

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El Plan de Desarrollo emitido por el actual gobierno nacional establece la necesidad de mejorar los niveles de educación en el país. Es por esto que diferentes entidades públicas relacionadas han emitido reglamentos y disposiciones para potenciar la academia ecuatoriana. Las universidades de país están pasando por una etapa de modernización de sus mallas curriculares, para ajustarlas a estándares internacionales, proceso que requiere de una serie de investigación sistémicas que sustenten la oferta académica, su relación con el Plan Nacional del Buen Vivir y su impacto hacia el bienestar. El proceso de rediseño requiere conocer la demanda de profesionales en el área de marketing a nivel de grado y posgrado que las instituciones de educación superior forman en función de las exigencias del mercado laboral y la sociedad. Esta investigación ofrecerá a sus involucrados una visión más clara acerca de la oferta y demanda actual de la carrera de mercadotecnia de grado y posgrado por parte de los bachilleres, universitarios, profesionales y las empresas públicas y privadas en las zonas administrativas 2 y 9.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **MERCADOTECNIA**
- **OFERTA**
- **DEMANDA**
- **EMPRESA**
- **PROFESIONAL**

## **ABSTRACT**

The Development Plan issued by the current national government establishes the need to improve levels of education in the country. That is why different related public entities have issued regulations and provisions to strengthen the Ecuadorian academy. The country's universities are undergoing a modernization of their curricula, in order to adjust them to international standards, a process that requires a series of systemic research that supports the academic offer, its relation with the National Plan of Good Living and its impact towards welfare. The redesign process requires knowing the demand of professionals in the marketing area at the undergraduate and postgraduate levels that higher education institutions are formed to meet the demands of the labor market and society. This research will provide its stakeholders with a clearer view of the current supply and demand of the undergraduate and graduate marketing career by bachelors, university students, professionals and public and private companies in administrative areas 2 and 9.

## **KEY WORDS**

- **MARKETING**
- **OFFER**
- **DEMAND**
- **BUSINESS**
- **PROFESSIONAL**