

RCD-062-DFCAGEI-UEB
Guaranda, marzo 4 del 2021

Señoras
Dra. Silvia Pacheco.-VICERRECTORA ACADÉMICA
Ing. Patricia León.- COORD. CARRERAS MARKETING/MERCADOTECNIA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Presente

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes doy a conocer a Ud. la resolución adoptada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática en la continuación de la sesión extraordinaria (02) vía video conferencia, realizada el **24 de febrero y 4 de marzo del 2021**, referente al **VEINTEAVO PUNTO.- Análisis y resolución del Plan de Fortalecimiento Carrera Mercadotecnia, 2021-2023, suscrito por Ing. Patricia León, Coordinadora Carreras Mark /Mercadotecnia**

Sobre la base del Plan de Fortalecimiento Carrera Mercadotecnia, 2021-2023, suscrito por Ing. Patricia León, Coordinadora Carreras Mark /Mercadotecnia. **R.C.D. No. 19.1. El Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e informática en uso de sus atribuciones RESUELVE: "APROBAR el Plan de Fortalecimiento Carrera Mercadotecnia, 2021-2023, suscrito por Ing. Patricia León, Coordinadora Carreras Marketing /Mercadotecnia".**

Atentamente,



Ing. Mónica Bonilla M.
DECANA

MB/lm.

Cc: Ing. Jorge Goyes. Director Planeamiento y Aseguramiento de la Calidad

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE MERCADOTECNIA



PLAN DE FORTALECIMIENTO
2021 - 2023

ING. MONICA BONILLA MANOBANDA
DECANA

ING. PATRICIA LEÓN MONAR
COORDINADORA DE CARRERA

Equipo Técnico:

Alarcón Quinatoa Gina, Ing.
Quizhpe Baculima Víctor Hugo, Ing.

Febrero, 2021

Índice

1. ANTECEDENTES	2
2. FILOSOFÍA INSTITUCIONAL DE LA IES.....	2
2.1 Universidad Estatal de Bolívar	2
2.2 Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática	2
2.3 Carrera de Mercadotecnia	3
3. INFORMACIÓN DE LA CARRERA	3
1.1. Datos Generales de la Carrera.....	3
1.2. Objetivo General.....	3
1.3. Objetivos Específicos.....	3
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARRERA.....	5
4.1. Definición de Estrategias	18
4.2. Relación Estrategias - Objetivos Institucionales	19
5. EVALUACIÓN INTERNA.....	20
6. CONCLUSIONES.....	20
7. BIBLIOGRAFÍA.....	20
8. ANEXOS	20

1. ANTECEDENTES

El 22 de octubre de 1977, con el auspicio económico del Consejo Provincial, la Universidad Estatal de Bolívar funciona como Extensión de la Universidad de Guayaquil, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Administración de Empresas Agroindustriales hasta el 15 de septiembre de 1983.

Finalmente, 20 de junio de 1989, mediante decreto No 32 del H. Congreso Nacional. El Presidente Constitucional de la República del Ecuador Dr. Rodrigo Borja Cevallos, firma el ejecútese el 29 de junio del mismo año y se publica en el Registro Oficial No 225, el 4 de julio de 1989, "la creación de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB), funcionando hasta la actualidad con cinco facultades.

Luego de cumplir este sueño Bolivarense al contar con un centro de estudios de Educación Superior, que se pone al servicio del desarrollo local y la sociedad en general, se crea la Facultad de Ciencias Administrativas por decisión de la Asamblea Universitaria realizada el 14 de julio de 1989. El proyecto de carrera de Mercadotecnia con Título de Licenciado/a en Mercadotecnia se legalizó ante el CES mediante resolución RPC-SO-251017 - 650414A01-No.425-2016 del 29 de junio de 2016.

La **carrera de Mercadotecnia** se aprueba en el Consejo de Educación Superior, mediante resolución RPC-SO-2S-1017-6S0414A01- No.42S-2016 en el año 2016, con el objetivo de formar profesionales humanistas y competentes en el área de la mercadotecnia, desarrollando herramientas de investigación, ciencia y tecnología que contribuyan a la solución de problemas del contexto, que afectan al desarrollo sustentable de los territorios y poblaciones contribuyendo al cambio en la matriz productiva, dando respuesta a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir pertinentes a la carrera.

Actualmente la carrera de Mercadotecnia, realizó cambios en el currículo que se fundamentan en los vertiginosos cambios del mercado, en el ámbito local, regional y nacional en donde lo prioritario no es comercializar lo que se produce, sino producir lo que el mercado en realidad necesita. La carrera pretende que los educandos al finalizar su carrera estén en capacidad de realizar investigación y análisis de mercados; identificar oportunidades de negocios; formular planes y estrategias de mercadotecnia; propiciando cambios sustentables, respetando la diversidad, la interculturalidad e inclusión en el marco del ejercicio ético de la profesión y en contribución al Plan Nacional de Desarrollo.

La carrera oferta un currículo con modalidad de estudio presencial, con grado de licenciatura, y nueve (9) períodos académicos; total de horas de la carrera 7200; número de horas por periodo académico 800; total de horas de prácticas pre profesionales 240; total de horas de vinculación con la sociedad 160; total de la unidad de titulación 400; Número de estudiantes por cohorte 30; número de asignaturas 54.

Para el período académico noviembre 2020 = marzo 2021 la carrera de Mercadotecnia cuenta con 169 estudiantes, distribuidos en 08 ciclos con un paralelo cada uno, en horario matutino y vespertino; todos los estudiantes han ingresado a la carrera en el marco de sus derechos de acceso y gratuidad a la educación superior.

2. FILOSOFÍA INSTITUCIONAL DE LA IES

2.1 Universidad Estatal de Bolívar

Misión: La Universidad Estatal de Bolívar forma profesionales competentes a través de sus funciones de docencia investigación y vinculación mediante un sistema de aseguramiento de la calidad que contribuyen al desarrollo local y nacional.

Visión: Al año 2025 la Universidad Estatal de Bolívar será una Institución de Educación Superior, con altos estándares de calidad, articulada a la sociedad, contribuyendo al desarrollo local y nacional.

2.2 Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática

Misión: Formamos profesionales competentes en Áreas Administrativas, Técnicas y de Servicios, con enfoque humanista, emprendedor e innovador para contribuir al desarrollo socio - económico del país.

Visión: Al 2021, seremos reconocidos como Facultad competitiva en la formación de profesionales en Áreas Administrativas, Técnicas y de Servicios, mediante:

- Participación en redes de cooperación nacionales y/o internacionales.
- Procesos de investigación y de vinculación con la sociedad.
- Talento humano calificado y comprometido
- Tecnología de vanguardia y,
- Calidad en el servicio

2.3 Carrera de Mercadotecnia

Misión: “Formamos profesionales en Mercadotecnia competentes, emprendedores, creativos y humanistas, mediante el mejoramiento continuo en la academia e investigación científica para la solución de los problemas del contexto”

Visión: “Al 2025 la Carrera de Mercadotecnia logrará reconocimiento en la formación de excelentes Mercadólogos, mediante la implementación de procesos de mejoramiento continuo, fortalecimiento del perfil profesional de sus docentes y ejecución de proyectos para el desarrollo de la sociedad”

3. INFORMACIÓN DE LA CARRERA

1.1. Datos Generales de la Carrera

Nombre completo de la carrera:	Mercadotecnia	
Título que otorga la carrera:	Licenciatura en Mercadotecnia	
Duración de la carrera:	Número de créditos:	180
	Número de Horas:	7200
	Número de Semestres:	9
Tipo de sede en que se imparte la carrera:	Matriz	
Datos específicos de la carrera:	Modalidad Presencial	

1.2. Objetivo General

Formar profesionales humanistas y competentes en el área de la mercadotecnia, desarrollando herramientas de investigación, ciencia y tecnología que contribuyan a la solución de problemas del contexto, que afectan al desarrollo sustentable de los territorios y poblaciones contribuyendo al cambio en la matriz productiva, dando respuesta a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir pertinentes a la carrera.

1.3. Objetivos Específicos

- **Al conocimiento y los saberes.** - Formar de manera integral licenciados en mercadotecnia para el desarrollo de competencias profesionales e investigativas con habilidades para realizar análisis de mercados, identificar oportunidades de negocios, mejorando procesos metodológicos para el diagnóstico, recopilación de información, análisis, síntesis, interpretación y presentación de resultados. Integrar los conocimientos, saberes y aprendizajes de carácter multi y trans disciplinarios, generadores de competencias orientados a la capacidad de formular, rediseñar metodologías y herramientas de mercadotecnia, para la generación de conocimiento académico, perfeccionando el pensamiento crítico y reflexivo.
- **A la pertinencia.** - Formular planes y estrategias de mercadotecnia aplicando herramientas de investigación, ciencia y tecnología que contribuyan a la solución de problemas del contexto, que afectan al desarrollo sustentable de los territorios y poblaciones contribuyendo al cambio en la matriz productiva y a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir pertinentes a la carrera

- **A los aprendizajes.** - Asegurar condiciones de ambiente y aprendizaje, mediante un proceso académico integral, sustentado en el horizonte epistemológico del conectivismo y apoyado en la tecnología de información y comunicación para asegurar la formación holística-profesional del licenciado en mercadotecnia, a fin de contextualizar los conocimientos y saberes de la educación formal con la necesidades y exigencias del ejercicio laboral, que permita una vinculación participativa con la sociedad.
- **A la ciudadanía integral.** - Incorporar valores y principios en el ejercicio de la profesión que le permita participar en forma positiva e integradora en la transformación social y el desarrollo nacional, respetando la diversidad, la interculturalidad y el Buen Vivir.

Perfil de ingreso de la carrera

El estudiante al ingresar a la carrera de Mercadotecnia deberá poseer las siguientes competencias genéricas:

- **Matemáticas:** Conocimientos a nivel de Bachilleres derivación, diferenciación, límites, funciones, series, cálculo integral, probabilidades, estadística.
- **Estadística:** Conocimientos a nivel de Bachilleres: calculo vectorial, cinemática, dinámica del punto material y de los sistemas de partículas, dinámica de la rotación de solidos rígidos, teoría de campos, movimientos, campo magnético e inducción electromagnética, naturaleza de la luz, física nuclear.
- **Dibujo:** Conocimientos a nivel de Bachilleres: sistemas diédricos, isométricos, cónicos, trazados geométricos, homologación y normalización.
- **Informática:** Aplicaciones informáticas básicas.

Aptitudes y Capacidades Básicas

- **Razonamiento numérico:** Habilidades, rapidez, y exactitud para el cálculo, para manipular cifras y resolver problemas cuantificables.
- **Razonamiento espacial:** Capacidad para imaginarse volúmenes y superficies en tres y dos dimensiones. Habilidad para interpretar gráficos y mapas.
- **Razonamiento lógico:** Capacidad para entender la relación entre los hechos y encontrar las causas que los produjeron, prever consecuencias y así poder resolver problemas de una manera coherente.
- **Razonamiento abstracto:** Facilidad para extraer datos de entrada y salida de una situación problemática e imaginar soluciones. Capacidad de observación y de percibir detalles de objetos, fenómenos o sucesos, determinando singularidad y apreciando diferencias
- **Capacidad de percepción:** Capacidad para adquirir conocimiento del mundo que nos rodea por medio de las impresiones que transmite los sentidos. Percepción visual de formas y detalles de distintas distancias y espacios.
- **Capacidad de atención y concentración:** Capacidad de centrar la atención voluntariamente sobre un objeto o una actividad que se está realizando dejando fuera del proceso, hechos que ocurren alrededor como sonido y ruidos del ambiente.

Personalidad

Aunque el estudiante que ingresa a la Universidad posee su propia personalidad, es conveniente que posea algunas cualidades como:

- **Abierto:** Dispuesto a cooperar, le gustan las tareas que exigen contactos con la gente y la relación social y que exigen trabajo en equipo, poco temeroso de las críticas y puede llegar a ser excelente negociador.
- **Líder:** Muy seguro de sí mismo, de mentalidad independiente, le gusta el protagonismo, y dirigir un grupo.
- **Responsables:** Preparado para hacer las cosas, centrado en el trabajo, perseverantes en la hora de responder ante grandes retos dispuestos a afrontar diversas situaciones del entorno.

- **Pragmático:** Centrado en los problemas prácticos, sereno en la toma de decisiones frente a situaciones de emergencias.
- **Dinámico:** Emprendedor, luchador con curiosidad por los nuevos avances, dispuesto a la acción.
- Aprobar el respectivo ciclo de nivelación o que haya superado las pruebas de admisión de acuerdo al reglamento vigente de la Universidad Estatal de Bolívar

Perfil de egreso de la carrera

El licenciado en mercadotecnia, egresado de la Carrera de Mercadotecnia posee los conocimientos necesarios para realizar un análisis crítico de los mercados y sus impactos sociales y económicos mediante la cuantificación y modelación matemática, e interpretar los fenómenos sociales, culturales, económicos, administrativos y comerciales y desarrollar la toma de decisiones gerenciales basadas en datos cuantitativos, logrado la interrelación de principios y generalizaciones del conocimiento y actividades prácticas para contextualizar y aplicar la planificación políticas, estrategias, disposiciones, procedimientos, procesos y modelos destinadas a la administración, comercialización privada y asociativa alcanzando la perfección de las capacidades del pensamiento abstracto en los procesos de planificación de toma de decisiones para potenciar el beneficio social y grupal, asegurando el dominio de métodos de inteligencia de mercado para generar la información que favorezca la toma de decisiones y así fomentar las capacidades de desarrollo territorial sustentable y sostenido que permita un cambio estructural en los ámbitos: social, económico, cultural, demográfico e industrial de las diferentes zonas geográficas, a fin de mejorar las condiciones de vida de las comunidades que las habitan.

El dominio de los saberes necesarios para la formación profesional en la Mercadotecnia se puede sintetizar en:

- Investiga los mercados e interpreta las necesidades y el comportamiento del consumidor y de los agentes económicos vinculados con las empresas
- Planifica, modela, implementa y controla la comercialización de productos de bienes y/o servicios de cualquier organización.
- Desarrolla a profundidad los fundamentos conceptuales de la mercadotecnia
- Propone soluciones a situaciones problemáticas aplicando el razonamiento lógico-matemático
- Responde científicamente a preguntas de investigación a través del uso de herramientas metodológicas.
- Comprende textos orales y escritos variados que se requieren en la vida académica universitaria y posteriormente en su vida profesional.
- Produce discursos y narrativa académicas y científicas.

Datos Administrativos del Coordinador de la carrera

Nombres y Apellidos: Patricia de Lourdes León Monar

Correo electrónico: pleon@ueb.edu.ec

Teléfono / Celular: 0986268194

Datos responsables del plan de fortalecimiento de la carrera

Nombres y Apellidos: Ing. Patricia León, Ing. Víctor Hugo Quizhpe, Ing. Gina Alarcón

Correo electrónico: pleon@ueb.edu.ec, vquizhpe@ueb.edu.ec, galarco@ueb.edu.ec

Teléfono / Celular: 0986268194, 0998063033, 0999370036.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CARRERA

En octubre del año 2010 bajo la Ley Orgánica de Educación Superior, el CEAACES y el CES dan inicio a los procesos de evaluación instituciones en las universidades del Ecuador, con el propósito de reestructurar el sistema de Educación Superior y orientarlo a alcanzar una educación de excelencia,

establecieron que todas las universidades debían someterse al proceso de acreditación para tener una re categorización, dentro del esquema de instituciones de educación superior.

El compromiso de la Educación Superior debe ajustarse al enfoque del modelo de evaluación del CACES, que busca fortalecer procesos internos y continuos de las IES, auto reflexivos y de construcción colectiva de la cultura de la calidad, tal como lo señala el **art. 93** de la LOES 2018. El CACES aprobó la “Política de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas en el marco del Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior”. La Política de Evaluación Institucional del CACES, coloca como eje central el aseguramiento de la calidad, por otro lado, lo que determina la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) es un proceso obligatorio y que la ausencia de ciertos estándares puede comprometer seriamente las funciones sustantivas del sistema de educación superior y su impacto en la sociedad ecuatoriana. Mientras que en el **Art. 94-** Sistema Interinstitucional de Aseguramiento de la Calidad. - Tiene por objeto garantizar el efectivo cumplimiento del principio de calidad consagrado en la Constitución y en la presente ley, intervendrán como principales actores de este Sistema el Consejo de Educación Superior, el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior y las Instituciones de Educación Superior. Este sistema se sustentará principalmente en la autoevaluación permanente que las instituciones de educación superior realizan sobre el cumplimiento de sus propósitos. El Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior acreditará a las instituciones de educación superior, carreras y programas conforme lo establecido en esta Ley y el Reglamento que se expida para el efecto. El Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior planificará y coordinará la operación del Sistema de Aseguramiento de la Calidad; sus decisiones en esta materia son de obligatorio cumplimiento para todos los organismos e instituciones que integran el Sistema de Educación Superior y en el **Art. 99** establece que la “Autoevaluación es el riguroso proceso de análisis que una institución realiza sobre la totalidad de sus actividades institucionales o de una carrera, programa o posgrado específico, con amplia participación de sus integrantes, a través de un análisis crítico y un diálogo reflexivo, a fin de superar los obstáculos existentes y considerar los logros alcanzados, para mejorar la eficiencia institucional y mejorar la calidad académica” (p. 18).

El CEAACES mediante resolución N° 110-CEAACES-SO-13-2014 de fecha 18 de julio de 2014, expide el Reglamento para los procesos de Autoevaluación de la Instituciones, Carreras y Programas del Sistema de Educación Superior.

El Art. 6 del Reglamento para los procesos de Autoevaluación de la Instituciones, Carreras y Programas del Sistema de Educación Superior determina que “Las instituciones de Educación Superior deberán realizar el proceso de autoevaluación institucional, de carreras o de programas de posgrado, de manera continua y sistemática” (p.3).

El CEAACES con fecha 3 de septiembre de 2014, aprueba el instructivo para la presentación del informe de Autoevaluación Institucional, Carreras o Programas para Universidades y Escuelas Politécnicas del sistema de Educación Superior, según resolución N° 130-CEAACES-SE-17-2014.

En este Marco Legal y Projectivo de la Carrera, la Universidad Estatal de Bolívar, a través de las Facultades designan a docentes que integren los comités internos encargados para la recolección de la información según los Criterios, Subcriterios e Indicadores establecidos en el Modelo Genérico de Evaluación, mismos que realizan la evaluación de la mencionada carrera notándose como una fuerte debilidad en la proporción de la información así como la generación de la misma.

La carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar fue evaluada en el año 2020 por pares evaluadores de la Universidad, los parámetros de calificación utilizados fueron plantillas docentes, laboratorios, proceso de investigación y vinculación etc. La carrera está en proceso de acreditación y el plan de mejoramiento permitirá dar cumplimiento con los indicadores de calidad que exige el CACES.

En base a los resultados del proceso de evaluación de la carrera de Mercadotecnia se establece un análisis crítico de los documentos que se evidenciaron, no poseía el grado de madurez según el análisis del comité evaluador, tanto en el entorno y resultado del aprendizaje, de acuerdo con la normativa para

la evaluación de carreras de interés público, con el objeto de identificar las fortalezas y las necesidades de mejora de la carrera, para impulsar su calidad y garantizar desde ahora y hacia el futuro la formación de profesionales en mercadotecnia, cuenten con una educación de excelencia, que les proporcione los conocimientos necesarios, el desarrollo de destrezas, habilidades, desempeños y de esta manera dar solución a los problemáticas del entorno local, nacional y regionales.

Los criterios que fueron evaluados en la carrera de Mercadotecnia, es mediante el Modelo Genérico de Evaluación del entorno de aprendizaje con la última actualización diciembre 2017, con (31) estándares de calidad, (20) de ellos son cualitativos, y 11 cuantitativos. Los estándares cualitativos se desagregan, en (125) elementos fundamentales, para el caso de los estándares cuantitativos corresponde a (10) elementos fundamentales, cada uno de ellos fueron analizados, evidenciados en el proceso de evaluación dándonos una calificación en el periodo 2019-2020 de: **47.50** en una escala de 100 puntos, identificando a su vez las fortalezas y debilidades que mencionamos a continuación.

Debilidades y Fortalezas de los Criterios de Evaluación

CRITERIOS	DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>PERTINENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> No se evidencia que la carrera difunde y socializa los resultados de los procesos de autoevaluación y evaluación externa a la comunidad académica. y define estrategias de mejoramiento con la participación de actores clave del cuerpo académico y estudiantes No se evidencia que las autoridades académicas de la carrera demuestran que la gestión del aseguramiento interno de la calidad se sustenta en evidencia empírica, tales como: los resultados de los procesos implementados (como la autoevaluación) y los insumos disponibles en los sistemas institucionales de información No se evidencia los objetivos, actividades y resultados de los proyectos de vinculación tienen un enfoque académico, demostrando el impacto que la carrera puede tener en su contexto. No se evidencia que la carrera demuestra que puede evaluar si los resultados de los proyectos de vinculación con la sociedad fueron los esperados e incluyeron en la población objetivo de acuerdo a los objetivos de la vinculación. No se evidencia que los proyectos de vinculación con la sociedad, en los que participan estudiantes, contribuyen al desarrollo de los resultados de aprendizaje esperados. 	<ul style="list-style-type: none"> Se evidencia moderadamente que existen mecanismos y procedimientos que permiten la evaluación periódica el impacto de la carrera de su misión y visión y objetivos, así como también el análisis de las necesidades del contexto laboral, académico y social Se evidencia moderadamente que las autoridades académicas de la carrera planifican, en el corto y mediano plazo para alcanzar los objetivos estratégicos, en función de la misión y la visión de la carrera y de la institución. Se evidencia moderadamente que la unidad académica carrera ha definido mecanismos y procesos para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje de los estudiantes. Se evidencia moderadamente que el aseguramiento interno de la calidad repercute en la formulación de estrategias para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje a lo largo de toda la planificación académica. Se evidencia mínimamente que la carrera demuestra que está en la capacidad de interrelacionar y articular los proyectos de vinculación con la sociedad con las actividades de docencia y con la investigación expresada en los diferentes proyectos y/o programas. Se evidencia mínimamente que la planificación es construida con mecanismos, actores y procedimientos que contribuyen a alcanzar la misión y la visión de la carrera Se evidencia mínimamente que la carrera de muestra que apoya y motiva la participación efectiva de los estudiantes y profesores en los procesos de autoevaluación de la calidad, evaluación externa y acreditación, a través de mecanismos que posibilitan que sus propuestas sean tomadas en cuenta, para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje esperados. Se evidencia mínimamente que los resultados de los procesos de autoevaluación en los que participan estudiantes son analizados e incluidos en estrategias para el mejoramiento de la carrera/unidad/institución.

<p>ORGANIZACIÓN Y RECURSOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No se evidencia que el equipo que gestiona los procesos académicos ha definido, a través de un mecanismo de participación de la comunidad académica, los procesos académicos sustantivos para garantizar la calidad de la educación superior, en el marco de una misión, visión objetivos estratégicos y resultados esperados • No se evidencia los procesos académicos que se gestionan en la carrera están sustentados en la autoevaluación de la calidad de la educación, en la normativa vigente y su misión y visión. • No se evidencia que los procesos académicos se implementan a través de mecanismos, procedimientos y sistema acorde para alcanzar los objetivos planteados para cada proceso y en su conjunto; y se evalúan, monitorean y generan resultados empíricos que apoyan las decisiones. • No se evidencia que la carrera demuestra que la gestión de los procesos académicos contribuye al aseguramiento interno de la calidad de la educación en la carrera. • No se evidencia que la carrera recibe retroalimentación y utiliza los resultados del sistema de seguimiento a graduados para analizar las experiencias favorables durante la formación académica de los estudiantes, y los aspectos que requieren mejorar o modificar, en particular, aquellos enfocados en el perfil del egresado y el plan de estudios. • No se evidencia que la carrera ha definido e implementar mecanismos y canales de comunicación con estudiantes regulares y egresados para difundir los resultados del seguimiento a graduados y las estrategias relacionadas con la mejora de la calidad de la educación en la carrera, derivadas de su análisis. • No se evidencia que el seguimiento a graduados permite que las autoridades académicas de la carrera tomen decisiones encaminadas al mejoramiento del currículo, la efectividad en la inserción profesional y prestigio de la institución en los ámbitos académicos y profesionales. • No se evidencia que los mecanismos de selección de estudiantes respetan el principio de igualdad de oportunidades y permiten el cumplimiento de los reglamentos y normativas del sistema de educación superior. • No se evidencia que las políticas de admisión han sido socializadas con los departamentos y unidades académicas de la institución relacionados con la carrera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se evidencia moderadamente que el seguimiento a graduados forma parte de los procesos académicos implementados por la carrera, y contribuye a determinar los aspectos que la carrera requiere mejorar para incrementar su impacto en el contexto, en aspectos tales como: empleabilidad, estudios de posgrado y prestigio de la carrera en el contexto.
---------------------------------------	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • No se evidencia que la carrera genera capacitaciones periódicas a estudiantes y profesores sobre el manejo de. Bases de datos virtuales, búsquedas en la web y los sistemas bibliográficos de la institución, en particular en los procesos de inducción, titulación y participación en concursos de proyectos de investigación. • No se evidencia que la gestión de los recursos bibliográficos permite la disponibilidad y el acceso, física o de manera virtual; a la producción científica de los profesores, los trabajos de investigación y titulación de estudiantes, y las lecturas obligatorias y complementarias establecidas en los sílabos del plan de estudios de la carrera. • No se evidencia que los recursos bibliográficos que la carrera plantea en los sílabos de las asignaturas son suficientes, adecuados, pertinentes y vigentes, por lo que contribuyen positivamente al proceso de aprendizaje. • No se evidencia que la calidad de los recursos bibliográficos es evaluada periódicamente por la carrera y sus resultados contribuyen a integrar las fuentes bibliográficas, bibliotecas físicas o digitales, en las actividades de profesores y estudiantes • No presenta información sobre los ambientes de aprendizaje práctico • No se evidencia que el entorno virtual de aprendizaje (EVEA) permite que los actores involucrados en el uso de los recursos relacionados con la educación a distancia o en línea puedan aprovechar las potencialidades de la plataforma elegida. • Se evidencia mínimamente que el EVEA está constituido por tecnologías digitales, hospedado en la red y se puede tener acceso remoto a sus contenidos a través de algún tipo de dispositivo con conexión a Internet. • No se evidencia que las aplicaciones o programas informáticos que conforman el EVEA sirven de soporte para las actividades formativas de profesores y alumnos. • No se evidencia que el entorno virtual de aprendizaje ha sido evaluado periódicamente, reflejando que resulta útil y adecuado para los actores involucrados, profesores y estudiantes. • No se evidencia que el EVEA permite la creación y gestión de los espacios de enseñanza y aprendizaje en la red, donde los profesores y los alumnos puedan interaccionar durante su proceso de formación. • No se evidencia que el EVEA combina herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica para la gestión de los materiales de aprendizaje de los actores relevantes incluidos en sistemas de seguimiento y en 	
--	--	--

	<p>particular, la evaluación del progreso de los estudiantes, ofreciendo soporte tecnológico desde un enfoque didáctico para optimizar distintas fases del proceso de enseñanza y aprendizaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> No se evidencia que el EVEA refuerza y contribuye positivamente a la interacción en la educación en modalidades a distancia o en línea; a través de los medios digitales se presentan propuestas pedagógicas que propicien el aprendizaje significativo. 	
<p>PROFESORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> Se presenta información incompleta o ausente para el cálculo de los indicadores de este criterio. No se evidencia la presentación de la información relacionada con la composición del cuerpo académico No se evidencia mínimamente que, las líneas de investigación relacionadas con la producción científica de los profesores con dedicación a la carrera son coherentes con la pertinencia No se evidencia que, la carrera aplica políticas, mecanismos y procedimientos para la evaluación integral del personal académico, así como el marco normativo vigente del sistema de educación superior. No se evidencia la evaluación del personal académico participan actores claves como: autoridades, profesores, pares académicos y estudiantes, incluida una instancia de apoyo a la gestión de los elementos técnicos y/o tecnológicos del proceso de evaluación. No se evidencia que la carrera evidencia que la evaluación integral del cuerpo académico se aplica al menos una evaluación por periodo académico, y que se evidencie el uso de los resultados para la toma de decisiones. No se evidencia los resultados de la evaluación docente en la planificación de la formación docente y la actualización científica y pedagógica del personal académico. No se evidencia que la evaluación integral del cuerpo académico se realiza de acuerdo al tiempo de dedicación (tiempo parcial, medio tiempo o tiempo completo) y a las actividades establecidas en el marco de la normativa del sistema de educación superior, docencia, investigación y gestión. No se evidencia los resultados de la evaluación son utilizados para analizar, la efectividad de las actividades de docencia, los resultados son difundidos a la comunidad académica, se elaboran estrategias para mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje. 	<ul style="list-style-type: none"> Se evidencia mínimamente que, la conformación de grupos de investigación que siguen parámetros académicos definidos por la propia institución que consideran de diversidad en la formación académica y experiencia en investigación de sus integrantes, la inclusión de futuros investigadores (estudiantes de doctorado, maestrías o equivalentes y estudiantes de grado que participan en proyectos de investigación), así como la relación de los grupos con las redes de investigación que ha establecido la institución y participación de investigadores de la IES y externos. Se evidencia mínimamente que, los grupos de investigación contribuyen al desarrollo de la investigación formativa y a la integración con un currículo de la carrera y los proyectos de vinculación con la sociedad. Se evidencia mínimamente que, los profesores con titularidad que forman parte de los grupos activos de investigación han realizado al menos una publicación o se encuentran desarrollando un proyecto de investigación durante el último año de acuerdo a las líneas de investigación relacionadas con la carrera. Se evidencia mínimamente que, la unidad académica que hace investigación a la que pertenece la carrera cuenta con líneas de investigación estructuradas sobre la base de grupos de investigación. Se evidencia mínimamente que, las líneas de investigación permiten articular los resultados, proyectos y actividad investigadora del personal académico con dedicación a la carrera. Se evidencia mínimamente que, las líneas de investigación relacionadas con la producción científica de los profesores con dedicación a la carrera son coherentes con el currículo de la carrera. Se evidencia mínimamente que, las líneas de investigación relacionadas con la producción científica de los profesores con

	<ul style="list-style-type: none"> No se evidencia que la carrera demuestra el interés de difundir, con rigor y transparencia, el diseño e implementación de la evaluación integral del cuerpo académico No se evidencia información sobre la Producción científica en revistas indexadas (Producción científica en revistas indexadas de impacto mundial) No se evidencia información sobre la Producción científica en revistas indexadas de impacto regional No se evidencia información sobre los Libros y/o capítulos revisados por pares) 	<p>dedicación a la carrera son coherentes con el contexto local, nacional, regional o mundial</p> <ul style="list-style-type: none"> Se evidencia mínimamente que, las líneas de investigación relacionadas con la producción científica de los profesores con dedicación a la carrera se articulan a los mecanismos de titulación de los estudiantes. Se evidencia mínimamente que, las líneas de investigación y políticas de gestión de los recursos para la investigación responden a los proyectos de investigación relacionados con la carrera o la unidad académica que integra la carrera y se recogen en la planificación estratégica institucional.
<p>CURRICULO</p>	<ul style="list-style-type: none"> No se evidencia que el perfil de egreso incorpora las teorías y los avances del campo disciplinar, así como las necesidades del entorno identificadas en los estudios de estado actual y prospectivo. No se evidencia que existe un proceso de revisión/actualización del plan de estudios que consideran la participación de académicos internos y/o externos a la Carrera. No se evidencia que en el diseño/actualización del plan de estudios se introduce la generación del conocimiento y los resultados de investigación del personal académico, con dedicación a la Carrera, a fines a las líneas de investigación correspondientes con el campo o área de conocimiento de estudio, para el desarrollo de los resultados de aprendizaje esperados. No se evidencia que, el sistema de tutorías académicas considera las funciones y responsabilidades de los actores involucrados, se retroalimenta de estrategias de acción tutorial y es consistente con la planificación académica de las/los profesores. No se evidencia que, la carrera aplica estrategias de acción tutorial y garantiza que, durante los periodos académicos ordinarios, las/los profesores asignados a tutorías académicas, planifiquen y socialicen a las/los estudiantes el horario destinado para actividades de orientación y asesoría académica. 	<ul style="list-style-type: none"> Se evidencia moderadamente que el proceso de elaboración/actualización del perfil de egreso considera la misión y objetivos de la Carrera, el estudio de la profesión, así como los perfiles profesionales consultados; además, incluye la participación de actores relevantes en su revisión y validación; en particular: expertos académicos externos, organizaciones científicas o profesionales y los empleadores. Se evidencia moderadamente que el perfil de egreso justifica los énfasis planteados en la formación académica de sus estudiantes, tomando como referencia al estudio de la profesión a nivel nacional y mundial, así como la misión y visión de la Carrera y el modelo educativo de la institución. Se evidencia moderadamente que el perfil de egreso está sistemáticamente relacionado con el plan de estudios y la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos retroalimentan al currículo. Se evidencia mínimamente que el perfil de egreso ha considerado los resultados de aprendizaje en el ámbito de los dominios: teóricos (teorías, leyes, sistemas conceptuales), metodológicos (métodos, procesos y procedimientos propios de la profesión) y técnicos instrumentales (técnicas e instrumentos), de tal manera que posibiliten el desarrollo de los resultados de aprendizaje esperados de las/los estudiantes. Se evidencia mínimamente que existen mecanismos de difusión del perfil de egreso a la comunidad académica y a la sociedad; y el perfil de egreso orienta a los estudiantes sobre su formación académica.

		<ul style="list-style-type: none">• Se evidencia mínimamente que el plan de estudios esta sistemáticamente alineado con los objetivos de la Carrera, las líneas de investigación vigentes, y con los resultados de aprendizaje esperados en el perfil de egreso• Se evidencia mínimamente que, el plan de estudios considera las adaptaciones curriculares y estrategias pedagógicas que permite atender las dificultades de aprendizaje, las necesidades educativas y las necesidades educativas especiales que puedan presentar las/los estudiantes, guiadas por principios de normalización, individualización e inclusión."• Se evidencia mínimamente que, la planificación microcurricular está disponible de manera permanente para estudiantes y profesores de la Carrera.• Se evidencia moderadamente que los programas de estudio de asignaturas consideran la interrelación de la teoría, la práctica y la investigación, y se evidencian en la Planificación microcurricular.• Se evidencia mínimamente que, las tutorías académicas son consistentes con las estrategias definidas por la Carrera para que las/los estudiantes alcancen los resultados de aprendizaje esperados.• Se evidencia moderadamente que, las actividades de docencia complementarias a las tutorías académicas de las/los profesores guardan una relación consistente con la planificación de las actividades de vinculación con la sociedad e investigación.• Se evidencia mínimamente que, la Carrera puede evidenciar que las tutorías académicas tienen un impacto positivo en el desempeño de las/los estudiantes, a través de las evaluaciones en el proceso de enseñanza aprendizaje.• Se evidencia moderadamente que, la evaluación en el proceso de enseñanza-aprendizaje está considerada en el marco normativo de la institución, y permite implementar políticas, mecanismos y procedimientos para el seguimiento y monitorización del avance del aprendizaje de las/los estudiantes.• Se evidencia mínimamente que, la evaluación en el proceso de enseñanza - aprendizaje permite medir el avance en los resultados de aprendizaje de acuerdo a la planificación microcurricular, y
--	--	--

		<p>considera las competencias necesarias del cuerpo académico para evaluar el aprendizaje y los recursos utilizados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se evidencia moderadamente que, los instrumentos, procedimientos de medición y el análisis sistémico de los resultados de las evaluaciones en el proceso de enseñanza aprendizaje son elaborados y revisados por profesores con dedicación a la carrera. • Se evidencia moderadamente que, la Carrera implementa políticas para garantizar que los resultados de la evaluación en el proceso de enseñanza-aprendizaje permita establecer medidas pedagógicas y mecanismos sistemáticos en asignaturas en las que las/los estudiantes demuestren rendimientos insuficientes. • Se evidencia moderadamente que, la Carrera gestiona la documentación sobre la evaluación del aprendizaje de las/los estudiantes, sistemáticamente, durante toda su formación académica.
<p>ESTUDIANTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No se evidencia la articulación de la carrera o unidad académica implementa o garantiza la implementación de las políticas de bienestar universitario para la comunidad académica y administrativa que la integra. • No se evidencia la articulación de que la carrera garantiza que sus estudiantes accedan a los servicios de bienestar universitario de la unidad o instancia institucional correspondiente, y ha definido mecanismos para dar seguimiento a estudiantes en situaciones que violentan sus derechos estudiantiles. • No se evidencia la articulación de la unidad académica o carrera demuestra definir políticas de admisión y nivelación, titulación y los mecanismos del sistema de becas considerando la participación de la unidad o instancia institucional de bienestar universitario. • No se evidencia la articulación de los estudiantes de la carrera se beneficien de las políticas de bienestar universitario y de los servicios de bienestar universitario, así como de los programas y/o proyectos que ha implementado la unidad o instancia de bienestar universitario. • No se evidencia que, la carrera cuenta con mecanismos de reconocimiento de las condiciones socioeconómicas de estudiantes, cuyos resultados se articulan a la toma de decisiones sobre la asignación de becas, estipendios y ayudas financieras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se evidencia moderadamente que, el sistema de becas de la institución de educación superior se basa en una normativa interna de la institución y cuenta con actores, mecanismos y procedimientos claramente definidos • Se evidencia mínimamente que la asignación de becas, estipendios, descuentos o apoyos financieros se basa en una normativa interna, así como en el establecimiento y la implementación de mecanismos en los que participa la unidad o instancia institucional de bienestar universitario. • Se evidencia mínimamente que la carrera articula mecanismos y procesos con las políticas institucionales de bienestar universitario para que sus estudiantes accedan a créditos, becas, ayudas económicas y concursos para becas de movilidad estudiantil, en correspondencia con las políticas de acción afirmativa y la normativa vigente

Fuente: Informe de evaluación DPAC 2020



Autoevaluación de Variables Cuanti-Cualitativas

Subcriterios dados por el Departamento de Evaluación Institucional

CUALITATIVO	CUANTITATIVO
Altamente Satisfactorio	1
Satisfactorio	0,70
Poco Satisfactorio	0,35
Deficiente	0

Subcriterios utilizados en la Autoevaluación de la Carrera

CUALITATIVO	CUANTITATIVO	EVIDENCIAS
Altamente Satisfactorio	1	Completo
Satisfactorio	0,70	Legalizar
Poco Satisfactorio	0,35	Imprimir y Legalizar
Deficiente	0	No existe documentación

A continuación, se presentan en síntesis los datos obtenidos en el proceso de evaluación interna de la carrera:

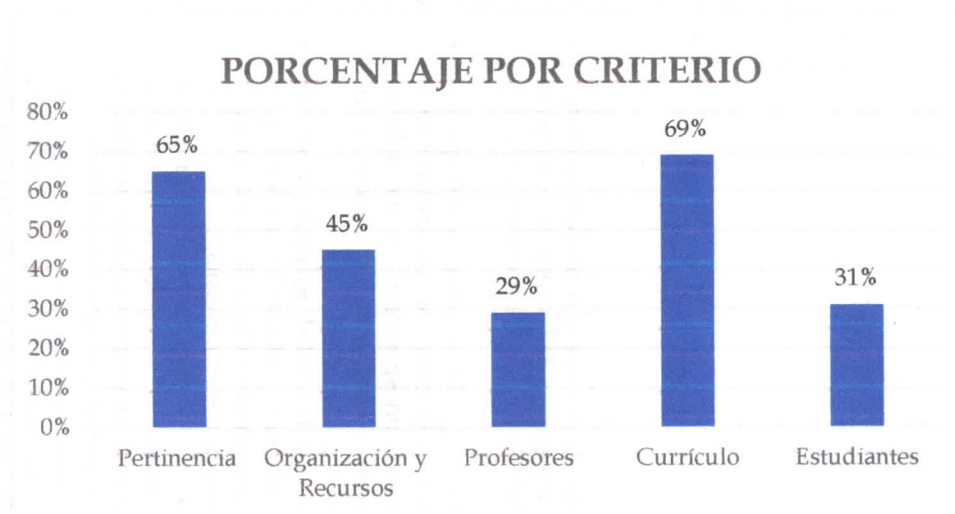


Gráfico N° 01: Resultados por Criterios

Fuente: Informe de Autoevaluación de la Carrera de Mercadotecnia, octubre 2020.

En lo que respecta al criterio de pertinencia se puede observar un 65% de cumplimiento en el adecuado manejo de los procesos en la unidad académica y en el proceso de planificación para poder establecer los objetivos y propósitos coherentes con la misión y visión de la carrera y con el marco institucional, teniendo que mejorar en la difusión y socialización de los resultados de los procesos de auto evolución y en los objetivos, actividades y resultados de los proyectos de vinculación dando a conocer el enfoque académico, demostrando el impacto que la carrera puede tener en su contexto, en Organización y Recursos se obtuvo el 45% debido a que no se evidencia los procesos académicos que se gestionan en la carrera y la inexistencia de mecanismos y canales de comunicación con estudiantes regulares y egresados para difundir los resultados del seguimiento a graduados y las estrategias relacionadas con la mejora de la calidad de la educación en la carrera, derivadas de su análisis, mientras que en el criterio Profesores se puede observar un 29 % de cumplimiento debido a que no se pudo evidenciar que la carrera aplica políticas, mecanismos y procedimientos para la evaluación integral del personal académico, así como el marco normativo vigente del sistema de educación superior y la respectiva evaluación del personal académico que participan los diferentes

actores claves tales como: autoridades, profesores, pares académicos y estudiantes, incluida una instancia de apoyo a la gestión de los elementos técnicos y/o tecnológicos del proceso de evaluación, en currículo se obtuvo el 69% de cumplimiento debido a que no se pudo evidenciar que existan procesos de revisión/actualización del plan de estudios que consideren la participación de académicos internos y/o externos a la Carrera y la inexistencia de un sistema de tutorías académicas donde se considere las funciones y responsabilidades de los actores involucrados, la falta de actualización de estrategias de acción tutorial con la planificación académica de las/los profesores la aplica estrategias de acción tutorial y garantiza que, durante los periodos académicos ordinarios, las/los profesores asignados a tutorías académicas, planifiquen y socialicen a las/los estudiantes el horario destinado para actividades de orientación y asesoría académica, y en estudiantes se obtuvo el 31% de cumplimiento debido a que no se pudo evidencia la articulación de los estudiantes de la carrera que se benefician de las políticas de bienestar universitario y de los servicios de bienestar universitario, así como de los programas y/o proyectos que ha implementado la unidad o instancia de bienestar universitario y de los diferentes mecanismos de reconocimiento de las condiciones socioeconómicas de estudiantes, cuyos resultados se articulan a la toma de decisiones sobre la asignación de becas, estipendios y ayudas financieras.

Evaluación General de la Carrera de Mercadotecnia

La calificación global del 47.50 en una escala de 100 puntos siendo su equivalente POCO SATISFACTORIO siendo preocupante para la carrera, ante lo cual las autoridades de la facultad y la coordinación de carrera deben tomar acciones y decisiones inmediatas, mediatas con la finalidad de realizar la mejora significativa de los SUBCRITERIOS de evaluación y así cumplir con cada uno de los estándares ante los evaluadores del CACES.

Informe de Demanda de las Carreras de la UEB.

En el informe de la Demanda de las Carreras de la UEB realizado por la Dirección de Gestión Académica determina lo siguiente:

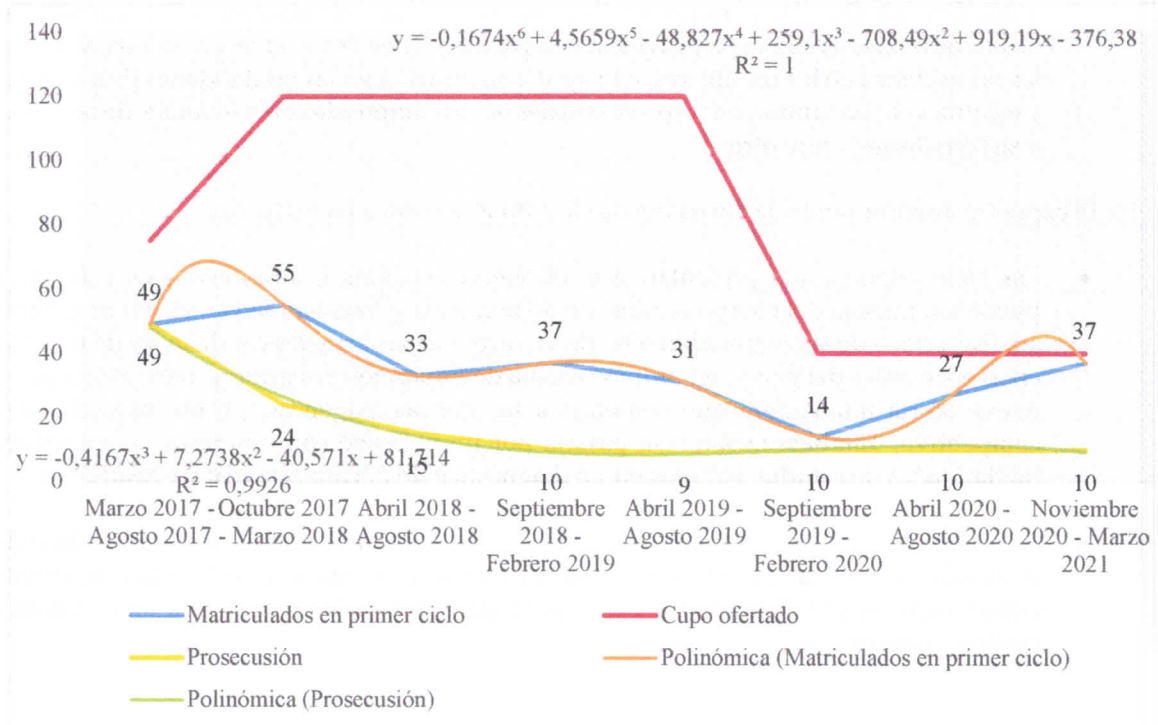


Gráfico N° 01: Diagnóstico de la Matrícula Carrera de Mercadotecnia - UEB.

Elaborado por: Dirección de Planeamiento y Aseguramiento de la Calidad - UEB, 2021.

En el Gráfico N° 01 se muestra el comportamiento de las actuales cohortes de la carrera Mercadotecnia, la línea titulada "Matriculados en primer ciclo" representa el número de estudiantes que ingresaron en cada cohorte iniciada, para su proyección se utilizó una interpolación polinómica de grado 6 por el comportamiento de los datos, se muestra en la parte superior la ecuación que describe esta conducta de los datos, la proyección posee un coeficiente de determinación (R^2) que es 1, lo que nos indica que la interpolación realizada es buena. Estos datos se deben contrarrestarse con la línea naranja denominada "cupos ofertados", la cual muestra la oferta de cupos de la Universidad en cada ciclo.

Asimismo, la línea amarilla denominada "Prosección" muestra el comportamiento que ha tenido la cohorte que actualmente se encuentra en octavo ciclo, de igual manera se realizó una proyección (polinómica de grado 3) obteniendo la ecuación que se muestra en la parte inferior con un coeficiente de determinación (R^2) cercano a 1, lo que significa que la proyección es buena, en general se muestra una tendencia a la disminución.

Posteriormente el mismo informe, llega a las principales conclusiones:

- De las 20 carreras que oferta la Universidad Estatal de Bolívar, siete de ellas presentan bajas tasas de demanda por la carrera, indicadores reflejados en los procesos de postulación, cobertura y matrícula, tasas de retención inicial y eficiencia terminal, relación de horas clases, relación número de estudiantes vs docente, costo de carrera y pertinencia.
- Las carreras que presentan baja demanda y son poco eficiente en su "calidad y excelencia académica, administrativa y financiera son: 1.) Mercadotecnia, 2.) Software, 3.) Turismo, 4.) Educación Intercultural Bilingüe, 5.) Pedagogía de la Informática, 6.) Pedagogía de la Matemática y la Física, 7.) Agroindustria
- La oferta académica de las siete (7) carreras desde el año 2017 vienen presentando una reducción significativa de acceso de estudiantes a la IES; por lo tanto, hay una disminución de la tasa de matrícula que afecta directa e indirectamente a la asignación presupuestaria de la Universidad. Esta baja demanda de las carreras puede deberse a varios factores, que están asociados: a.) Que las carreras implementadas no son pertinentes a las necesidades y objetivos de desarrollo de la provincia y el país. b.) La oferta académica no está adaptada a las necesidades de los bachilleres. c.) Baja diversificación en las modalidades de aprendizaje y estudio y d.) La saturación de profesionales en los campos de conocimientos de las carreras y sus territorios, entre otros.

De lo expuesto anteriormente, la Dirección de Gestión Académica recomienda:

- Las siete carreras que presentan baja eficiencia académica, administrativa y financiera, puedan al interno del cuerpo académico de la carrera y Facultad llevar a cabo un profundo análisis crítico de la continuidad o no de la carrera en las actuales condiciones de una fuerte crisis económica del país y del propio Sistema de Educación Superior; y, reemplazar por una nueva oferta innovadora que responda a las nuevas exigencias de un mercado laboral competitivo. También la solución pasaría por un rediseño con itinerarios y/o cambio de modalidades de estudio, basados en un diagnóstico de pertinencia real y prospectivo.
- Se recomienda realizar al interno de cada Facultad / Carrera un análisis exhaustivo de la demanda de carreras para la asignación de cupos en el Sistema de Nivelación. Existe en ciertas carreras con demasiados cupos para poca demanda; y para una alta postulación existen pocos cupos

5. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Luego del análisis detallado y objetivo de la situación actual por la que atraviesa la Carrera de Mercadotecnia, con la necesidad de cumplir satisfactoriamente los indicadores de evaluación y acreditación de carreras, la de reducir los costos operativos y de gestión mediante el incremento de la matrícula estudiantil, se establece el siguiente plan de acción de fortalecimiento para la Carrera:

5.1 Objetivos

5.1.1 Objetivo del Plan

Incrementar la participación de la Carrera de Mercadotecnia dentro de la región, fortaleciendo su imagen corporativa a través de la formación de profesionales altamente competitivos.

5.1.2 Objetivos Estratégicos

1. Fortalecer el posicionamiento de la Carrera de Mercadotecnia en el país, mejorando la calidad del servicio educativo e incrementando la demanda estudiantil.
2. Incrementar la investigación científica de la Carrera con participación activa de Profesores y estudiantes, elaborando la estructura organizacional y ejecución de la investigación científica.
3. Fortalecer la participación de la carrera en la solución de problemas del contexto regional a través de una estructura organizacional y ejecución de proyectos de vinculación.
4. Mejorar la gestión administrativa y de los recursos destinados a la carrera, mediante procesos de gestión y mejora de ambientes de aprendizaje.

5.2 Definición de Estrategias

- Fortalecimiento del Sistema de planificación y metodologías de seguimiento y evaluación a la gestión de la carrera de Mercadotecnia.
- Mejoramiento del sistema de gestión de la calidad de la Carrera de Mercadotecnia.
- Fortalecimiento de la estructura de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia
- Fortalecimiento del proceso de titulación de la Carrera de Mercadotecnia.
- Fortalecimiento de la estructura de seguimiento a graduados de la Carrera de Mercadotecnia.
- Fortalecimiento del sistema de admisión y nivelación de los estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia.
- Mejoramiento de los servicios académicos y de bienestar estudiantil.
- Fortalecimiento de competencias y formación profesional de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia.
- Fortalecimiento del proceso de investigación de la Carrera de Mercadotecnia.
- Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la Carrera de Mercadotecnia.

5.3 Relación Estrategias - Objetivos Institucionales

Objetivo Estratégico	Objetivo Operativo	Estrategia
1. Fortalecer el posicionamiento de la Carrera de Mercadotecnia en el país, mejorando la calidad del servicio educativo e incrementando la demanda estudiantil.	1.1 Mejorar la calidad del servicio educativo	Fortalecimiento de competencias y formación profesional de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia
	1.2 Incrementar la demanda estudiantil	Fortalecimiento del Sistema de planificación y metodologías de seguimiento y evaluación a la gestión de la carrera de Mercadotecnia.
		Fortalecimiento del proceso de titulación de la Carrera de Mercadotecnia
		Fortalecimiento del sistema de admisión y nivelación de los estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia.
		Mejoramiento de los servicios de académicos y de bienestar estudiantil.
		Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la Carrera de Mercadotecnia.
2. Incrementar la investigación científica de la Carrera con participación activa de Profesores y estudiantes, elaborando la estructura organizacional y ejecución de la investigación científica.	2.1 Estructurar el sistema de investigación de la Carrera de Mercadotecnia de la Carrera (centros y grupos de investigación)	Fortalecimiento del proceso de investigación de la Carrera de Mercadotecnia.
	2.2 Ejecutar proyectos de investigación de permitan el incremento de la producción científica de la Carrera	Fortalecimiento del proceso de investigación de la Carrera de Mercadotecnia.
3. Fortalecer la participación de la carrera en la solución de problemas del contexto regional a través de una estructura organizacional y ejecución de proyectos de vinculación.	3.1 Estructurar el sistema de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia (centros y grupos de investigación)	Fortalecimiento de la estructura de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia
	3.2 Ejecutar proyectos de vinculación que permitan la solución de problemas de la región.	Fortalecimiento de la estructura de seguimiento a graduados de la Carrera de Mercadotecnia
4. Mejorar la gestión administrativa y de los recursos destinados a la carrera, mediante procesos de gestión y mejora de ambientes de aprendizaje.	4.1 Implementar procesos de gestión administrativa en la Carrera	Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la Carrera de Mercadotecnia. Mejoramiento de los servicios de académicos y de bienestar estudiantil.
	4.2 Mejorar los ambientes de aprendizaje	Mejoramiento de los servicios de académicos y de bienestar estudiantil.

Elaborado por: Equipo técnico.

6. EVALUACIÓN INTERNA

El sistema de seguimiento y evaluación al cumplimiento del presente plan de fortalecimiento será responsabilidad de los Docentes con carga horaria en el distributivo académico para Aseguramiento de la Calidad, bajo la coordinación del responsable de la Carrera.

Se realizará evaluaciones cuatrimestrales a la ejecución de proyectos y actividades que constan en el Plan, verificando el cumplimiento de actividades, tiempos, presupuestos y resultados esperados, utilizando para el efecto un sistema de indicadores que arrojarán el cumplimiento porcentual de cada uno de los proyectos y de los objetivos del correspondiente Plan.

7. CONCLUSIONES

El cumplimiento y efectividad del Plan de Fortalecimiento de Mercadotecnia se cumplirá siempre y cuando se cuente con el respaldo y apoyo de las autoridades de la Facultad y de la Universidad, principalmente en la asignación de recursos económicos y talento humano necesarios.

Un eficiente sistema de control y monitoreo continuo del Plan de Fortalecimiento de la carrera, permitirá alcanzar los logros establecidos.

8. BIBLIOGRAFÍA

CEAACES (2013). Modelo de Evaluación Institucional.

CEAACES (2014). Documento Guía para la Elaboración y Evaluación de Planes de Mejora y Planes de Fortalecimiento Institucional de las Instituciones de Educación Superior.

CES (2014). Reglamento de Régimen Académico codificado.

CES (2012). Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior.

CEAACES, 2013. Modelo para La Evaluación de las Carreras Presenciales y Semipresenciales de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador

Dirección de Gestión Académica - UEB. (2021). *Informe de Carreras de la UEB de baja demanda. Guaranda -Bolívar.*

SENPLADES (2013). Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR. (2014). Plan Estratégico de Desarrollo Institucional, 2014-2019

9. ANEXOS

Anexo 01: Plan de Acción

Responsable

Ing. Patricia León Monar, Mgs.
COORDINADORA ACADÉMICA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

Anexo 01: Plan de Acción



CARRERA DE MERCADOTECNIA
PLAN DE FORTALECIMIENTO DE CARRERA
14 de diciembre del 2020



Indicador del modo de evaluación	Calificación obtenida en autoevaluación de la carrera	Meta propuesta	Estrategia	Acciones	Cronograma		Responsable	Presupuesto	Medio de verificación
					Fch. inicio	Fch. Fin			
A. PERTINENCIA									
A.1.1. MISIÓN Y VISIÓN	6.35 CUASI SATISFACTORIO	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	1. Fortalecimiento del sistema de planificación y metodologías de seguimiento y evaluación a la gestión de la carrera de Mercadotecnia	1. Actualización del PE de la Carrera de Mercadotecnia 21-25 2. Elaboración de una guía de evaluación y medición de impacto a la ejecución de la planificación	4-ene-21	31-ene-21	Quizhpe Victor Hugo	50	1. Dcto del PE de la Carrera de Mercadotecnia 2. Resolución de aprobación de PEM
A.1.2. ESTUDIOS PROSPECTIVOS Y PLANIFICACIÓN	4.05 POCO SATISFACTORIO	5 ALTAMENTE SATISFACTORIO	1. Fortalecimiento del sistema de planificación y metodologías de seguimiento y evaluación a la gestión de la carrera de	1. Actualización del estudio de prospectiva 2. Actualización del estudio de pertinencia de la carrera	4-ene-21	26-feb-21	Alarcón Gina, Ing.	50	1. Guía de evaluación a la ejecución de la planificación. 2. Resolución de aprobación de la GEPM
A.1.3. GESTIÓN DEL ASEGURAMIENTO INTERNO DE LA CALIDAD	3.00 DEFICIENTE	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	2. Mejoramiento del sistema de gestión de la calidad de la Carrera de Mercadotecnia	1. Plan de aseguramiento de calidad de la carrera 2. Plan de Comunicación de la Carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Viscarrá Charles, Ing.	50	1. Estudio de prospectiva 2. Resolución de aprobación del EPM
A.1.4. PROGRAMAS /PROYECTOS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	2.00 DEFICIENTE	5 ALTAMENTE SATISFACTORIO	3. Fortalecimiento de la estructura de vinculación de la carrera de Mercadotecnia	1. Plan de vinculación de la carrera de Mercadotecnia 2. Matriz de proyectos de vinculación de la carrera de Mercadotecnia 3. Informe de evaluación a la ejecución y al impacto del plan de vinculación por PAO	4-ene-21	26-feb-21	Viscarrá Charles, Ing.	50	1. Sistema de gestión de calidad de la carrera 2. Resolución de aprobación del SGCM
					4-ene-21	26-feb-21	Moyano Mónica, Ing.	50	1. Plan de información y comunicación de la Carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PICM
					4-ene-21	26-feb-21	Viscarrá Charles, Ing.	50	1. Plan de vinculación de la carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PVM
					4-ene-21	31-dic-21	Viscarrá Charles, Ing.	50	1. Matriz de proyectos de vinculación de la carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del IEPVM
B ORGANIZACIÓN Y RECURSOS									
B.1.1. COORDINACIÓN DE PROCESOS ACADÉMICOS	1.55 DEFICIENTE	5 ALTAMENTE SATISFACTORIO	1. Fortalecimiento del sistema de planificación y metodologías de seguimiento y evaluación a la gestión de la carrera de Mercadotecnia	1. Aplicación del Plan de Gestión Académica de la carrera de Mercadotecnia 20 - 22 (matriz de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia por PAO	4-ene-21	31-dic-22	León Patricia, Ing.	50	1. Plan de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia (matriz de operacionalización). 2. Resolución de
B.1.2. SEGUIMIENTO A GRADUADOS	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	4. Fortalecimiento de la estructura de seguimiento a graduados de la carrera de Mercadotecnia	1. Plan de seguimiento a graduados 2. Informe de ejecución del Plan de seguimiento a graduados 21- 23 3. Propuesta de reajuste o rediseño de la carrera de mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	León Patricia, Ing.	50	1. Informe de ejecución del plan de gestión académica de Mercadotecnia por PAO. 2. Resolución de
B.1.3. POLÍTICAS DE ADMISIÓN Y NIVELACIÓN	2.00 DEFICIENTE	4 ALTAMENTE SATISFACTORIO	5. Fortalecimiento del sistema de admisión y nivelación de los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia	1. Plan de seguimiento a graduados 2. Informe de ejecución del Plan de seguimiento a graduados 21- 23 3. Propuesta de reajuste o rediseño de la carrera de mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Moyano Mónica, Ing.	50	1. Plan de seguimiento a graduados. 2. Resolución de aprobación del PSGM
B.1.4. POLÍTICAS DE TITULACIÓN	6.00 ALTAMENTE SATISFACTORIO	6 ALTAMENTE SATISFACTORIO	4. Fortalecimiento del proceso de titulación de la carrera de Mercadotecnia	1. Propuesta de políticas de admisión para la carrera de Mercadotecnia 2. Informe de socialización de las políticas de admisión para la carrera de Mercadotecnia.	4-ene-21	26-feb-21	León Patricia, Ing.	50	1. Dcto plan de seguimiento a graduados 2. Resolución de aprobación de PSGM 2. Propuesta de reajuste o rediseño de la carrera de mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del RCM
					15-mar-21	30-mar-21	Cabrera Ramón, Lic.	50	1. Propuesta de políticas de admisión para la carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación de PANCM
					4-ene-21	26-feb-21	Cabrera Ramón, Lic.	50	2. Informe de socialización de las políticas de admisión para la carrera de Mercadotecnia.
					4-ene-21	26-feb-21	Yacchirema Iván, Ing.	50	1. Plan de titulación de la carrera de mercadotecnia 2. Resolución de aprobación del PTM
					15-mar-21	25-mar-21	Yacchirema Iván, Ing.	50	2. Informe de evaluación a la ejecución de procesos de titulación. (PAO) Resolución de aprobación de PTM

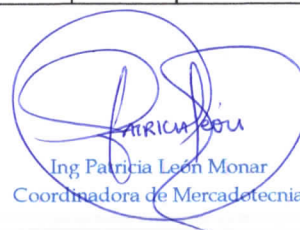


B.1.5. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS	0,00 DEFICIENTE	6 ALTAMENTE SATISFACTORIO	5. Mejoramiento de los servicios académicos y de bienestar estudiantil	1. Matriz de libros físicos y digitales disponibles para la carrera de Mercadotecnia. (PAO)	4-ene-21	31-mar-21	Perez Jorge, Ing.	\$0	1. Matriz de libros físicos y digitales disponibles para la carrera de Mercadotecnia.
				2. Informe de ejecución de capacitaciones para uso de bibliotecas físicas y virtuales	4-ene-21	31-mar-21	Perez Jorge, Ing.	\$0	2. Informe de ejecución de capacitaciones para uso de bibliotecas físicas y virtuales
				3. Informe de análisis de la calidad de los recursos bibliográficos	4-ene-21	31-mar-21	Perez Jorge, Ing.	\$0	3. Informe de análisis de la calidad de los recursos bibliográficos
B.1.6. AMBIENTES DE APRENDIZAJE PRÁCTICO	0,00 DEFICIENTE	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	5. Mejoramiento de los servicios académicos y de bienestar estudiantil	1. Plan de mantenimiento del Laboratorio de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Barragán Christian, Ing.	\$0	1. Plan de mantenimiento del Laboratorio de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PMLM
				2. Informe técnico del estado de equipos y espacio físico del Laboratorio	4-ene-21	26-feb-21	Cellery Dennys, Lic.	\$0	2. Informe técnico del estado de equipos y espacio físico del Laboratorio. 2. Resolución de
				3. Informe técnico de la seguridad del laboratorio y del mantenimiento ejecutado a equipos del Laboratorio	4-ene-21	26-feb-21	Cellery Dennys, Lic.	\$0	3. Informe técnico de la seguridad del laboratorio y del mantenimiento ejecutado a equipos del Laboratorio.
B.1.7. ENTORNO VIRTUAL DE APRENDIZAJE	0,00 DEFICIENTE	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	5. Mejoramiento de los servicios académicos y de bienestar estudiantil	1. Manuales, guías de las plataformas informáticas a servicio de la carrera de mercadotecnia (si@net, evea)	4-ene-21	26-feb-21	Rivadeneira Edgar, Lic.	\$0	1. Manuales, guías de las plataformas informáticas a servicio de la carrera de mercadotecnia (si@net, evea)
				2. Informes de uso de las plataformas informáticas a servicio de la carrera de mercadotecnia (si@net, evea) PAO	15-mar-21	26-mar-21	Rivadeneira Edgar, Lic.	\$0	2. Informes de uso de las plataformas informáticas a servicio de la carrera de mercadotecnia (si@net, evea)
C. PROFESORES									
C.1.1. AFINIDAD DE FORMACIÓN	0,44 DEFICIENTE	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	6. Fortalecimiento de las competencias y formación profesional de los Profesores de la carrera de Mercadotecnia	1. Matriz de relación de Profesores con maestría y/o PhD con asignaturas de la carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Baño Angel, Lic.	\$0	1. Matriz de relación de Profesores con maestría y/o PhD con asignaturas de la carrera de Mercadotecnia
C.1.2. COMPOSICIÓN DEL CUERPO ACADÉMICO	100 ALTAMENTE SATISFACTORIO	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	6. Fortalecimiento de las competencias y formación profesional de los Profesores de la carrera de Mercadotecnia	1. Actualización de listados de Profesores con maestrías y PhD de la carrera	4-ene-21	26-feb-21	Baño Angel, Lic.	\$0	1. Actualización de listados de Profesores con maestrías y PhD de la carrera
				2. Ranking de Universidades de Latinoamérica y mundial	4-ene-21	26-feb-21	Naranjo Jefferson, Ing.	\$0	1. Ranking de Universidades de Latinoamérica y mundial
C.1.3. ACTIVIDAD INVESTIGADORA DE LOS PROFESORES	0,28 DEFICIENTE	10 ALTAMENTE SATISFACTORIO	7. Fortalecimiento del proceso de investigación de la carrera de Mercadotecnia	1. Plan de investigación de la carrera de Mercadotecnia (líneas de inv)	4-ene-21	26-feb-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Plan de investigación de la carrera de Mercadotecnia (líneas de inv). 2. Resolución de aprobación del PIM
				2. Matriz de proyectos de investigación (redes, grupos)	4-ene-21	26-feb-21	Naranjo Jefferson, Ing.	\$0	2. Matriz de proyectos de investigación (redes, grupos)
				3. Informe de evaluación a la ejecución del proceso de investigación de la carrera de Mercadotecnia (PAO)	1-dic-21	20-dic-21	Naranjo Jefferson, Ing.	\$0	3. Informe de evaluación a la ejecución del proceso de investigación de la carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PIEDM
C.1.4. TITULARIDAD A TIEMPO COMPLETO	0,00 CUASI SATISFACTORIO	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	6. Fortalecimiento de las competencias y formación profesional de los Profesores de la carrera de Mercadotecnia	1. Solicitar plazas para titularización de Profesores especializados para la Carrera de Mercadotecnia	1-abr-21	30-oct-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Solicitar plazas para titularización de Profesores especializados para la Carrera de Mercadotecnia
C.1.5. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROFESOR	5,40 CUASI SATISFACTORIO	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	6. Fortalecimiento de las competencias y formación profesional de los Profesores de la carrera de Mercadotecnia	1. Informe de evaluación al desempeño de los docentes de la carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Carrasco Gabriela, Ab.	\$0	1. Informe de evaluación al desempeño de los docentes de la carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PIEDM
				2. Plan de capacitación docente para la Carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Alarcón Gina, Ing.	\$0	1. Plan de capacitación docente para la Carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PCM
				3. Informe de ejecución del plan de capacitación de la carrera de Mercadotecnia	1-nov-21	15-dic-21	Alarcón Gina, Ing.	\$0	3. Informe de ejecución del plan de capacitación de la carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PCM
C.1.6. ACTUALIZACIÓN CIENTÍFICA Y PEDAGÓGICA	0,00 DEFICIENTE	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	6. Fortalecimiento de las competencias y formación profesional de los Profesores de la carrera de Mercadotecnia	1. Plan de capacitación docente para la Carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Alarcón Gina, Ing.	\$0	1. Plan de capacitación docente para la Carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PCM
C.1.7. PRODUCCIÓN CIENTÍFICA	0,00 DEFICIENTE	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	7. Fortalecimiento del proceso de investigación de la carrera de Mercadotecnia	1. Matriz de producción científica de impacto mundial de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Albán Paola, Ing.	\$0	1. Matriz de producción científica de impacto mundial de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia
				2. Matriz de producción científica de impacto regional de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Albán Paola, Ing.	\$0	2. Matriz de producción científica de impacto regional de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia
C.1.8. LIBROS Y/O CAPÍTULOS DE LIBROS REVISADOS	0,00 DEFICIENTE	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	7. Fortalecimiento del proceso de investigación de la carrera de Mercadotecnia	1. Matriz de producción libros o capítulos de libro de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Albán Paola, Ing.	\$0	1. Matriz de producción libros o capítulos de libro de los Profesores de la Carrera de Mercadotecnia

D. CURRÍCULO									
D.1.1. PERFIL DE EGRESO	3.80 DEFICIENTE	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de	1. Propuesta de reajuste o rediseño de la carrera de mercadotecnia	23-nov-20	30-mar-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Propuesta de reajuste o rediseño de la carrera de mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del RCM
D.1.2. PLAN DE ESTUDIO	5.70 CUASI SATISFACTORIO	9 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia	1. Propuesta de nueva oferta académica de grado.	2-may-21	20-dic-21	Coordinador de Carrera	\$0	1. Informe de pertinencia. 2. Dcto de proyecto de carrera. 3. Resoluciones de aprobación de CD.
				2. Propuesta de nueva oferta académica de postgrado.	2-may-21	20-dic-21	Coordinador de Carrera	\$0	1. Informe de pertinencia. 2. Dcto de proyecto de carrera. 3. Resoluciones de aprobación de CD.
				2. Matriz comparativa de objetivos, resultados de aprendizaje, perfil de egreso y líneas de investigación.	4-ene-21	26-feb-21	Naranjo Jefferson, Ing.	\$0	1. Matriz comparativa de objetivos, resultados de aprendizaje, perfil de egreso y líneas de investigación.
D.1.3.SÍLABO	3.40 DEFICIENTE	4 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia	1. Informe de evaluación de sílabos de la carrera (PAO)	4-ene-21	12-mar-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Informe de evaluación de sílabos de la carrera. 2. Resolución de aprobación del IESM
				2. Informe de socialización del perfil de egreso a la comunidad académica	4-ene-21	26-feb-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Informe de socialización del perfil de egreso a la comunidad académica. 2. Resolución de aprobación del ISPEM
				3. Planificación para ejecución de PAE por asignatura (consolidar)	4-ene-21	26-feb-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Planificación para ejecución de PAE. 2. Resolución de aprobación del PAEM
				4. Informe de evaluación de sílabos de la carrera	4-ene-21	26-feb-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Informe de evaluación de sílabos de la carrera. 2. Resolución de aprobación del IESM
D.1.4.TUTORIAS ACADÉMICAS	3.05 DEFICIENTE	5 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia	1. Plan de tutorías académicas	4-ene-21	26-feb-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Plan de tutorías académicas. 2. Resolución de aprobación del PTAM
				2. Informe de evaluación a la ejecución del proceso de tutorías académicas de Mercadotecnia (PAO)	4-ene-21	26-feb-21	Baño Angel, Lic.	\$0	1. Informe de evaluación a la ejecución del proceso de tutorías académicas
				3. Plan de Prácticas Pre profesionales de la carrera de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Camacho Wilter, Ing.	\$0	1. Plan de Prácticas Pre profesionales de Mercadotecnia. 2. Resolución de aprobación del PPPM
				4. Informe de evaluación a la ejecución del proceso de PPP de la carrera de Mercadotecnia (PAO)	15-mar-21	25-mar-21	Camacho Wilter, Ing.	\$0	1. Informe de evaluación a la ejecución del proceso de PPP de la carrera de Mercadotecnia. 2. Resolución de
D.1.5. EVALUACIÓN EN EL PROCESO DE	5.15 CUASI SATISFACTORIO	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia	1. Informe de portafolio docente y estudiantil por asignatura de Mercadotecnia (PAO)	15-mar-21	30-mar-21	León Patricia, Ing.	\$0	1. Informe de portafolio docente y estudiantil

E ESTUDIANTES									
E.1.1. BIENESTAR UNIVERSITARIO	0.00 DEFICIENTE	4 ALTAMENTE SATISFACTORIO	5. Mejoramiento de los servicios académicos y de bienestar estudiantil	1. Matriz de beneficiarios de becas y ayudas económicas (PAO)	4-ene-21	26-feb-21	Barreto Jessica, Ing.	\$0	1. Matriz de beneficiarios de becas y ayudas económicas.
				2. Matriz de beneficiarios de servicios médicos de Bienestar Universitario	4-ene-21	26-feb-21	Barreto Jessica, Ing.	\$0	1. Matriz de beneficiarios de servicios médicos de Bienestar Universitario
E.1.2. SISTEMA DE BECAS Y APOYO FINANCIEROS	1.05 DEFICIENTE	7 ALTAMENTE SATISFACTORIO	5. Mejoramiento de los servicios académicos y de bienestar estudiantil	1. Socialización de reglamento y servicios de Bienestar Estudiantil	15-mar-21	25-mar-21	Barreto Jessica, Ing.	\$0	1. Informe de socialización de reglamento y servicios de Bienestar Estudiantil
				2. Socialización de beneficiarios de servicios médicos de Bienestar Estudiantil	15-mar-21	25-mar-21	Barreto Jessica, Ing.	\$0	1. Informe de socialización de beneficiarios de servicios médicos de Bienestar Estudiantil. 2. Resolución de aprobación del ISSBU
E.1.3. INTERACCIONES ESTUDIANTES - PROFESOR	1.40 DEFICIENTE	4 ALTAMENTE SATISFACTORIO	5. Mejoramiento de los servicios académicos y de bienestar estudiantil	1. Informes de uso de las plataformas informáticas a servicio de la carrera de mercadotecnia (si@net, evea)	4-ene-21	26-feb-21	Rivadeneira Edgar, Lic.	\$0	1. Informes de uso de las plataformas informáticas a servicio de la carrera de mercadotecnia (si@net, evea). 2. Resolución de aprobación del IUPI
				2. Manual de usuario, guías de plataformas informáticas de la ueb	4-ene-21	26-feb-21	Rivadeneira Edgar, Lic.	\$0	1. Manual de usuario, guías de plataformas informáticas de la ueb
E.1.4. ESTUDIANTES POR PROFESOR	1.00 ALTAMENTE SATISFACTORIO	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de	1. Matriz de relación de estudiantes por profesor	4-ene-21	26-feb-21	Yacchirema Iván, Ing.	\$0	1. Matriz de relación de estudiantes por profesor
E.1.5. TASA DE RETENCIÓN	0.00 DEFICIENTE	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia	1. Matriz de tasa de retención de Mercadotecnia (PAO)	4-ene-21	26-feb-21	Yacchirema Iván, Ing.	\$0	1. Matriz de tasa de retención
				2. Informe de evaluación a la ejecución del proceso de tutorías académicas de Mercadotecnia	4-ene-21	26-feb-21	Baño Angel, Lic.	\$0	1. Informe de ejecución del plan de tutorías académicas. 2. Resolución de aprobación del IPTAM
E.1.6. TASA DE TITULACIÓN	1.00 ALTAMENTE SATISFACTORIO	1 ALTAMENTE SATISFACTORIO	8. Fortalecimiento de procesos de gestión académica de la carrera de Mercadotecnia	1. Matriz de tasa de titulación	4-ene-21	26-feb-21	Yacchirema Iván, Ing.	\$0	1. Matriz de tasa de titulación
				2. Informe de ejecución del plan de titulación (PAO)	15-mar-21	25-mar-21	Yacchirema Iván, Ing.	\$0	3. Informe de ejecución del plan de titulación. 2. Resolución de aprobación del PTM

Ing. Victor Hugo Quizhpe Baculima
Docente de Mercadotecnia


Ing Patricia León Monar
Coordinadora de Mercadotecnia

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MARKETING

Coordinación Carrera en Marketing y Mercadotecnia