL.

Perfil de ingreso:

LOS ASPIRANTES A ESTUDIAR LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DEBERÁ:

1. POSEER CONOCIMIENTOS BÁSICOS SOBRE MATEMÁTICAS, INFORMÁTICA, ADMINISTRACIÓN Y COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA.
2. SER CREATIVO Y CON CAPACIDADES PARA PERCIBIR LOS PROBLEMAS DE SU ENTORNO E INTERVENIR EN LA SOLUCIÓN DE LOS MISMOS.
3. APTITUD PARA TRABAJAR EN EQUIPO, CON CAPACIDAD DE LIDERAZGO Y RESPONSABILIDAD EN UN AMBIENTE DINÁMICO Y DIVERSO.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES POSIBILITARÁN EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES Y ACTITUDES DE LOS FUTUROS PROFESIONALES PARA CONSOLIDAR SUS VALORES REFERENTES A LA PERTINENCIA, LA BIO-CONCIENCIA, LA PARTICIPACIÓN RESPONSABLE, LA HONESTIDAD, Y OTROS?

1. EL PROFESIONAL DE LA MERCADOTECNIA GRADUADO DE LA UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO, DESARROLLA UN COMPORTAMIENTO ÉTICO GENERADO MEDIANTE EL CONOCIMIENTO DE LA DEONTOLOGÍA PROFESIONAL Y LA NORMATIVA LEGAL QUE REGULA EL ACCIONAR DE LOS MERCADOS, EN ESTRICTO RESPETO AL ENTORNO SOCIAL Y AMBIENTAL, PARA LO QUE:

- IDENTIFICA LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO EN GENERAL Y DEL ECUATORIANO EN PARTICULAR, CONOCIENDO SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA.
- MANEJA ADECUADAMENTE PROCESOS DE COMUNICACIÓN QUE LE PERMITA DESARROLLAR TRABAJOS DE GRUPO Y COMPARTIR CONOCIMIENTOS A LO LARGO DE SU TRAYECTORIA ACADÉMICA Y PROFESIONAL.
- COMPRENDE EL ENTORNO EMPRESARIAL DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, MIPYMES Y ENTORNOS EMPRESARIALES/INSTITUCIONALES EN GENERAL, TENDENTES A DESARROLLAR SOLUCIONES A PROBLEMAS CON ESTRICTO RESPETO A LAS DIVERSIDADES CULTURALES, SOCIALES Y AMBIENTALES.
- CONOCE LOS PRINCIPIOS DE APLICACIÓN DE LOS DERECHOS EN RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA Y EL MERCADO, REVISANDO ASPECTOS LEGALES DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR, RELACIONES LABORALES, DERECHO EMPRESARIAL Y DINÁMICA DE LOS MERCADOS RESPETANDO EL MARCO JURÍDICO ESTABLECIDO.
- ANALIZA LA APLICACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS ÉTICOS EN EL EJERCICIO PROFESIONAL Y PERSONAL.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELACIONADOS CON EL DOMINIO DE TEORÍAS, SISTEMAS CONCEPTUALES, MÉTODOS Y LENGUAJES DE INTEGRACIÓN DEL CONOCIMIENTO, LA PROFESIÓN Y LA INVESTIGACIÓN DESARROLLARÁ EL FUTURO PROFESIONAL?

1. ANALIZA LAS NECESIDADES DE LOS MERCADOS DE INFLUENCIAS MEDIANTE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN COMO SUSTENTO PARA LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES Y MERCADOLÓGICAS, PARA EL EFECTO:

- APLICA MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS QUE PERMITAN RECOGER, PROCESAR E INTERPRETAR INFORMACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA PROVENIENTE DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS VÁLIDAS.
- ELABORA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN QUE PERMITAN LA INTERVENCIÓN EN PROBLEMÁTICAS CONTEXTUALES DE ORGANIZACIONES, EMPRESAS Y SOCIEDADES.
- DESARROLLA EL PENSAMIENTO LÓGICO Y CREATIVO PARA RESOLVER PROBLEMAS PRÁCTICOS RELACIONADOS CON LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y LA MERCADOTECNIA.
- IDENTIFICA LOS FACTORES DE INFLUENCIA EN LOS CONSUMIDORES Y SU PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PARA EVALUAR Y COMPRAR PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- APLICA HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS PARA PROCESOS DE INVESTIGACIÓN PARA EL APRENDIZAJE.
- CONOCE LA CONTABILIDAD NACIONAL Y LOS PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS.
- APLICA TÉCNICAS DE PREVISIÓN Y PREDICCIÓN DEL MERCADO MEDIANTE EL USO DE MODELOS QUE EMPLEAN MÉTODOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS.

2. DESARROLLA OFERTAS COMPETITIVAS DE BIENES Y SERVICIOS EN COHERENCIA CON LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS EN EL MERCADO, PARA LO QUE:

- ANALIZA EL CONCEPTO, FILOSOFÍA Y ENTORNO DEL MARKETING, LOS MISMOS QUE LOS USA PARA ENTENDER LA IMPORTANCIA DE LA PROFESIÓN.
- CONOCE LAS VARIABLES CONTROLABLES DE LA MERCADOTECNIA, SUS ESTRATEGIAS Y LA INTERACCIÓN ENTRE PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCION Y COMUNICACIÓN.
- DISEÑA NUEVOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS CON VALOR AGREGADO, EN FUNCION DE LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS DEL MERCADO.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES RELATIVOS A LAS CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS GENÉRICAS SON NECESARIAS PARA EL FUTURO EJERCICIO PROFESIONAL?

1. PLANIFICA MEDIANTE EL TRABAJO EN EQUIPO, LA EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y MERCADOLÓGICAS QUE PERMITAN OPERAR EN FORMA COMPETITIVA Y SOSTENIBLE EN MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES EN FUNCIÓN DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL. PARA LO CUAL:

- APLICA EL PROCESO ADMINISTRATIVO PARA IMPLEMENTAR EL FUNCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA Y EN ESPECIAL DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING.
- UTILIZA HERRAMIENTAS COGNITIVAS PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE TEXTOS ACADÉMICOS EN SENTIDO DE FUNDAMENTAR LAS PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN.
- RECURRE A ESTRATEGIAS SEMÁNTICAS PARA EL DESARROLLO DE TEXTOS ACADÉMICOS QUE PUEDEN SER PUBLICADOS Y ACEPTADOS EN EL ÁREA DE COMPETENCIA.
- ELABORA PLANES DE MEJORAMIENTO CONTINUO APLICANDO NUEVAS HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD.

¿QUÉ RESULTADOS O LOGROS DE LOS APRENDIZAJES QUE SE RELACIONAN CON EL MANEJO DE MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PROFESIONALES E INVESTIGATIVOS SON NECESARIOS PARA EL DESEMPEÑO DEL FUTURO PROFESIONAL?

1. DISEÑA PLANES COMERCIALES EN BENEFICIO DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS MEDIANTE LA SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS.

PARA LOGRARLO:

- ANALIZA SISTEMA DE LOGÍSTICA Y APROVISIONAMIENTO DE MATERIALES, INSUMOS, MATERIAS PRIMAS Y MANEJO DE INVENTARIO.

- IDENTIFICA LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN LOS DISTINTOS SECTORES Y MERCADOS QUE PERMITAN APLICAR A LOS MISMOS LAS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN MÁS ADECUADAS.
- DISEÑA ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS ACORDE AL ENTORNO EMPRESARIAL.
- DISEÑA PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING HACIENDO USO EFECTIVO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.
- ELABORA UNA HOJA DE RUTA PARA VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS CON LA AYUDA DE LA TECNOLOGÍA.
- DISEÑA ESTRATEGIAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCAS.
- APLICA HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA EN EL PROCESO DE VENTAS.
- APLICA PROCESOS DE GENERACIÓN DE SERVICIOS CON CALIDAD.
- ELABORA PLANES DE MARKETING ENFOCADOS EN RESOLVER LAS NECESIDADES DE UN SEGMENTO DE MERCADO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL.
- GESTIONA PROYECTOS DE MERCADEO ORIENTADOS A RESOLVER NECESIDADES IDENTIFICADAS EN LOS MERCADOS.
- LIDERA Y EMPRENDE PROYECTOS INNOVADORES.

Objeto de estudio:

¿CUÁL ES EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA PROFESIÓN?

LA CARRERA DE MERCADOTECNIA ESTUDIA LOS MERCADOS DESDE UNA VISIÓN ESTRATÉGICA Y COMPETITIVA APLICANDO METODOLOGÍAS MERCADOTÉCNICAS PARA DESARROLLAR EN UN CONTEXTO ÉTICO Y DESDE LOS SECTORES PRODUCTIVOS, BIENES Y SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
- PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
- ANÁLISIS DE CASOS