

RESUMEN EJECUTIVO

La Educación Superior ha experimentado cambios significativos que han motivado el rediseño de los programas carrera que ofertan las universidades del país, es por esto que la presente investigación de mercados se enfoca en indagar tanto en la oferta académica de programas de pregrado en mercadotecnia así como la demanda de profesionales en esta área con el fin de determinar las características del perfil ideal de un profesional de marketing. En cuanto a la oferta de pregrado en marketing en el Ecuador existen alrededor de 35 programas con similar duración, modalidad y el perfil de egreso. La investigación ha reflejado que las empresas en la ciudad de Quito tienen establecido el perfil de trabajo basado en competencias y siguen un proceso establecido de contratación valorando el alto nivel ético, la experiencia y la suficiencia en el idioma inglés. Las competencias específicas que las empresas buscan en un profesional de marketing están en torno al análisis de mercado, direccionamiento estratégico, administración, estadística y finanzas. Las empresas consideran que un profesional de marketing debe integrar en su perfil conocimientos en torno a las variables del marketing de precio, producto, plaza y promoción así como también debe ser una persona sociable, comunicativa, creativa y con destrezas en el manejo de las herramientas tecnológicas actuales como el internet, paquetes de office, paquetes de diseño gráfico y paquetes estadísticos. Tomando en cuenta estos aspectos y el Reglamento de Régimen Académico vigente se ha plantado una propuesta del diseño del programa carrera de Licenciatura en mercadotecnia.

Palabras clave:

- Investigación de Mercados,
- Educación Nacional,
- Diseño de Contenidos,
- Licenciatura en Mercadotecnia

ABSTRACT

Higher education has undergone significant changes that have motivated a redesign in the career programs offered by universities in the country. Therefore, in order to determine the characteristics of the ideal profile of a marketing professional, this market research focuses on investigating both the academic undergraduate marketing programs as well as the demand for professionals in the area. Ecuador offers around 29 programs to obtain a Bachelor's Degree in Marketing with average career length, mode and profile. This research indicated that companies in the city of Quito have established job competency profiles and follow an established process of recruitment based on ethics, experience and the sufficiency in the English language. Companies seek for specific skills in marketing professional such as market analysis, strategic management, administration, statistics and finance. Companies believe a marketing professional must have an integrated knowledge profile based on price, product, place, and promotion marketing as well as sociable, communicative, creative and technological management skills such as internet, graphic design and statistical packages. Considering these aspects and the existing academic regime regulations a design of a Marketing program has been proposed.

Key words:

- Market research
- National education
- Academic offer
- Contents' proposal
- Undergraduate Marketing