

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente trabajo es contribuir al mejoramiento del programa de Maestría en Mercadotecnia de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE a través de una propuesta de rediseño de los contenidos que incorpore criterios de profesionales que desean cursar el programa, de profesionales que ya lo cursaron, y de empresas, que constituyen la demanda del programa de maestría que oferta entrenamiento profesional avanzado. Para lograrlo, se desarrolló inicialmente una investigación del marketing: sus orígenes, sus perspectivas, las diferentes concepciones que se han hecho de la disciplina y los aportes de varios autores, que han permitido establecer su proceso de evolución a través del tiempo y la definición de las escuelas de pensamiento en marketing. Luego, se desarrolló un estudio de mercado que contó con la colaboración de profesionales que ven en este programa de maestría, una opción para complementar su formación profesional; igualmente, se contactó a los profesionales que ya cursaron el programa, y finalmente, se mantuvieron entrevistas con funcionarios de diferentes empresas de la ciudad, quienes colaboraron con su conocimiento y experiencia para determinar necesidades de formación en los profesionales que laboran en el área de marketing de una empresa. Esta propuesta se convierte en una opción que puede ser considerada por la coordinación del programa de maestría para la configuración del mismo, manteniendo los estándares que actualmente maneja, promoviendo la búsqueda de nuevas opciones y orientaciones que permitirán, a largo plazo, que el programa sea catalogado como el mejor en su área.

Palabras clave

- Investigación documental
- Investigación de mercados
- Maestría en Mercadotecnia
- Rediseño de contenidos
- Propuesta.

ABSTRACT

This project was developed in order to contribute with the improvement of the Armed Forces University ESPE Master Degree in Marketing Program. This includes a redesign and a proposal based on gathering opinions from the possible students, the former students and the organizations related to the industry. To reach this objective, the project was held in two phases: the first one, consisting in a tough research about marketing including its origins, perspectives, and contributions, to have a bird's eye view about marketing influence in the business' world. The second part, consisting in a market research focused in obtaining information from people who want to study the Program and the Organizations that are going to hire them when they obtain the mentioned degree. The market research led the project and finally came up with three decisions:

1. Delete one of the current contents,
2. Reorganize two of them,
3. Include two new contents to the program

In order to deliver qualified employees to the Organizations and satisfy students' educational needs and desires, the whole project could be considered as an option for the Program's Coordination and authorities, for changing the current promise and offer of the program, as it has been developed keeping the consistency of a course that is considered the best in the country.

Key words

- Documentary research
- Market research
- Marketing Master Degree
- Redesign
- Proposal