

RESUMEN

El presente trabajo presenta la investigación realizada para el rediseño de programa – carrera de ingeniería comercial, basada en indicadores de acreditación, para lo cual se busca determinar los diferentes factores que exige el medio, tanto las empresas como el estado para cubrir la demanda actual, con profesionales que posean características diferenciadoras en comparación del resto de universidad que oferten la misma carrera académica. En el capítulo introductorio se muestra un preámbulo, en el cual se detalla el planteamiento del problema, objetivos, justificación, metodología y la hipótesis del presente. El primer capítulo incluye el marco teórico, aquí se encuentra todos los fundamentos para la realización de la tesis. El capítulo dos indica la metodología a emplearse en el que se detalla el análisis situacional, el que nos indica en qué ambiente se está desarrollando la carrera tanto en el aspecto interno como externo. Dentro de este capítulo se determina el FODA de la carrera. El capítulo tres presenta la investigación de mercados; las técnicas empleadas fueron: Entrevistas y Encuestas, tras este estudio se presenta la información relevante de las competencias y perfiles que requieren los profesionales en Ingeniería Comercial. En el capítulo cuatro se presenta la propuesta de la nueva carrera, enfocada en la obtención del título de Licenciado en administración de Empresas. Finalmente el capítulo cinco presenta las conclusiones y las recomendaciones basadas en la investigación de mercados, lo cual permitirá a la carrera alinearse a la nueva ley de educación superior y a las exigencias del mercado.

Palabras Claves: Marco Teórico, FODA, Investigación de mercado, Propuesta, Administración

SUMMARY

The present work shows the research carried out for the redesign program - commercial engineering career, based on indicators of accreditation, which seeks to determine the various factors that require the environment, both the companies and the state, to meet the current demand with professionals possessing differentiating features in comparison of the rest of the University that offer the same academic career. In the introductory chapter it's displayed a preamble, which spells out the approach to the problem, objectives, rationale, methodology and the assumptions of the present. The first chapter includes the theoretical framework; here you will find all the foundations for the realization of the thesis. Chapter two indicates the methodology to be used in which it's detailed the situational analysis, the one that shows us in what environment is developing the career both in the internal and external aspect. Within this chapter it is determined the SWOT of the career. Chapter three presents the research of the market; the techniques used were: Interviews and Surveys, through this study the relevant information is presented of the competencies and profiles that require the commercial engineering professionals. Chapter four presents the proposal of the new career, focused on the degree in Administration and Management. Finally chapter five presents the conclusions and recommendations based on the market research, which will enable the career to align to the new law of higher education and to the demands of the market.

Key Words: Theoretical Framework, SWOT, Market research, Proposal, Administration