

RCD-135-DFCAGEI-UEB
Guaranda, mayo 14 del 2021

Señores

Econ. Carmita Borja.- COORDINADORA CARRERAS ICO/ADM. EMPRESAS
Ing. Iván Yacchirema.-COORDINADORA TITULACIÓN ICO/ADM. EMPRESAS

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 sesión extraordinaria Nro. (05) vía video conferencia ZOOM, realizada el **14 de mayo del 2021, referente al PRIMER PUNTO: Análisis y resoluciones de las Guías de Procesos de la Unidad de Titulación de las carreras de Rediseño de la Facultad, presentados por Coordinador@s Unidades de Titulación**

Sobre la base de la Guía de Procesos de la Unidad de Titulación de las carreras de Administración de Empresas, presentado por Ing. Iván Yacchirema, Coordinador Unidad de Titulación Carreras ICO/Administración de Empresas, Marketing/Mercadotecnia **R.C.D. No. 1.c. El Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, en uso de sus atribuciones, RESUELVE: "APROBAR** la Guía de Procesos de la Unidad de Titulación de la carrera de Mercadotecnia, presentado por Ing. Iván Yacchirema, Coordinador Unidad de Titulación Carreras ICO/Administración de Empresas, Marketing/Mercadotecnia, considerándose todas las sugerencias emitidas por este organismo".

Atentamente,



Ing. Mónica Bonilla M.
DECANA

MB/lm.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



GUÍA DE PROCESOS PARA LA UNIDAD DE TITULACIÓN DE LA CARRERA DE MERCADOTECNIA

Ing. Iván Yacchirema Taraguay
COORDINADOR UNIDAD DE TITULACIÓN

Mayo, 2021

Índice

BASE LEGAL	3
ANTECEDENTES	5
UNIDAD DE TITULACIÓN	7
Comisión de la Unidad e Titulación	7
Líneas de Investigación de la Carrera de Mercadotecnia	7
Operativización de la Unidad de Titulación	8
Modalidades de Titulación	9
Componentes Administrativos que intervienen en el proceso de la Unidad de Titulación	10
A. Inscripción en las Modalidades de Titulación	10
B. Continuidad del proceso según modalidad de grado seleccionada	10
C. Entrega de Título	15
Funciones de los Diferentes Actores en el Proceso de Titulación	15
ANEXOS	18
(Anexo 1) Solicitud para la inscripción en la UT	18
(Anexo 2) Modelo Ficha de Inscripción	19
(Anexo 3) Instrumentos Examen Complexivo	20
(Anexo 4) Documentos Trabajo de Titulación	30
(Anexo 5) Membrete CD	52
(Anexo 6) Actividades, Tiempos y Responsables	52
(Anexo 7) Encuesta de satisfacción al proceso de Titulación	56

BASE LEGAL

El artículo 29 de la Constitución de la República del Ecuador establece: "El estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural".

El Reglamento de Régimen Académico RRA 2017 propone el nivel de organización curricular de "unidad de titulación" orientado a procesos de actualización, profundización y evaluación de las capacidades y competencias del perfil de egreso. Así mismo, se establece el trabajo de titulación en las carreras de grado destinado a evidenciar y validar los conocimientos, habilidades y desempeños adquiridos a lo largo de la formación profesional, a través de la realización de un examen de grado o de fin de carrera de carácter complejo o de una propuesta de solución innovadora a problemas, situaciones, tensiones o dilemas de estudio y de intervención de la profesión.

Según el inciso cuarto del artículo 21 del RRA "El trabajo de titulación es el resultado investigativo, académico o artístico, en el cual el estudiante demuestra el manejo integral de los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación profesional; deberá ser entregado y evaluado cuando se haya completado la totalidad de horas establecidas en el currículo de la carrera, incluidas las prácticas pre profesionales" (Reglamento de Régimen Académico-CES, 2013).

El inciso séptimo del artículo citado sostiene que las opciones de proyectos pueden ser las siguientes: "examen de grado o de fin de carrera, proyectos de investigación, proyectos integradores, ensayos o artículos académicos, etnografías, sistematización de experiencias prácticas de investigación y/o intervención, análisis de casos, estudios comparados, propuestas metodológicas, propuestas tecnológicas, productos o presentaciones artísticas, dispositivos tecnológicos, modelos de negocios, emprendimientos, proyectos técnicos, trabajos experimentales, entre otros de similar nivel de complejidad" (Reglamento de Régimen Académico-CES, 2013).

Según el artículo 66 de RRA "Una vez que el estudiante haya aprobado la totalidad de las asignaturas y cumplido los requisitos para la graduación, la institución de educación superior, previo al otorgamiento del título, elaborará una acta consolidada, que deberá contener: los datos de identificación del estudiante, el registro de calificaciones en cada una de las asignaturas o cursos aprobados y del trabajo de titulación, así como la identificación del tipo y número de horas de servicio a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales".

Disposiciones Generales:

- Tercera.- Aquellos estudiantes que no hayan culminado y aprobado la opción de titulación escogida en el período académico de culminación de estudios (es decir aquel en el que el estudiante se matriculó en todas las actividades académicas que requiera aprobar para concluir su carrera o programa), lo podrán desarrollar en un plazo adicional que no excederá el equivalente a 2 períodos académicos ordinarios, para lo cual, deberán solicitar a la autoridad académica pertinente la correspondiente prórroga, el primer período adicional no requerirá de pago por concepto de matrícula arancel, ni valor similar. De hacer uso del segundo período requerirá de pago por concepto de matrícula arancel.

En este caso, la IES deberá garantizar el derecho de titulación en los tiempos establecidos en esta Disposición y de acuerdo a lo determinado en el artículo 5, literal a), de la LOES

- Cuarta.- Cuando el estudiante haya cumplido y aprobado la totalidad del plan de estudios excepto la opción de titulación escogida dentro del plazo establecido en la Disposición General Tercera, y hayan transcurrido hasta 10 años, contados a partir del último período académico de la respectiva carrera o programa, deberá matricularse y tomar los cursos, asignaturas o equivalentes para la actualización de conocimientos, pagando el valor establecido en el Reglamento para la Regulación de Aranceles, Matrículas y Derechos en las Instituciones de Educación Superior Particulares y lo establecido en el Reglamento para garantizar el cumplimiento de la Gratuidad de la Educación.

Superior Pública en el caso de las Instituciones de Educación Superior Públicas. Adicionalmente, deberá rendir y aprobar una evaluación de conocimientos actualizados para las asignaturas, cursos o sus equivalentes que la IES considere necesarias, así como culminar y aprobar el trabajo de titulación o aprobar el correspondiente examen de grado de carácter complejo, el que deberá ser distinto al examen de actualización de conocimientos.

En el caso que el estudiante no concluya o no apruebe la opción de titulación escogida por tercera ocasión, podrá por única vez, cambiarse de IES para continuar sus estudios en la misma carrera u otra similar, cumpliendo lo establecido en esta Disposición, en la Disposición General Tercera y en la Disposición General Décima Octava.

En caso de que un estudiante no concluya o no apruebe la opción de titulación luego de transcurridos más de 10 años, contados a partir del último período académico de la carrera o programa, no podrá titularse en la carrera o programa en la misma IES, ni en ninguna otra institución de educación superior. En este caso el estudiante podrá optar por la homologación de estudios en una carrera o programa vigente, únicamente mediante el mecanismo de validación de conocimientos establecido en este Reglamento.

- Sexta. - Las IES deben garantizar el nombramiento inmediato del director o tutor del trabajo de titulación, una vez que el estudiante lo solicite, siempre y cuando éste cumpla con los requisitos legales y académicos para su desarrollo. En caso de que el director o tutor no cumpla con su responsabilidad académica dentro de los plazos correspondientes, la IES deberá reemplazarlo de manera inmediata.

Estos tutores o co-tutores pueden ser designados entre los miembros del personal académico de la propia IES o de una diferente, así como de aquellos investigadores acreditados por la SENESCYT.

- Décima Octava. - En caso de que un estudiante no apruebe la opción de titulación escogida durante el periodo de culminación de estudios, tendrá derecho a presentarla, por una sola vez, siempre que se encuentre dentro de

los plazos establecidos en la Disposición General Tercera.

En el caso de que lo repruebe por segunda ocasión, podrá cambiarse una única vez de opción de titulación, siempre que se encuentre dentro de los plazos establecidos en la Disposición General Tercera

La Disposición Transitoria Quinta referida a las normas de titulación hasta que se constituyan las unidades de titulación dispone lo siguiente.

- a) Desde la entrada en vigencia del presente reglamento, las IES tienen un plazo máximo de 18 meses para organizarse e implementar una unidad de titulación especial para todas las carreras y programas vigentes, cuyo diseño deberá poner en conocimiento del CES. Esta unidad además del examen complejo de grado contemplará al menos una opción de trabajo de titulación de aquellas contempladas en el presente Reglamento. En el caso de optar por el examen complejo, la asistencia a las asignaturas o cursos que incluya esta unidad de titulación especial, será opcional para los estudiantes.
- b) Quienes finalizaron sus estudios a partir del 21 de noviembre de 2008 podrán titularse bajo las modalidades que actualmente ofertan las IES, en el plazo máximo de 18 meses a partir de la vigencia del presente Reglamento. Las IES deberán garantizar la calidad académica del trabajo presentado y que el estudiante culmine su proceso de titulación en el indicado plazo. No se podrán agregar requisitos adicionales de graduación que no hubiesen sido contemplados en el plan de estudios de la carrera o programa, al momento del ingreso del estudiante" (Reglamento de Régimen Académico CES, 2013).

ANTECEDENTES

Con oficio VRAI-UEB-0830, de 14 de agosto del 2015, enviado por la Dra. Araceli Lucio Quintana, Vicerrectora Académica y de Investigación, en el que remite la resolución de la Comisión Académica, realizada el 12 de agosto del 2015, TERCER PUNTO. Análisis y resolución de la Unidad de Titulación de la Facultad Ciencias Administrativas;

Consejo Universitario de fecha 12 de agosto del 2015, **RESUELVE:** "ACoger la SUGERENCIA DE LA COMISIÓN ACADÉMICA REALIZADA EL 12 DE AGOSTO DEL 2015 Y APROBAR LA UNIDAD DE TITULACIÓN DE LA FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA.

La Unidad de Titulación de la Carrera de Mercadotecnia tendrá como base la Unidad de Titulación de la Carrera de Marketing, la cual inició su gestión a partir del 29 de julio del 2015 cuando en reunión extraordinaria de Consejo Directivo se analizó y aprobó el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática b) Unidad de Titulación Especial de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática c) Guías y Formatos para el desarrollo del Examen de Grado y Trabajo de titulación para obtener el título terminal de Tercer nivel de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática.

Según datos de secretaria e informes de ex coordinadores de la Unidad de Titulación de la carrera de Marketing, se tiene la siguiente información histórica:

Tabla N° 1 Evolución de la Matricula

Carrera	mar	sep 2012 -	mar 2013 -	sep 2013 -	mar 2014 -	sep 2014 -	abr 2015 - sep	oct 2015 -	abr 2016 -	oct 2016 -	mar 2017 -	oct 2017 -	abr 2018 - oct	sep 2018 - feb	abr 2019 -	oct 2019 -	may 2020 -	Varia ción																
	cant	cant	variación	cant	variación	cant	variación	cant	variación	cant	variación	cant	variación	cant	variación	cant	variación																	
Marketing	0	0	0%	16	0%	37	131%	49	32%	43	-12%	69	86%	98	42%	112	14%	129	15%	96	-26%	76	-21%	63	-17%	41	-35%	31	-24%	19	-39%	5	-74%	5%
Mercadotecnia														49	0%	79	61%	93	18%	117	26%	122	4%	120	-2%	140	17%	18%					18%	

Elaborado por: Equipo Técnico

En el periodo académico 2013 – 2013 la carrera de Marketing cuenta con 16 estudiantes, los mismos que para el período octubre 2016 aumentan a 129 estudiantes y a partir del período marzo 2017, el número de estudiantes de Marketing empieza a descender en un promedio del 5% debido a la no apertura de nuevas cohortes por el inicio de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia; es así, que en el período mayo 2020 – 2020 existen 5 estudiantes de Marketing y 140 estudiantes en la carrera de Mercadotecnia, la cual viene teniendo desde su apertura un porcentaje promedio de crecimiento del 18%.

Tabla N° 2 Tasa de Titulación

MARKETING	Graduados	Graduados	Graduados	Graduados	Graduados
	2018-2019	2018-2019	2019-2019	2019-2020	2020-2020
	2019-2019	2019-2019	2019-2020	2020-2020	2020-2021
	2019-2020	2019-2020	2020-2020	2020-2021	2021-2021
CARRERAS	MARKETING	MARKETING	MARKETING	MARKETING	MARKETING
PERÍODOS	2014-2014	2014-2015	2015-2015	2015-2016	2016-2016
Matriculados	16	6	27	30	24
Graduados	5	2	16	6	4
Porcentaje	31,25%	33,33%	59,26%	20,00%	16,67%

Fuente: Unidad de Titulación ICO-MKT, 2021

La tasa de titulación de la Carrera con los últimos estudiantes del Grupo 10 que aprobaron el proceso de la Unidad de Titulación, se modificó, es así que, en el período 2014-2014 de 16 estudiantes 5 de han titulado con el 31.25%; en el período 2014-2015, 2 titulados de 6 matriculados 33.33%; en el período 2015-2015, 16 estudiantes titulados de 27 matriculados 59.26%; período 2015-2016, 6 estudiantes titulados de 30 matriculados con el 20.00% y en el período 2016-2016, 4 estudiantes titulados de 24 matriculados con el 16.67%; se evidencia una tasa de titulación variante y descendente

Tabla N° 3 Tasa de Eficiencia Terminal

	Grupo N° 7	Grupo N° 8	Grupo N° 9	Grupo N° 10
	2019-2019	2019-2020	2020-2020	2020-2021
Estudiantes Inscritos	10	13	0	16
Estudiantes Matriculados	10	13	0	16
% Matriculados	100%	100%	0%	100%

Fuente: Unidad de Titulación, 2021

Elaboración: Unidad de Titulación, 2021

Como se puede observar en la tabla N° 3 existe en los periodos 2019-2019 y 2019-2020 más del 50% de inscritos y matriculados en la fase de titulación con respecto a la matrícula de los estudiantes en la carrera (cohorte 2013-2013, 2013-2014), en el periodo 2020-2020 no existe

estudiantes que se hayan matriculados en el proceso, en el periodo 2020-2021 los 16 estudiantes inscrito se encuentran en el proceso de titulación para la obtención de su título profesional.

La primera cohorte de estudiantes de la Carrera de Mercadotecnia se encuentra cursando el último ciclo, por lo que al momento no se tienen graduados de esta promoción.

UNIDAD DE TITULACIÓN

La Unidad de Titulación se describe como el espacio curricular donde se validan las competencias profesionales para el abordaje de situaciones, necesidades, problemas, dilemas o desafíos de la profesión y los contextos; desde un enfoque reflexivo, investigativo, experimental, innovador, entre otros, según el modelo educativo institucional.

Según el Reglamento de Régimen Académico (RRA) del 2017, en el artículo 21 Unidades de organización curricular en las carreras técnicas y tecnológicas superiores y equivalentes: y, de grado - **UNIDAD DE TITULACIÓN (UT)**. - Es la unidad curricular que incluye las asignaturas, cursos o sus equivalentes, que permiten la validación académica de los conocimientos, habilidades y desempeños adquiridos en la carrera para la resolución de problemas, dilemas o desafíos de una profesión. Su resultado final fundamental es: a) el desarrollo de un trabajo de titulación, basado en procesos de investigación e intervención o, b) la preparación y aprobación de un examen de grado de carácter complejo.

Ya sea mediante el trabajo de titulación o el examen complejo el estudiante deberá demostrar el manejo integral de los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación profesional; el resultado de su evaluación será registrado cuando se haya completado la totalidad de horas establecidas en el currículo de la carrera, incluidas la unidad de titulación y las prácticas pre profesionales.

La **Unidad de Titulación** es una unidad académica para la coordinación de los procesos de titulación en las diferentes modalidades de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática; y, estará conformada por:

- Decano/a, ejecuta procesos administrativos y ejecutivos;
- Coordinador/a Académico de cada Carrera, ejecuta los procesos académicos de la carrera;
- Coordinador/a de la Unidad de Titulación de cada Carrera, administra el proceso académico de titulación.

Comisión de la Unidad e Titulación

La comisión de la unidad de titulación está conformada por:

- a. Coordinador/a Académico de Carrera;
- b. Coordinador/a de la Unidad de Titulación;
- c. Dos profesores de la especialidad, designados por Consejo Directivo

Líneas de Investigación de la Carrera de Mercadotecnia

Las líneas y sub líneas de investigación responden a los Dominios Institucionales, son la base fundamental para la generación de Planes, Programas y Proyectos que contribuyan al avance

de las actividades de I+D+i y con ello coadyuvar a la solución de problemáticas sociales y empresariales, en la tabla adjunta se evidencia la agrupación de los dominios, líneas y sub líneas que la Carrera

Tabla N° 4: Líneas de Investigación Carrera de Mercadotecnia

Dominio	Línea	Sub Línea
ECON Economía Empresas y Productividad	Desarrollo Económico y Empresarial	Innovación Social
		Desarrollo de Emprendimientos
		Perspectiva del desarrollo económico
		Tendencias y tenciones del desarrollo Empresarial
		Economía Popular y Solidaria
		Responsabilidad Social Empresarial
		Desarrollo Local, Empresas y territorios
		Aplicación del Marketing a la Economía
	Gestiones Administrativas y Contables	Gestión y Administración de Emprendimientos
		Factores Condicionantes de la gestión empresarial
		Responsabilidad Social Empresarial
		Gestión empresarial Sostenible
		Aplicación del Marketing a la economía

Fuente: SIDETI - UEB, 2020

Operativización de la Unidad de Titulación

Para el proceso de titulación de la Carrera de Mercadotecnia existen asignaturas en la malla académica desde sexto ciclo que contribuyen con sus contenidos a la formación del estudiante para el desarrollo de la modalidad de titulación previo a la obtención de su título profesional.

La Unidad de Titulación de la carrera de Mercadotecnia inicia y ejecuta su proceso en el noveno ciclo, en el cual, los estudiantes para el desarrollo y aprobación del trabajo de titulación en la modalidad elegida deberá cumplir las 400 horas de Titulación.

Para el ingreso a la unidad de titulación se considerará:

- Para le ingreso de los estudiantes a la Unidad de Titulación los estudiantes deberán presentar su respectiva inscripción en esta Unidad
- Si el estudiante reprueba alguna asignatura, pueden optar por una segunda o tercera matricula de ser el caso.
- Previo al acto de defensa los estudiantes deberán presentar en las coordinaciones de titulación el certificado de culminación de la fase académica; quienes no presenten este documento no serán considerados en la planificación de las defensas de acuerdo al cronograma establecido.

Para la obtención del certificado de culminación de la fase académica los estudiantes deberán entregar en la secretaria de carrera los siguientes certificados originales:

- Certificado de manejo de una lengua extranjera B1
- Certificado de prácticas pre profesionales
- Certificado de vinculación adjunto la resolución de Consejo Universitario

- d) Para el registro de la nota de la Unidad de Titulación, se asignará una única calificación en el acta correspondiente que será elaborada por la coordinación de la UT aprobada por consejo directivo, y registrada en el sistema académico de la universidad por la secretaría de la carrera.
- e) El estudiante que repruebe la modalidad de titulación pasará a régimen especial, donde se inscribirá con una modalidad diferente a la reprobada.

Régimen especial. - Espacio en el cual el estudiante puede concluir con su el proceso de titulación en un periodo académico adicional teniendo que cumplir las 400 horas, para su inscripción deberá presentar la solicitud de inscripción, copia de la cédula y papeleta de votación a color y llenar la ficha de inscripción. En caso de no aprobar en régimen especial, el estudiante pasa a la actualización de conocimientos.

Las actividades de cada modalidad de titulación se ejecutarán de acuerdo con las fechas establecidas en la planificación de la Unidad de Titulación, presentada y aprobada por Consejo Directivo cada periodo académico.

Modalidades de Titulación

El proceso de titulación representa la fase de culminación de los estudios que le permite al estudiante obtener el título profesional. Este proceso recupera los conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes, valores y experiencias que desarrolló durante la carrera, los cuales se demuestran mediante diversas opciones y formas de evaluación.

Tabla 5: Modalidad de Titulación

Examen de grado:	Examen de grado de carácter complejo
Trabajo de titulación:	Proyecto de Investigación

Elaboración: Unidad de Titulación

1.- **EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEXIVO.** - Es una evaluación teórica y práctica articulada al perfil del egresado de la Carrera; consiste en la demostración explícita y verificable de los resultados de aprendizaje y la comprensión sistémica de los contenidos de las asignaturas de la praxis profesional. El Examen de Grado contempla un proceso de capacitación y evaluación, con el mismo nivel de complejidad y tiempo de preparación que el exigido en las diversas formas del trabajo de titulación.

La evaluación teórica corresponde a un examen, el cual contará de un mínimo 100 reactivos, de los cuales el estudiante debe seleccionar la respuesta correcta entre cuatro opciones (preguntas de selección simple), a través de la plataforma EVEA o de manera escrita.

La evaluación práctica abordará la resolución de un caso práctico que tenga relación con el perfil profesional del estudiante.

2.- **TRABAJO DE TITULACIÓN.** - Consiste en una propuesta teórica que permita el desarrollo de una investigación específica que debe contar con antecedentes, conclusiones y reflexiones debidamente sustentados. Además de proponer un tema innovador de investigación y/o intervención; el trabajo de titulación es:

Proyecto de Investigación. - Procedimiento científico destinado a recabar todo tipo de información sobre un determinado fenómeno social o natural del contexto, para generar conocimientos o dar soluciones a problemas puntuales, empleando las diferentes formas de investigación. El enfoque puede ser cualitativo o cuantitativo dependiendo del tipo de investigación.

Componentes Administrativos que intervienen en el proceso de la Unidad de Titulación

A. Inscripción en las Modalidades de Titulación

1.- Requisitos para la Inscripción en la Unidad de Titulación (UT)

- Oficio dirigido a la Coordinación de la Unidad de Titulación de la carrera, donde indica la modalidad de titulación **ANEXO 1**
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación a color;
- Copia del certificado de aprobación de prácticas pre profesionales.
- Copia del certificado de aprobación del proyecto de vinculación o copia de la resolución del Consejo Universitario de la aprobación del proyecto vinculación.
- Ficha de inscripción **ANEXO 2**

Una vez receptados los requisitos la Coordinación de Titulación notifica mediante oficio al Decanato el listado de estudiantes inscritos en cada modalidad para su aprobación.

B. Continuidad del proceso según modalidad de grado seleccionada

B.1 Examen Complexivo

1. La Coordinación de la Unidad de Titulación presenta al Decanato el listado de estudiantes inscritos en la modalidad Examen de Grado con carácter Complexivo para su aprobación.
2. Se notifica a los docentes de la especialidad sobre la actualización de conocimientos a los estudiantes de la Unidad de Titulación para que elabore el programa de clase.
3. La Coordinación de la Unidad de Titulación presenta el cronograma de capacitación al Decanato para su aprobación.
4. La Coordinación de la Unidad de Titulación y de Carrera socializa la planificación e instructivos para la elaboración de reactivos a los docentes de las áreas de especialidad.
5. Se ejecuta el cronograma de capacitación para actualización de conocimientos.
6. La Comisión de la Unidad de Titulación y los profesores del área trabajan en la elaboración de los Casos Prácticos que serán presentados para su aprobación por Consejo Directivo.
7. La Coordinación de la Unidad de Titulación recepta los reactivos elaborados por los docentes para revisión y elaboración del cuestionario (100 preguntas objetivas de selección simple).

8. La Comisión de la Unidad de Titulación realiza el sorteo de los casos prácticos a los estudiantes inscritos en la modalidad examen de grado con carácter complejo.
9. La coordinación notifica al decanato sobre los resultados del sorteo, con el cronograma y el tribunal sugerido para la defensa del caso práctico.
10. Los estudiantes deberán entregar a la Coordinación de la Unidad de Titulación el informe del caso práctico, 7 días después del sorteo.
11. La Comisión de la Unidad de Titulación acepta y califica el examen teórico, el cual tiene una ponderación de 5 puntos, de existir inconformidad con la calificación el estudiante tiene 2 días para presentar un oficio solicitando recalificación a la instancia respectiva.
12. La Coordinación de la Unidad de Titulación entrega mediante oficio el acta con las calificaciones obtenidas en el examen teórico al decanato. Calificación que constará en el acta de defensa del caso práctico. **Anexo**
13. El estudiante para presentarse a la defensa del Caso Práctico debe haber entregado el certificado de culminación de la fase académica, rendido el examen teórico y estar diez minutos antes de la hora establecida para la defensa portando su cédula de identidad.
14. La defensa del caso práctico se realizará ante un tribunal, el que estará conformado por:
 - Decano(a) o delegado (Presidente Tribunal)
 - Un miembro de la Comisión de la Unidad de Titulación
 - Un Docente del área
 - Secretaria(o)

Para la instalación y desarrollo de la defensa se requiere la presencia de todos los integrantes del tribunal, misma que tendrá una duración de 30 minutos de la cuales 15 minutos será de exposición y 15 minutos de sustentación a preguntas planteadas obligatoriamente por los miembros del tribunal.

15. El miembro de la Comisión de la Unidad de Titulación y el docente del área deliberarán y calificarán la defensa del caso práctico según la rúbrica establecida sobre 5 puntos; los miembros del tribunal elaborarán el acta correspondiente con la calificación final y darán a conocer la nota alcanzada en el examen de grado al estudiante, posteriormente se hará llegar el acta a la Coordinación de la UT **Anexo rubrica y acta**
16. El estudiante para aprobar deberá obtener una calificación mínima de siete puntos sobre diez (7/10) sumadas las calificaciones del examen teórico y la defensa del caso práctico.
17. En caso de que el estudiante no obtuviera la calificación mínima, deberá presentarse en un tiempo no mayor 30 días a rendir un examen de Gracia,

repetiendo el proceso a partir del numeral 11, de no llegar a alcanzar la nota mínima en el examen de gracia es reprobado y se deja constancia en el acta.

18. La Coordinación de la Unidad de Titulación entrega mediante oficio las calificaciones alcanzadas por los estudiantes, después del examen de grado y del examen de grado de gracia.
19. El estudiante deberá entregar en la coordinación de la Unidad de Titulación los siguientes documentos:
 - a. 1 anillado con el informe del caso práctico.
 - b. 2 Cds membretados con el informe del caso práctico (formato PDF). **Anexo**
 - c. Certificado de no adeudar a Biblioteca
 - d. Certificado de no adeudar a Bienes
20. Finalmente, la Coordinación de la Unidad de Titulación entrega mediante oficio al Decanato el expediente de cada estudiante para que se continúe con el registro y elaboración de títulos junto con el acta de calificaciones en el nivel correspondiente para su registro en el sistema informático de la UEB, así como también, presentará el informe de fin de periodo académico de la Unidad Titulación al finalizar el período académico.

En el Anexo (actividades, tiempos y responsables) se puede apreciar la organización de las diferentes actividades involucradas en el Examen de Grado con Carácter Complexivo con sus tiempos y responsables.

B.2 Trabajo de Titulación

1. El estudiante al momento de su inscripción en la Unidad de Titulación deberá adjuntar el anteproyecto, considerando las líneas de investigación establecidas por la Carrera, formato adjunto en **ANEXO**

Junto con la presentación del anteproyecto el estudiante podrá sugerir a su director, el cual se hará mención en la portada del documento.

2. Una vez presentado el anteproyecto, la Comisión de la Unidad de Titulación realizará las siguientes actividades:
 - Analizar cada tema, aquellos temas que no se ajusten a los parámetros establecidos serán reorientados y el estudiante deberá presentar los cambios en un plazo de 5 días.
 - La designación de director y un par académico (profesores titulares o de contrato) será de acuerdo con el perfil profesional y el tema del trabajo de titulación. Pueden ser designados entre los miembros del personal académico de la propia IES.
 - Elaborar y emitir el informe para aprobación en Consejo Directivo.

3. El director y/o el par académico pueden renunciar a la designación en un plazo de 3 días laborables a partir de la fecha en que fue notificado, adjuntando la correspondiente justificación por escrito.
 4. La Coordinación de la Unidad de Titulación envía el documento al par académico, quien revisará y emitirá recomendaciones al trabajo de titulación en un plazo de 5 días laborables a partir de su notificación.
 5. El o los estudiantes tienen un plazo de 4 días laborables para trabajar en las observaciones realizadas por el par académico. Transcurrido este tiempo presentarán a la Unidad de Titulación el anteproyecto con la certificación de cumplimiento (**Anexo**) firmada por el par académico para su aprobación por Consejo Directivo.
 6. Desarrollo del trabajo de titulación:
 - Proyecto de Investigación: El o los estudiantes desarrollarán el proyecto de investigación con la guía de su director y par académico, el cuál será presentado a la Unidad de Titulación en los tiempos establecidos. **Ver estructura en anexo**
 7. El o los estudiantes desarrollarán el Trabajo de Titulación con la guía de su director y par académico, el cuál será presentado a la Unidad de Titulación en los tiempos establecidos 2 ejemplares anillados del documento y/o el archivo pdf enviado al correo institucional de la coordinación de titulación con el certificado de validación (**Anexo**) firmado por el director y par académico y adjunto el certificado actualizado de análisis de coincidencia no accidental (Urkund u otro similares), no mayor al 10% de similitud.
 8. La coordinación de la Unidad de Titulación entregará el documento con el trabajo de titulación al par académico y director para su calificación según la rúbrica establecida, quienes realizarán la entrega de la calificación en un plazo de 4 días laborables a partir de su notificación. **Anexo rubrica**
- Ponderación del trabajo escrito:** Calificación sobre cinco (5) puntos.
- En caso de que no se emita la calificación en el tiempo establecido, se asumirá por calificado con la nota máxima.
9. La comisión de la Unidad de Titulación elaborará el cronograma para la defensa del trabajo de titulación y será enviado para su aprobación en Consejo Directivo, conjuntamente con el informe de la calificación alcanzada en el trabajo escrito.
 10. El o los estudiantes para presentarse a la defensa Trabajo de Titulación deberán entregar el certificado de culminación de la fase académica y estar diez minutos antes de la hora establecida portando su cédula de identidad.
 11. La defensa del trabajo de titulación se realizará ante un tribunal, el que estará conformado por:
 - Decano(a) o su delegado (Presidente del Tribunal)

- Par Académico
- Tutor
- Secretaria(o)

Para la instalación y desarrollo de la defensa se requiere la presencia de todos los integrantes del tribunal.

Duración de la Defensa:

- Tendrá una duración de 50 minutos de la cuales 30 minutos será de exposición y 20 minutos de sustentación a preguntas planteadas obligatoriamente por los miembros del tribunal.

12. El director y par académico deliberarán y calificarán la defensa del trabajo de titulación de acuerdo con la rúbrica establecida. Los miembros del tribunal elaboran el acta correspondiente con la calificación final y darán a conocer la nota alcanzada en el trabajo de titulación al estudiante, misma que se hará llegar a la Coordinación de la Unidad de Titulación.

Ponderación de la defensa:

- Calificación sobre cinco (5) puntos.

13. Los estudiantes deberán obtener una calificación mínima de siete puntos sobre diez (7/10) sumadas las calificaciones del trabajo escrito y la defensa. En el caso de ser dos o tres expositores se les consigna una misma calificación por el trabajo escrito y una individual, si uno de los aspirantes no llega a alcanzar la nota mínima el Consejo Directivo aprobará una nueva fecha para una defensa de gracia, la que se realizará en un plazo no mayor a 30 días.

14. La Coordinación de la Unidad de Titulación elabora el correspondiente informe sobre el desarrollo del trabajo de titulación al cual se adjuntarán la o las actas correspondientes.

15. El o los estudiantes deberán entregar en la coordinación de la Unidad de Titulación los siguientes documentos:

- a. 1 empastado de su trabajo de titulación
- b. 3 CDs membretados con el trabajo de titulación (formato PDF, en el caso de haber desarrollado alguna aplicación en uno de los CDs también deberá ir esta aplicación). **ANEXO**
- c. Certificado de no adeudar a Biblioteca,
- d. Certificado de no adeudar Bienes,
- e. Certificado de que el trabajo de titulación se encuentra en la plataforma digital (link biblioteca).
- f. Registro de asesoramiento al trabajo de titulación por el director y par académico.

16. Finalmente, la coordinación de la Unidad de Titulación entrega al Decanato un informe y la documentación de cada estudiante para que se continúe con el registro y elaboración de títulos.

En el Anexo (actividades, tiempos y responsables) se puede apreciar la organización de las diferentes actividades involucradas en el Proyecto de Investigación con sus tiempos y responsables, respectivamente.

C. Entrega de Título

- a. Concluido del trámite administrativo de registro en al SENESCYT la Universidad entregará el título
- b. El estudiante entregará en la secretaria de la carrera el certificado de haber realizado la encuesta a graduados y obtendrán el acta de grado.
- c. La Universidad entregará el título profesional mediante un acto de incorporación.

Funciones de los Diferentes Actores en el Proceso de Titulación

Funciones de la Comisión de la Unidad de Titulación

- a) Orientar en los procesos y desarrollo de las diferentes modalidades de titulación.
- b) Analizar la pertinencia y aprobación de los anteproyectos de los trabajos de titulación y Casos Prácticos.
- c) Orientar y reorientar los anteproyectos que no se ajusten a los requerimientos establecidos en el reglamento.
- d) Elaborar informes de designación para directores y pares académicos.
- e) Definir y publicar las áreas de conocimiento sobre las cuales versará el examen teórico, con su respectivo peso porcentual.
- f) Coordinar, analizar y validar los reactivos y casos prácticos para la conformación del banco de reactivos, que será actualizado cada periodo académico por los docentes de la especialidad.
- g) Planificar y coordinar las capacitaciones para actualización de conocimientos con una duración de 350 horas (20% presenciales y 80% autónomas), con el objetivo de fortalecer las competencias específicas de los estudiantes de las carreras.
- h) Receptar el examen teórico de grado y elaborar el acta.

Funciones del Coordinador de la Unidad de Titulación.

- a) Elaborar la planificación para cada periodo académico de la unidad de titulación.
- b) Planificar, coordinar y ejecutar los procesos de las modalidades de titulación con base en los lineamientos emitidos en las instancias correspondientes.
- c) Elaborar y presentar a Consejo Directivo los informes del proceso de titulación en las diferentes etapas.
- d) Organizar y socializar la programación de acompañamiento para el proceso de titulación.
- e) Llevar un portafolio estudiantil (registro de tutorías de las actividades de titulación, certificación de culminación de la fase académica, oficio de selección de modalidad de titulación, actas generadas en el proceso, certificación de Consejo Directivo de aprobación del anteproyecto).
- f) Elaborar una base de datos con la documentación actualizada de los estudiantes, en función del indicador de seguimiento a graduados.

- g) Elaborar y presentar un informe del indicador tasa eficiencia terminal al finalizar cada período académico.
- h) Responsabilizarse de la cadena de seguridad y confidencialidad del banco de reactivos del examen de fin de carrera y la información reservada dentro del proceso de titulación.
- i) Presentar la tasa de titulación según los requerimientos del organismo pertinente (por cohorte).
- j) Aplicar una encuesta de satisfacción al proceso de titulación en cada modalidad y hacer constar los resultados en el informe de fin de periodo académico

Funciones del Coordinador Académico de Carrera

- a) Designar al coordinador/a de la Unidad de Titulación, quién reunirá su perfil profesional afín a la carrera.
- b) Apoyar y viabilizar las gestiones realizadas por la coordinación de la Unidad de Titulación.
- c) Designar en el distributivo académico a los/as docentes necesarios para su colaboración en las modalidades de la Unidad de Titulación.
- d) Gestionar la logística necesaria para el proceso de titulación.
- e) Designar a los docentes que preparen los módulos de actualización de conocimientos para los casos especiales de estudiantes que se encuentren fuera de los periodos ordinarios de titulación.

Funciones del Director del trabajo de titulación:

- a) Asesorar al estudiante en el desarrollo del anteproyecto del trabajo de titulación para su inscripción en la Unidad de Titulación y su aprobación por Consejo Directivo.
- b) Orientar y dirigir el desarrollo del proyecto del trabajo de titulación, desde su designación hasta su defensa.
- c) Trabajar conjuntamente con el par académico.
- d) Emitir certificado de cumplimiento
- e) Emitir certificación del URKUND u otro similar
- f) Emitir certificación de validación del trabajo de titulación, firmado conjuntamente con el par académico.
- g) Asistir obligatoriamente al acto de defensa.

Funciones del Par académico del trabajo de titulación.

- a) Revisar y emitir sugerencias, recomendaciones del trabajo de titulación en un plazo de 8 días laborables de acuerdo con el cronograma planificado.
- b) Deberá guardar respeto académico y científico el estado de arte de la investigación realizada por el estudiante con su director.
- c) Reunirse con el director y los estudiantes para discutir, analizar y apoyar el desarrollo del trabajo de titulación.
- d) Emitir certificado de cumplimiento
- e) Emitir certificación de validación del trabajo de titulación, firmado conjuntamente con el director.
- f) Presentarse obligatoriamente al acto de defensa.

Funciones de los profesores del área

- a) Preparar el material didáctico para el evento de actualización de conocimiento de acuerdo con las temáticas anexas al presente documento.
- b) Llevar un registro de asistencia de la capacitación y hacer llegar a la Coordinación de Titulación mediante oficio.
- c) Preparar y entregar el número de reactivos y casos prácticos solicitados por esta Unidad en los tiempos solicitados.

Aprobado en sesión extraordinaria No. (05) de Consejo Directivo, de fecha 14 de mayo del 2021

ANEXOS

(Anexo 1) Solicitud para la inscripción en la UT

Guaranda, ____ de mayo de 2021

Ingeniero/a

Coordinador/a Unidad de Titulación Mercadotecnia

Presente. -

De mi consideración:

Yo, _____ con Cédula de Ciudadanía No. _____; estudiante de la **Carrera de Mercadotecnia, de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática**; solicito de la manera más comedida se me inscriba en la Unidad de Titulación con la modalidad de titulación _____, en el período académico _____, para lo cual adjunto los documentos requeridos.

Por la atención que se dé a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Firma del Estudiante

Correo Electrónico: _____

Número de Celular: _____

(Anexo 2) Modelo Ficha de Inscripción

FICHA DE INSCRIPCIÓN

GRUPO No. _____

DATOS PERSONALES

APELLIDOS:	
NOMBRES:	
CÉDULA DE CIUDADANÍA	
DIRECCIÓN DOMICILIO:	
NÚMERO TELÉFONO CELULAR	
NÚMERO TELÉFONO CONVENCIONAL	
E-MAIL INSTITUCIONAL	
E-MAIL PERSONAL	

DATOS INFORMATIVOS

CARRERA:	
MODALIDAD DE GRADUACIÓN:	
PERÍODO ACADÉMICO	
FECHA DE INSCRIPCIÓN	
OBSERVACIONES	

Nota: El documento se lo imprimirá en una hoja con el encabezado y pie de página indicado por la coordinación de titulación.

(Anexo 3) Instrumentos Examen Complexivo

Preparación para el Examen Complexivo

El Examen de Grado está articulado al perfil de egreso, y toma en consideración las áreas en las que ha sido formado el estudiante. Las áreas determinadas por la Comisión de la Unidad de Titulación son:

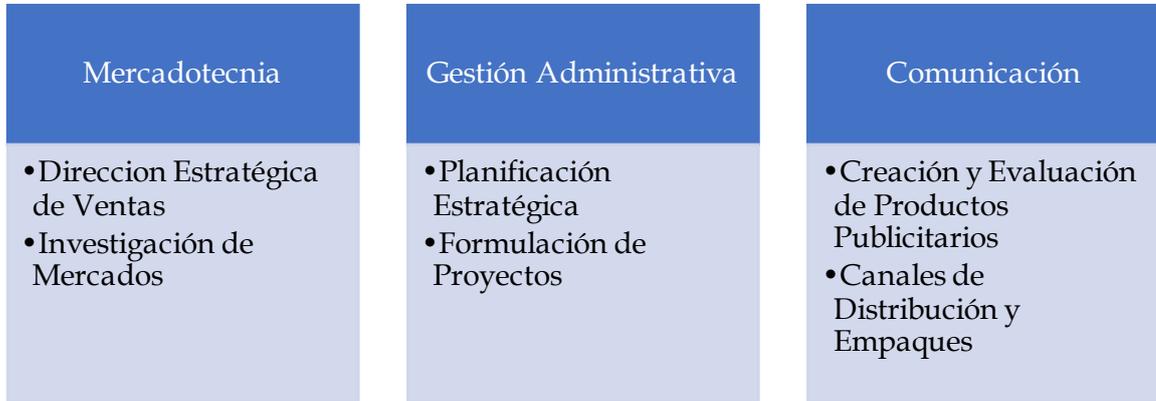


Figura 1. Asignaturas que conforman las distintas áreas a ser evaluadas

Las temáticas correspondientes a las distintas asignaturas se presentan en la Tabla 2.

Tabla 2: Temáticas para evaluar por cada asignatura.

Asignaturas	Temática
Dirección Estratégica de Venta	<p>UNIDAD I NATURALEZA DE LAS VENTAS</p> <p>Pensamiento estratégico Planificación estratégica y el plan de ventas Análisis de mercado Matrices de apoyo a la toma de decisiones Promoción ¿Qué es la Venta? ¿Arte o Ciencia? Venta tradicional y la venta moderna Ventas personales y marketing directo Marketing directo Ventas personales Naturaleza de las ventas personales El papel de la fuerza de ventas Proceso de ventas personales Búsqueda, calificación de prospectos, pre acercamiento, acercamiento, presentación, manejo de objeciones, cierre y seguimiento</p> <p>Unidad II Gestión de la Dirección estratégica de ventas</p> <p>Las Neuro ventas El cerebro de ellos y ellas Métodos de Ventas Neuro Relacionales Preparando el contacto, iniciando la relación, desarrollando empatía, retro accionando requerimientos y descubriendo necesidades, detectando la estrategia de compras del cliente, presentando el producto, cerrando la venta y construyendo una relación permanente Diseño de la Gerencia de Ventas Perfil del equipo de ventas Definición del perfil del vendedor Las funciones del equipo de venta</p>

	<p>Tipos de venta Organización del plan de trabajo del vendedor Estructura del plan de ventas Pronostico de ventas Compensación de ventas</p> <p>UNIDAD III LA FUERZA DEL VENTAS Administración de la gerencia de ventas Diseño de la estructura y fuerza de ventas Reclutamiento y selección de vendedores Capacitación de vendedores Remuneración de vendedores Motivación en ventas Supervisión de vendedores Evaluación de vendedores Manejo de objeciones en las ventas Negociación Técnicas de cierre de ventas Comunicación y comportamiento Seguimiento pos-venta Servicio al cliente</p>
<p>Investigación de Mercados</p>	<p>Unidad I Introducción a la Investigación de mercados Definición de investigación de mercados Aplicaciones de la investigación de mercados Fuentes de investigación en la investigación de mercados, según disponibilidad y según procedencia Niveles y tipos de investigación Definir el objetivo de la investigación Efectuar el análisis situacional, investigación informal Definir el problema y proponer las hipótesis</p> <p>Unidad II Bases de la investigación de mercados Tipología de la investigación de mercados Investigación exploratoria, cualitativa Investigación concluyente, descriptiva, causal Proceso de toma de decisiones Tipos de respuesta de los clientes Diseño de la investigación de mercados Fuentes de información</p> <p>Unidad III Métodos y recolección de datos Errores en a la investigación de mercados Recopilación de datos primarios Tipos y componentes de cuestionarios Definición y componentes e importancia del cuestionario Definición de los cuestionarios y métodos</p>
<p>Planificación Estratégica</p>	<p>Unidad I EL PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA La administración estratégica y su importancia en las organizaciones El Proceso de administración y/o planificación estratégica Modelos de Administración Estratégica El diagnóstico estratégico La misión, visión, objetivos, valores y filosofía institucionales.</p> <p>Unidad II ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA ORGANIZACIÓN Análisis del Macro entorno - PEST Análisis del micro entorno - 5FMP Análisis interno: Ciclo de vida del producto.</p>

	<p>Análisis de atractividad y Boston Consulting Group General Electric y radar estratégico FODA Unidad III PROPUESTA ESTRATÉGICA Escenarios de planificación Determinación de Objetivos, metas, indicadores y estrategias Operacionalización de Estrategias Evaluación a la Planificación Estratégica</p>
<p>Formulación de Proyectos</p>	<p>Unidad I Estudio de Mercado Instrumentos de investigación Segmentación de mercados Población y tamaño de la muestra Tabulación, presentación y análisis de resultados Definición del producto o servicio Análisis de la demanda, oferta y proyecta sus datos Análisis de los precios del mercado</p> <p>Unidad II estudio técnico - Administrativo organizacional El tamaño del proyecto Localización optima del proyecto Ingeniería del proyecto o proceso productivo La distribución de la planta Requerimientos de maquinaria del proyecto Nombre de la empresa y sus accionistas con sus aportes, Misión, visión, objetivos, slogan, y logotipo. Orgánico estructural y funcional Requisitos para la legalización de la empresa</p> <p>Unidad III estudio financiero Plan de inversión del proyecto Costos del proyecto Gastos del proyecto Depreciaciones Ingresos del proyecto Ingresos vs costos</p>
<p>Creación y Evaluación de Productos Publicitarios</p>	<p>Unidad I Marketing comunicación y publicidad Rol de la publicidad en la mercadotecnia Comunicación y publicidad Fundamentos de la publicidad Características- proceso- funciones</p> <p>Unidad II Tipos de publicidad y recursos publicitarios Tipos de publicidad Publicidad según el medio Formatos publicitarios Tipos de publicidad por su naturaleza Propaganda Lenguaje publicitario Retórica de imagen Técnicas creativas Estereotipos en la publicidad</p> <p>Unidad III Campaña Publicitaria Agencia publicitaria Planificación de una campaña publicitaria Brief publicitario Plan de medios</p>

	<p>Selección de medios y formatos publicitarios Presupuesto publicitario Estrategia creativa</p>
Canales de Distribución y Empaques	<p>UNIDAD 1 GENERALIDADES DE LA LOGÍSTICA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN Introducción administración de logística Distribución Mapa conceptual, concepto y objetivos principales de la logística Funciones principales de la logística Funciones principales de la administración de la logística Distribución física - concepto, costos y objetivo Importancia y beneficios de la distribución física Tendencias de la distribución Medios de transporte: concepto y clasificación Ciclo de la logística Casos empresariales de distribución de la logística Teorías básicas de los canales de distribución y su administración Canales de distribución, definición, funciones e importancia Tipos de canales de distribución y dimensiones conductuales de los canales de distribución</p> <p>UNIDAD II DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DEL ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE (EEE) Selección de un canal de distribución y factores que influyen en la selección Canales de distribución alternativos y participantes de los canales de distribución Intermedios y agente Mayorista y minorista importancia y perspectiva de desarrollo Función de los intermediarios Merchandising: concepto, introducción importancia, tipos y tendencias Introducción empaque, empaque y embalaje (EEE), generalidades y conceptos, principales factores que afectan el mercado EEE Sistema de exportación EEE para productos de alimentos e industriales Las 7 misiones claves del empaque ante el consumidor Diseño gráfico para EEE y ejemplos</p>

En la Tabla 3 se presenta un resumen del número de preguntas de cada área del componente teórico

Tabla 3. Número de Preguntas por Área para Componente Teórico

Área	Asignatura	Número de Preguntas	Porcentaje de aporte al Examen
Marketing	Dirección Estratégica de Venta	17	34%
	Investigación de Mercados	17	
Gestión Administrativa	Planificación Estratégica	17	34%
	Formulación de Proyectos	17	
Comunicación	Creación y Evaluación de Productos Publicitarios	16	32%
	Canales de Distribución y Empaques	16	
TOTAL		100	100%

Preparación para el Examen De Grado

El Examen de Grado requiere del mismo tiempo de preparación que el exigido en las otras modalidades de titulación.

La Tabla 4 resume la cantidad de horas que el estudiante debe invertir en su preparación para el Examen de Grado, así como la cantidad de horas de los eventos de actualización de conocimientos.

Tabla 4. Preparación para Examen de Grado

Componente	Asignatura	Eventos de Actualización	Preparación Autónoma
COMPONENTE TEÓRICO	Dirección Estratégica de Ventas	14	45
	Investigación de Mercados	14	45
	Planificación Estratégica	13	45
	Formulación de Proyectos	13	45
	Creación y Evaluación de Productos Publicitarios	13	45
	Canales de Distribución y Empaques	13	45
	TOTAL (horas)	80	270
COMPONENTE PRÁCTICO	Ejercicio Práctico		50
	TOTAL HORAS	400	

La Carrera proporcionará al estudiante eventos de actualización según la cantidad de horas señaladas en la tabla 8.

El docente para las tutorías de solución del ejercicio práctico es de elección del estudiante, el cual deberá coordinar sus encuentros en relación a la disponibilidad horaria del docente y llevará un registro de las tutorías realizadas. **Anexo**

Las tutorías se realizarán de forma virtual y/o presencial dependiendo de la complejidad del ejercicio práctico y la disponibilidad de los docentes y estudiantes.

El docente tutor del caso práctico debe presentar en la Coordinación de Titulación de la Carrera el seguimiento al acompañamiento estudiantil. **Anexo**

Bibliografía recomendada

Tabla 5: Bibliografía Recomendada

Asignatura	Bibliografía
Dirección Estratégica de Ventas	Gerencia de ventas, sot, Gbariel, J., 2012, McGraw-Hill Interamericana S.A., 9789584104618 Neuroventas: Conozca como funciona el cerebro para vender con inteligencia y resultados exitosos, Braidot, NEstor, 2013, Ediciones Granica, 9789506417758. Marketing versión para america latina, Kloter, Philip y Armstrong, 2007, pearsoneducacion S.A., 9789702614739
Investigación de mercado	Investigación Integral de mercados, José Nicolás Jany Castro, 2009, McGraw - Hill Cuarta Edición, 9789584103994 Código 658.83 j33i Investigación de Mercados, Naresh K. Malhotra, 2008 Pearson Educación Quita Edición, 9789702611851 Código 658.83

	<p>M249i Investigación de Mercados: Un enfoque gerencial, Fabio Plazas Rojas, 2013, Colombia Ediciones de la U, 9789587621631 Código 658.83 P715i Introducción a la Investigación de Mercado, Benassinni Marcela, 2014, Pearson Educación S.A 9786073228022 978607322839 Código 658.83 B457i https://www.rdstation.com/blog/es/marketing-relacional/ https://www.gestiopolis.com/que-es%20marketing-relacional/ https://www.marketeroslatam.com/wp-content/uploads/2015/05/CRM-MKT-RELACIONAL.pdf https://www.gestiopolis.com/ https://www.gestiopolis.com/herramientas-gestion-relaciones-clientes/</p>
Planificación Estratégica	<p>Planeación Estratégica: Fundamentos y Casos, Rojas D. & Medina L. 2012, 97895876260047 Marketing Planeación Estratégica, McCarthy J. & Perreault., 1998, 9586007731 Planificación Estratégica y Gestión de la Publicidad, Ayestarán R. & Rangel C.2012, 9788473568678 Metodologías Avanzadas para la planificación y mejora, Membrano J.2007, 9788479788193, Fundamentos de Marketing: Entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial. Baena V. 2012, 9788497884648 Fundamentos de Marketing, David Joobert & John Fahy, 2007 9788448156602 http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/planificacion.estrategica.html http://200.40.96.180/images/conceptos_y_vinculo_cg.pdf</p>
Formulación de Proyectos	<p>Preparación y evaluación de proyectos, SapagChain, 2008, McGraw-Hill, 9789562782067 Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Fernandez Luna, Gabriela, 2010, Instituto politecnico nacional, 9781449225360 Proyectos de inversión para las pyme, Flores Uribe, Juan, 2010, Ecoe-Ediciones, 9789586486477</p>
Creación y Evaluación de Productos Publicitarios	<p>Como evaluar su publicidad, Marketing Publishing, 2017, Diaz de Santos, elibro. La publicidad, B.F. Erickson, 2010, Firmas Press, 9781449222192 Publicidad principio y práctica, Wells, Moriart, y Burnett, 2007 Pearson Educación, 9789702610878</p>
Canales de Distribución y Empaques	<p>Marketing Logístico, Riveros Gustavo, 2016 ECOE Ediciones, 9789587712872 Canales de Distribución Logístico Comerciales, Eslava Luis, 2017, Ediciones de la U, 9789587626742 El empaque: factores y diseño para el empaque, Abdegano, yate, 2016, Ediciones de La U, 97895876225806</p>

Al Finalizar el proceso de titulación la Coordinación aplicará una encuesta de satisfacción a los estudiantes (en línea). **Anexo**

Tipo de Preguntas

A continuación, se presentan ejemplos de preguntas de las distintas asignaturas las respuestas son marcadas de color amarillo.

1.- Qué es la publicidad

- a) Es la comunicación comercial que tiene como objetivo persuadir e incrementar el consumo de un bien o servicio.
- b) Los comerciales que se hacen en televisión.
- c) Un jingle que se transmite por radio.
- d.- Todas las anteriores

2.- Los objetivos principales de la publicidad son:

- a) Desinformar, recordar y enseñar
- b) Aludir, informar y persuadir
- c) Informar, persuadir y recordar
- d) Recordar, persuadir y molestar

3.- Qué son los medios Publicitarios

- a) Es la comunicación verbal entre el vendedor y comprador.
- b) Son los canales de comunicación que utilizan las empresas para llegar a su público objetivo y exponer el mensaje publicitario.
- c) Es el recordatorio de las promociones de ventas.
- d) Todas las anteriores

4.- Los medios tradicionales para hacer publicidad son:

- a) Revistas, Radio y Afiches
- b) Televisión, Radio y Prensa
- c) Perifoneo, Rótulos y Prensa
- d) Ninguna de las anteriores

Profesores

Tabla: Profesores a cargo de las asignaturas

Asignaturas	Profesor	Correo electrónico	Teléfono Celular
Dirección Estratégica de Ventas	León Monar Patricia de Lourdes, Ing.	pleon@ueb.edu.ec	0986268194

Investigación de Mercados	Camacho Arellano Wilter Rodolfo, Ing. Alarcón Quinatoa Gina Jackeline, Ing.	wcamacho@ueb.edu.ec galarcon@ueb.edu.ec	0997839133 0999370036
Planificación Estratégica	Quizhpe Baculima Víctor Hugo, Ing.	vquizhpe@ueb.edu.ec	0998063033
Formulación de Proyectos	Alban Trujillo Paola Estefanía, Ing.	palban@ueb.edu.ec	0993817115
Creación y Evaluación de Productos Publicitarios	Barreto Bonilla Jessica Andrea, Ing.	jbarreto@ueb.edu.ec	0995368936
Canales de Distribución y Empaques	Viscarra Armijos Charles Paúl, Ing.	chviscarra@ueb.edu.ec	0991460644

Observación: Docentes considerados por horas de titulación en la Carrera y por afinidad con las asignaturas.

Estructura del informe Ejercicio Práctico

Portada

Índice

1. Tema
2. Problema
3. Proceso de Solución
4. Resultados
5. Conclusiones
6. Recomendaciones
7. Bibliografía
8. Anexos

Portada del membrete CD



Formato de Acompañamiento al Ejercicio Práctico

EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEXIVO ACOMPÑAMIENTO EJERCICIO PRÁCTICO

TÍTULO DEL EJERCICIO PRÁCTICO:

ESTUDIANTE:

DOCENTE TUTOR:

Fecha	Tema Tratado	Observación

Docente Tutor

Estudiante

Nota: Anexar evidencias de los encuentros de tutorías, virtual y/o presencial (capturas de pantalla, fotografías u otros).

1. TEMA DEL ANTEPROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Dominio	Línea	Sub Línea	
ECON Economía Empresas y Productividad	Desarrollo Económico y Empresarial	Innovación Social	
		Desarrollo de Emprendimientos	
		Perspectiva del desarrollo económico	
		Tendencias y tenciones del desarrollo Empresarial	
		Economía Popular y Solidaria	
		Responsabilidad Social Empresarial	
		Desarrollo Local, Empresas y territorios	
		Aplicación del Marketing a la Economía	
	Gestiones Administrativas y Contables	Gestión y Administración de Emprendimientos	
		Factores Condicionantes de la gestión empresarial	
		Responsabilidad Social Empresarial	
		Gestión empresarial Sostenible	
		Aplicación del Marketing a la economía	

3. INFORMACIÓN GENERAL

3.1 PROPONENTE(S):

CARRERA:
NOMBRE:
CEDULA:
E-MAIL:
TELEFONO:

CARRERA:
NOMBRE:
CEDULA:
E-MAIL:
TELEFONO:

3.2 DIRECTOR PROPUESTO PARA EL TRABAJO DE TITULACIÓN:

NOMBRE:
CEDULA:
E-MAIL:

3.3 ORGANIZACIÓN DONDE SE APLICARÁ EL TRABAJO:

XXXXXXXXXX

4. FORMULACIÓN GENERAL DEL ANTEPROYECTO

- Tema
- Descripción del Problema
- Formulación del Problema
- Justificación (debe incluir la línea de investigación a la cual aportará el trabajo)
- Objetivos: General y Específicos
- Hipótesis / Idea a Defender
- Variables
- Operacionalización de Variables

5. MARCO TEÓRICO

- Antecedentes (académicos y artículos de investigación)
- Científico (bases teóricas en la que fundamenta la investigación)
- Conceptual
- Legal
- Georeferencial

6. METODOLOGÍA

- Tipo de Investigación
- Enfoque de la investigación
- Métodos de Investigación
- Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos
- Universo, Población y Muestra
- Procesamiento de la Información

7. CRONOGRAMA TENTATIVO (GANTT)

8. PRESUPUESTO

9. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

10. ANEXOS

- Carta de aceptación de la organización donde se aplicará el trabajo de titulación.

11. FIRMAS

Nombre Apellido
Estudiante

Nombre Apellido
Director Propuesto

Nota: Revisar en el **anexo** la descripción del contenido de cada uno de los apartados.

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

DERECHOS DE AUTORIA NOTARIZADA

ÍNDICE DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

INTRODUCCIÓN

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- Descripción del Problema
- Formulación del Problema
- Justificación (debe incluir la línea de investigación a la cual aportará el trabajo)
- Objetivos: General y Específicos
- Hipótesis
- Variables
- Operacionalización de Variables

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

- Antecedentes (académicos y artículos de investigación)
- Científico (bases teóricas en la que fundamenta la investigación)
- Conceptual
- Legal
- Georeferencial

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

- Tipo de Investigación
- Enfoque de la investigación
- Métodos de Investigación
- Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos
- Universo, Población y Muestra
- Procesamiento de la Información

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

- Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

CAPÍTULO V. PROPUESTA

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

- Cronograma (Gantt)
- Presupuesto Ejecutado

- Instrumentos de recopilación de datos (cuestionario, guion entrevista, ficha de observación, entre otros)
- Otros

Nota 1: Revisar en el **anexo** la descripción del contenido de cada uno de los apartados.

Nota 2: Los formatos del documento serán de acuerdo con las consideraciones generales para el mecanografiado y la impresión del trabajo de titulación, adjunto. **Anexo**

Rubrica para la evaluación del trabajo de titulación



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

RÚBRICA PARA EVALUAR EL TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: Mercadotecnia

MODALIDAD DE TITULACIÓN: Proyecto de Investigación

ESTUDIANTE (S):

TEMA:

DIRECTOR/PAR ACADÉMICO:

FECHA:

Calidad de Exposición /5 puntos

ELEMENTOS QUE CONSIDERAR PARA LA EVALUACIÓN

ELEMENTOS A EVALUAR	EXCELENTE (100%)	MUY BUENO (80%)	BUENO (60%)
Presentación y expresión escrita (20%) (1 Punto)	<ol style="list-style-type: none"> 1.El formato y la extensión del trabajo se adecua a las normas establecidas en el reglamento de titulación 2. El trabajo se presenta anillado y paginado. Corrección gramatical y ortográfica 4.Redacción correcta y coherente, incluyendo el segundo idioma 5. Los esquemas, tablas, gráficos clarifican el discurso escrito 	<ol style="list-style-type: none"> 1.El formato y la extensión del trabajo muy poco se adecua a las normas del reglamento de titulación 2. El trabajo se presenta a través del correo electrónico o llamadas telefónicas 3. Poca Corrección gramatical y ortográfica 4.Redacción poca entendible y coherente, incluyendo el segundo idioma 5. Los esquemas, tablas, gráficos no clarifican el discurso escrito 	<ol style="list-style-type: none"> 1.No existe formatos del reglamento de titulación 2. No existen normas del reglamento de titulación 3. No existe presentación del trabajo anillado y paginado 4. No existen Los esquemas, tablas, gráficos, que clarifiquen el discurso escrito
Título introducción y revisión bibliográfica (20%) (1 punto)	<ol style="list-style-type: none"> 1.Las partes tienen una amplitud equilibrada 2.El título se adecua al trabajo y es claro y preciso 3. Las fuentes utilizadas están relacionadas con el tema y los objetivos 4 El marco teórico está actualizado y las citas son de relevancia científica 5 El marco teórico adecuado al estudio Objetivos claros, adecuados y redactados en infinitivo 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Las partes tienen poca amplitud equilibrada 2.El título es poco adecuado al trabajo y es escaso y poco preciso 3. Las fuentes utilizadas son pocas veces están relacionadas con el tema y los objetivos 4 El marco teórico no es actualizado 5 El marco teórico es insuficiente 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Las partes no tienen amplitud equilibrada 2.El título no es adecuado al trabajo 3. No existen fuentes utilizadas que estén relacionadas con el tema y los objetivos 4 No existe marco teórico

ELEMENTOS A EVALUAR	EXCELENTE (100%)	MUY BUENO (80%)	BUENO (60%)
Metodología (25%) (1.25 puntos)	1. Se ha expuesto el método de investigación correctamente 2. El método de investigación es adecuado 3. Los instrumentos de recogida de datos son coherentes con el objetivo 4. Los materiales utilizados han sido los apropiados 5. La población y la muestra son las correctas	1. El método de investigación no es el correcto 2. El método de investigación no es adecuado 3. Los instrumentos de recogida de datos no son coherentes con el objetivo 4. Los materiales utilizados no son los apropiados 5. La población y la muestra son inapropiadas	1. No existe el método de investigación aplicado 3. No existen Los instrumentos de recogida de datos coherentes con el objetivo 4. No existen los materiales utilizados 5. No existe La población y la muestra
Resultados, discusión y conclusiones (25%) (1.25 puntos)	1. Los resultados coinciden con los objetivos propuestos 2. Los resultados se describen con claridad, de lo general a lo particular 3. Los resultados se comparan con otros estudios realizados 4. Las conclusiones se ajustan al estudio 5. Conclusiones claras y tangibles	1. Los resultados muy poco coinciden con los objetivos propuestos 2. Los resultados se describen de manera equivocada, de lo general a lo particular 3. Los resultados no se comparan con otros estudios realizados 4. Las conclusiones no se ajustan al estudio 5. Conclusiones poco entendibles y no tangibles	1. No existen resultados que coincidan con los objetivos propuestos 2. No existen resultados descritos 3. No existen comparación de resultados con otros estudios realizados 4. No existen Las conclusiones que se ajustan al estudio
Bibliografía (10%) (0.5 puntos)	1. Se incluyen todas las fuentes 2. Se incluyen todas las referencias 3. Coinciden con las del texto	1. Se incluyen pocas fuentes 2. Se incluyen pocas referencias 3. poco coinciden con las del texto	1. No se incluyen fuentes, y referencias 2. No Coinciden con las del texto

INDICADORES DE EVALUACIÓN

INDICADOR	Calificación		
	Números	Letras	%
Presentación y expresión escrita (de 0 a 1 punto)			20
Título introducción y revisión bibliográfica (de 0 a 1 punto)			20
Metodología (de 0 a 1.25 puntos)			25
Resultados, discusión y conclusiones (de 0 a 1.25)			25
Bibliografía (de 0 a 0.5 puntos)			10
TOTAL /5			100

Firma Tutor(a)/ Par Académico

Rubrica para Evaluar la Defensa

RÚBRICA PARA EVALUAR LA SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: Mercadotecnia

MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTE(S):

TEMA:

TUTOR(A)/PAR ACADÉMICO:

FECHA:

Calificación sobre 5 puntos

INDICADORES DE EVALUACIÓN

	INDICADORES	EXCELENTE (91-100%)	MUY BUENO (71-90%)	BUENO (41-70%)	REGULAR (21-40%)	INSUFICIENTE (0-20%)	TOTAL
CALIDAD DE EXPOSICIÓN (2,50)	CONOCIMIENTO DEL PROYECTO	(1,14-1,25)	(0,89-1,13)	(0,51-0,88)	(0,26-0,50)	(0-0,25)	
	DIRECTOR (A)						
	PAR ACADEMICO						
	APOYO DIDACTICO	(0,58-0,63)	0,45-0,57)	(0,26-0,44)	(0,14-0,25)	(0-0,13)	
	DIRECTOR (A)						
	PAR ACADEMICO						
	EXPRESION ORAL CON LENGUAJE TÉCNICO	(0,30-0,32)	0,23-0,29)	(0,14-0,22)	(0,07-0,13)	(0-0,06)	
	DIRECTOR (A)						
	PAR ACADEMICO						
	EXPRESIÓN CORPORAL	(0,28-0,30)	(0,22-0,27)	(0,13-0,21)	(0,07-0,12)	(0-0,06)	
	DIRECTOR (A)						
	PAR ACADEMICO						
TOTAL EXPOSICION							
SUSTENTACION (2,50)	SUSTENTACION (RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS)	(2,26-2,50)	(1,76-2,25)	(1,01-1,75)	(0,6-1)	(0-0,5)	
	DIRECTOR (A)						
	PAR ACADEMICO						
TOTAL SUSTENTACION							

Nombre Docente
DIRECTOR

Nombre Docente
PAR ACADÉMICO

SECRETARIA

Anexo Descripción del Contenido de la estructura del trabajo de titulación

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

Contiene una visión general del tema investigado, da una idea breve pero clara de lo que se hallará al leer todo el documento. Se recomienda que se la redacte después de terminar el trabajo de investigación, para su redacción considere los siguientes aspectos en el orden presentado: (1) Defina el tema elegido para el trabajo de investigación, (2) Indique la razón o interés por la que hizo la investigación, (3) Describa la metodología empleada, (4) Señale la finalidad u objetivos del desarrollo del trabajo de investigación, (5) Presente un resumen del contenido en los diferentes capítulos.

RESUMEN

Es un texto breve y preciso que sintetiza los aspectos centrales del texto del trabajo de investigación, para su redacción considere los siguientes aspectos en el orden presentado: (1) El objetivo general del trabajo, incluida la hipótesis de ser el caso, (2) La metodología empleada, (3) Principales resultados (descubrimientos e interpretación), conclusiones, el tipo de prueba de hipótesis realizado y recomendaciones. Debe ser redactado en un solo párrafo de 200 a 250 palabras en tiempo pasado, excepto las conclusiones que llevan el verbo en presente.

(4) Palabras clave, es un término o frase corta que condensa los ejes más importantes que se presentan en la investigación, coloque mínimo 3 y máximo 5.

ABSTRACT

Es el resumen con sus palabras claves traducidos al idioma inglés de manera técnica.

CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Descripción del Problema

Se describe de manera amplia y coherente la situación problemática de la realidad social, económica, cultural, científica o tecnológica, que motivan al investigador a seleccionar un tema determinado. Teniendo en cuenta los hechos, las relaciones y explicaciones que permitan comprender el origen del problema. Deben enunciarse referencias que sustenten la situación problemática.

Su redacción se la debe realizar acorde a los métodos para plantear el problema, tales como: método DQP, método CEA, método del embudo, entre otros.

Formulación del Problema

La formulación de un problema consiste en la presentación oracional o interrogativa del mismo, es decir, reducción del problema a términos concretos, explícitos, claros y precisos. En consecuencia, es la concreción del planteamiento en una expresión o pregunta precisa y delimitada en cuanto a espacio, tiempo y población.

Esta formulación se denomina también problema de investigación principal, a partir del cual se redacta el objetivo general y la hipótesis central, en este marco.

Justificación

Son las motivaciones que llevan a una persona, estudiante a realizar la investigación. Aquí se trata de vender la propuesta de investigación. Se responde a las preguntas ¿Por qué? y ¿Para qué?, se debe demostrar el por qué la investigación es necesaria e importante, sus beneficios, sus beneficiarios y si existen otras experiencias. Necesaria, porque existen una serie de impactos que están perjudicando a la empresa, ejemplo, morosidad, retrasos en las entregas, disminución de la rentabilidad, reducción de la participación en el mercado, cierre de agencias, entre otros.

Importancia, relevancia, trascendencia porque con la investigación se va a lograr determinar las causas de la morosidad, los retrasos en las entregas, la disminución de la, rentabilidad, entre otros.

Beneficios, cómo se van a beneficiar al conocer la situación problema por la que están atravesando en cuanto a la morosidad, retrasos en las entregas, disminución de la rentabilidad, reducción de la participación en el mercado, cierre de agencias, entre otros.

Beneficiarios, identificar los beneficiarios directos e indirectos de la investigación, pueden ser los directos, los socios de las empresas, los directivos de las entidades e indirectos los trabajadores y sus familias, los proveedores, entre otros.

Otras experiencias, se refiere a las investigaciones similares que se han realizado en otras empresas e instituciones y cuyos resultados están a la vista.

Objetivos: General y Específicos

Los objetivos deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas, es decir, susceptibles de alcanzarse. Son las guías del estudio y hay que tenerlos presentes durante todo su desarrollo. Al redactarlos, es habitual utilizar verbos en infinitivo y derivados del tipo: “describir”, “determinar”, “demostrar”, “examinar”, “especificar”, “indicar”, “analizar”, “estimar”, “comparar”, “valorar”, “relacionar” entre otros, respecto de los conceptos o variables incluidas. Evidentemente, los objetivos que se especifiquen deben ser congruentes entre sí.

Explicitar los objetivos es responder a las preguntas *qué se va a hacer, cómo se lo va a hacer y para qué se lo va a hacer*. Es decir, se trata de indicar el destino del trabajo de investigación y los efectos que se pretenden alcanzar con su realización.

Objetivo General

La función principal de todo objetivo general es formular el propósito central de la investigación; por lo que en este se establece la meta alcanzar con el desarrollo del estudio.

Objetivos Específicos

Se plantean al menos dos con base a las variables X y Y, es decir de la variable dependiente e independiente.

Son más inmediatos que el Objetivo General. Son especificaciones o pasos que hay que dar para alcanzar o consolidar el objetivo general. Establecen la direccionalidad de la intervención, es decir, detalla las actividades que se encuentran siempre subordinadas a estos.

Hipótesis

Las hipótesis son las guías para la investigación, indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones, son respuestas provisionales a las preguntas de

investigación, lo que ha facilitado a la ciencia el logro de hallazgos sumamente significativos para su desarrollo. Luego de su comprobación, la hipótesis genera nuevos conocimientos que pasan a formar parte del saber humano.

La hipótesis es una explicación tentativa y está formulada como proposición, después de la investigación se determina si se acepta o se rechaza la hipótesis planteada, en el ámbito de la investigación científica, las hipótesis son proposiciones tentativas acerca de las relaciones entre dos o más variables y se apoyan en conocimientos organizados y sistematizados.

Las hipótesis surgen:

- del planteamiento del problema,
- del postulado de una teoría,
- del análisis de una teoría,
- de generalizaciones empíricas de del problema de investigación y
- de estudios realizados o antecedentes consultados.

Variabes

Una variable posee las siguientes características:

- Es cambiante.
- Es un sustantivo, no un adjetivo.
- Puede asumir más de un valor o categorías.
- Puede definirse y evaluarse de diferente forma, de acuerdo con el propósito de la investigación o las características de los participantes.

La escala o nivel de medición de una variable determina el análisis estadístico adecuado de los datos de un estudio. Las escalas o niveles de medición pueden conceptualizarse en cuatro tipos: nominal, ordinal, de intervalo y de razón.

Cuando se estudia la relación entre variables, generalmente se considera que éstas tienen una conexión de causa y efecto. La variable independiente es aquella que se considera la "causa", y la que representa el "efecto" es la variable dependiente. En un experimento, la variable manipulada es la independiente y la variable que se mide es la dependiente.

- **Variable dependiente.** _ refleja los resultados de un estudio de investigación, los cuales dependen del tratamiento experimental o de lo que el investigador modifica o manipula.
- **Variable independiente.** _ representa los tratamientos o condiciones que el investigador controla para probar sus efectos sobre algún resultado. Una variable independiente se manipula en el desarrollo de un experimento con el objetivo de entender los efectos de tal manipulación sobre la variable dependiente.

Cuando la relación entre una variable independiente y una dependiente se registra en una gráfica, la independiente siempre se ubica sobre el eje horizontal y la dependiente sobre el vertical. Algunas investigaciones pueden enfocarse en la variable independiente y estudiar su efecto sobre diversas conductas, en tanto que otras pueden enfocarse en la variable dependiente y estudiar la forma en que diversas variables independientes afectan esa conducta.

Operacionalización de Variables

Una variable es un constructo que debe traducirse en formas concretas de observación o manipulación, por lo que la definición operacional indica las operaciones o técnicas utilizadas para manipularla o medirla.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

- **Antecedentes (académicos y artículos de investigación)**

Los antecedentes de la investigación hacen referencia a los estudios previamente realizados: tesis, trabajos de grado y post grado (académicos), artículos e informes científicos (artículos de investigación) que están relacionados al problema planteado. Es decir, son investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el proyecto que se está desarrollando.

Es necesario considerar para citar las referencias en los antecedentes de la investigación el autor (es), año en el que se realizó la investigación de preferencia deben ser consideradas investigaciones que tengan una antigüedad hasta de 5 años, la institución a la cual se presentó, objetivos, metodología y principales hallazgos y aportes de estos, no mayor a 250 palabras por cada cita.

Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.

En los antecedentes se debe considerar las siguientes interrogantes: ¿Qué se sabe del tema?; ¿Qué estudios se han hecho en relación a él?; ¿Desde qué perspectivas se ha abordado? Y además se deberá abordar a nivel macro (análisis a nivel mundial), meso (análisis a nivel nacional) y micro (análisis provincial y local del lugar donde se va a realizar la investigación; haciendo hincapié en los problemas que fundamentan con información estadística)

- **Científico** (bases teóricas en la que fundamenta la investigación)

Es el conjunto de paradigmas, teorías y enfoques teóricos que fueran analizados por un grupo o un autor y se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio. Constituye un sistema teórico integrado por hechos, hipótesis que deben ser compatibles entre sí, representado y experimentado de manera objetiva a través del llamado cuerpo del conocimiento científico.

Es un conjunto de referentes estructurados en un sistema teórico (síntesis de los resultados alcanzados de su propia experiencia y de la revisión de la literatura científica) para adoptar una posición o corriente de opinión científica que le permita sustentar y justificar el problema de la investigación iniciada.

- **Conceptual**

Es la presentación de las definiciones que hace referencia a las variables planteadas, categorías o términos utilizados a lo largo de la investigación, a través de la revisión de publicaciones de varios autores se busca encontrar aquellas definiciones, conceptos y líneas para enmarcar la investigación e interpretar los resultados y las conclusiones que se alcanzan.

El marco conceptual es diferente a un glosario, pues este es una simple descripción de una lista de palabras, es decir, un mini diccionario.

- **Legal**

Se debe colocar el conjunto de leyes, normas y reglamentos que le dan fundamento legal a la investigación. Se deberá indicar el contenido de las leyes y seleccionar aquellos artículos o acápites que guarden estrecha relación con el tema de investigación.

Para organizarlo se recomienda dividirlo en dos partes, legislación internacional y legislación nacional. Simultáneamente, deberás hacer otra subdivisión donde clasifiques las normas de acuerdo con su característica, es decir, abrir subtítulos así:

- Leyes
- Decretos
- Resoluciones
- Acuerdos
- Ordenanzas
- Sentencias
- Circulares

- **Georeferencial**

Se refiere a la ubicación geográfica o territorial en el que se presenta el problema de estudio o se realiza la investigación. Es el espacio o territorio el cual se define de manera precisa para identificar los fenómenos que inciden en el problema: parroquia, cantón, provincia, país u otros.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

Los tipos de investigación puede comprenderse y llevarse a cabo desde múltiples perspectivas, atendiendo a diferentes aspectos de la misma. Está presente en todos los campos profesionales y del saber científico. Los diferentes tipos de investigación pueden involucrar tanto los sentidos y las experiencias humanas, como los saberes teóricos, la lógica, los lenguajes formales y la metodología (especialmente en el caso del método científico).

Por ende, existen tantos tipos de investigación como enfoques específicos sobre el proceso de la investigación, es decir, que para clasificar la investigación debemos atender aspectos distintos de la misma, en función de su propósito, del nivel de profundidad con el que se estudia un fenómeno, el tipo de datos empleados, según el grado de manipulación de las variables, según el tipo de inferencia, el tiempo que tome estudiar el problema, entre otros.

Enfoque de la investigación

Es un proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionado a los métodos de investigación, generalmente asociado con la investigación cualitativa y/o cuantitativa, acorde al tipo de realidad que se estudia, las metas de la investigación, la lógica del proceso investigativo y el tipo de datos del estudio.

La escogencia del enfoque de investigación, es decir, la definición de la naturaleza del estudio a realizar basado en el principio teórico-metodológico, el cual resulta fundamental para la comprensión del proceso de investigación.

Métodos de Investigación

Son los distintos modelos de procedimientos que se pueden emplear en una investigación específica, atendiendo a las necesidades de la misma, o sea, a la naturaleza del fenómeno que deseamos investigar; es decir, son las formas de realizar una investigación o el procedimiento que siguen las ciencias.

Se clasifican en lógicos y en empíricos. Los métodos lógicos de investigación implican la utilización del pensamiento y el razonamiento para ejecutar deducciones, análisis y síntesis. Los métodos empíricos de investigación se aproximan al conocimiento mediante experiencias replicables, controladas y documentadas, que conocemos bajo el nombre de experimentos.

Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Las **técnicas** son utilizadas con la finalidad de recopilar información, las cuales dependerán de la pregunta que guía la investigación, los datos obtenidos pueden ser de:

- **Fuentes Primarias:** Se obtiene información por contacto directo con el sujeto de estudio; por medio de observación, encuesta, entrevistas, grupos focales, sondeos, entre otros.
- **Fuentes Secundarias:** El dato no es tomado directamente, sino que se aprovechan aquellos que fueron previamente recogidos por otras personas; por medio de la revisión bibliográfica.

Un **instrumento de recolección de datos** es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información; por ejemplo: Fichas, formatos de cuestionario, guías de entrevista, escalas de actitudes u opinión, entre otras que deberán ir de la mano de las técnicas de recopilación de información.

Universo, Población y Muestra

Universo: Es la totalidad de individuos o elementos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible a ser estudiada.

Población: Es la suma de todos los elementos que comparten un conjunto común de características y que constituyen el universo para el propósito del problema de la investigación.

Muestra: Es el subgrupo de elementos de la población seleccionado para participar en el estudio.

Procesamiento de la Información

Una vez obtenida y recopilada la información se debe procesarla, esto implica el cómo ordenar y presentar de la forma más lógica y clara los resultados obtenidos con los instrumentos aplicados, de tal forma que los datos numéricos se tabularán; se construirán cuadros y/o gráficos estadísticos, entre otras; es decir, el procesamiento de los datos no es otra cosa que el registro de los datos obtenidos por los instrumentos empleados, mediante una técnica analítica. Por lo tanto, se trata de especificar el tratamiento que se dará a los datos a través de software específico u herramientas ofimáticas tanto para información cualitativa como cuantitativa.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este apartado es un proceso cíclico de selección, categorización, comparación, validación e interpretación que nos permite mejorar la comprensión de un fenómeno de singular interés.

Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

El **análisis de datos** consiste básicamente en dar respuesta a los objetivos o hipótesis planteados a partir de las mediciones efectuadas y los datos resultantes de la investigación de campo, es decir, el **análisis** consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las distintas cuestiones planteadas en la **investigación**, esto se hace con la finalidad de obtener conclusiones precisas que nos ayudarán a alcanzar los objetivos.

Para **analizar los datos de una investigación** primero se debe describir y resumir los datos, luego identificar la relación entre las variables y compararlas e identificar las diferencias entre variables esto permitirá pronosticar los resultados

Los **análisis de datos** dependen de tres factores: nivel de medición de las variables, la manera como se formularon las hipótesis, el interés del investigador.

El estudiante puede aplicar los distintos tipos de análisis: Estadística descriptiva, Puntuaciones Z, Razones y tasas, Estadística inferencial, Análisis paramétricos, Análisis no paramétrico, Cálculo de coeficiente de confiabilidad ALFA -CRONBACH, Análisis multivariado, entre otros.

La **interpretación** a diferencia del análisis tiene un componente más intelectual y una función explicativa, su misión es buscar el significado al resultado del análisis mediante su relación con todo aquello que se conoce del problema, es decir, se aporta una significación sociológica a los hallazgos encontrados en el análisis, confirmando, modificando o realizando nuevos aportes a la teoría previa sobre ese problema.

Debe entenderse a la interpretación como el proceso mental mediante el cual se trata de encontrar un significado más amplio de la información empírica recabada, por tanto, la **interpretación de datos** consistente en la descripción resumida de los **datos**, con el fin de extraer información de utilidad para derivar en unas conclusiones concretas. Es decir, la interpretación apunta a darle sentido, esto es, efectuar eventualmente una recomposición teórica para luego redactar el informe final de la investigación.

Discusión de Resultados se establece el procedimiento, se presenta un resumen de cada paso de la ejecución de la investigación, se analizan los datos, se describen las técnicas estadísticas o cualquier otro tipo de técnicas utilizadas en función del enfoque conceptual para el procesamiento de los datos y la información recopilada para la investigación, se menciona los resultados de la aplicación del plan de intervención-acción.

CAPÍTULO V. PROPUESTA

Es un apartado viable, claro y preciso, congruente con los objetivos de la investigación y la recolección, procesamiento, análisis e interpretación de la información. En donde se describe las diferentes actividades, metas, estrategias y objetivos para mejorar o dar solución al problema de la investigación.

CONCLUSIONES

Son el argumento lógico derivado del trabajo realizado, permiten conocer las implicaciones de los resultados y su relación con los objetivos específicos de la investigación, para ello es posible hacerse una serie de preguntas, tales como: ¿Qué significan los resultados de la investigación?, ¿Qué consecuencias tienen?, ¿Qué implicaciones tienen?, ¿Por qué son importantes?, ¿A dónde nos conducen?

No debe existir información que no se haya planteado en el cuerpo del trabajo, es decir, no es correcto escribir temas nuevos en este punto.

RECOMENDACIONES

Son sugerencias que se originan durante el proceso de realización del estudio. Se recomienda redactarlas considerando la siguiente clasificación:

Recomendaciones desde el punto de vista metodológico: estas recomendaciones tienen que ver con dejar abierta la posibilidad de que en estudios posteriores se aborde el tema tratado en la investigación empleando metodologías diferentes, bien sean más avanzadas o del mismo nivel, pero con otros instrumentos. O también, aplicar la metodología empleada, en investigaciones de otros temas e incluso de otras áreas del conocimiento.

Recomendaciones desde el punto de vista académico: es importante que al finalizar el estudio se deje una invitación a la universidad, facultad, programa académico, compañeros y colegas sobre la importancia de seguir investigando sobre el tema trabajado en la investigación, dejando por sentado el porqué de esa relevancia. Además, dependiendo de la investigación realizada, pueden quedar recomendaciones de mejora en el ámbito académico que es necesario mencionar en el trabajo.

Recomendaciones prácticas: en caso de que el estudio sea aplicado a alguna organización, sector económico, comunidad, entre otros; es importante siempre incluir en las recomendaciones una o varias propuestas enfocadas en ese objeto o sujeto de estudio, bien sean para corregir algunos aspectos, emprender mejoras o incluir nuevos elementos de interés para la solución a la problemática abordada.

Cabe resaltar que no siempre se incluyen las tres categorías de recomendaciones mencionadas, sino una de ellas, todo depende del tipo de investigación realizada.

Anexo Consideraciones Generales para el Mecanografiado y la Impresión del Trabajo de Titulación

El estudiante es el responsable por la presentación correcta de su trabajo de titulación, por lo que debe preparar el material exactamente como se indica a continuación:

- El texto del empastado debe contener: la mención de la Universidad Estatal de Bolívar y de la Facultad, Carrera o Carreras, el tema del trabajo de titulación, los nombres del autor o autores utilizando los nombres oficiales completos, nombre del director, nombre del par académico el lugar y año de presentación (se indica que el texto del empastado es el mismo de la portada).
- Para la encuadernación de los Trabajos de Titulación en su versión definitiva, será en el color azul que identifica a la Facultad; el texto se imprimirá en letras doradas.
- El papel a utilizar debe ser tipo bond blanco, tamaño INEN A- 4, 75 gramos, de textura uniforme. Las hojas no deben tener rayas ni perforaciones. En lo posible, los cuadros y gráficos se presentarán en el tamaño indicado. Cuando por razones de legibilidad resulte necesario un formato mayor, se presentarán como plegados, encuadernados donde correspondan. En ningún caso se aceptarán cuadros o gráficos sueltos.
- El texto se escribirá con letra de 12 puntos, tipo "Times New Roman". Para las notas de pie de página o final de capítulo se podrá utilizar letra de tamaño menor pero no inferior a 10 puntos. Para los títulos, contenido y leyendas de cuadros y gráficos, así como de los materiales anexos, se utilizarán los tipos y tamaños de letras que más convengan a criterio del estudiante, siempre que se asegure la legibilidad.
- Se hará uso de la letra itálica (cursiva) o subrayado, para el realce de títulos y de información cuando sea apropiado.
- Los márgenes a usar serán: de cuatro (4) cm del lado izquierdo, para permitir la encuadernación del volumen, y de tres (3) cm por los lados derechos y superior, en inferior ira a 3cm.
- No se utilizará sangría alguna al inicio de párrafo. Las notas fuera de texto se presentarán en bloques justificados a ambos márgenes sin sangría. Las entradas de la lista de referencias se mecanografiarán con sangría francesa de tres (3) espacios hacia la derecha.
- El texto y los títulos de varias líneas se escribirán con interlineado de espacio y medio. Se utilizará espacio sencillo entre líneas para el mecanografiado del resumen, las citas textuales de cuarenta (40) palabras o más, las notas al pie de página o final de capítulo, las referencias y opcionalmente en los anexos. No se dejará espaciado adicional entre los párrafos del texto. Se utilizará espacio y medio para separar entre sí, las notas al pie de página o final del capítulo; también para separar las entradas de la lista de referencias. El espaciado triple se utilizará después de los títulos de capítulos, antes y después de los cuadros y gráficos titulados, que se presenten entre párrafos de texto.
- Los capítulos, la lista de referencias y los anexos deben comenzar en una página nueva. En la primera página de cada capítulo, arriba y al centro, se presentará la identificación del mismo con la palabra: CAPÍTULO, y el número romano que indica el orden (I, II).
- Debajo, también centrado, se escribirá el título del capítulo en letras mayúsculas. Dentro de cada capítulo se puede tener desde uno hasta cuatro niveles de encabezamientos para identificar las secciones y subsecciones. Estos encabezamientos

- no deben ir numerados. Sólo el tema del Trabajo de Titulación se escribe con letras mayúsculas.
- Cuando se quieran enumerar varios elementos dentro de un párrafo, se utilizarán letras minúsculas y entre paréntesis así: (a), (b), (c). Si se quieren destacar elementos o ideas en párrafos separados, se utilizarán números arábigos seguidos por un punto, sin paréntesis, con sangría de cinco (5) espacios para la primera línea, y con las líneas sucesivas al nivel del margen izquierdo.
 - Las páginas preliminares se numerarán con cifras romanas minúsculas, en forma consecutiva, comenzando con la página del título, que se entenderá “i”, sin que la cifra se coloque en la página. Esta numeración va en la parte superior derecha. Todas las páginas del texto y los materiales de referencia se numerarán con cifras arábigas, comenzando con la página de la introducción y continuando hasta incluir los anexos.
 - Los números de todas las páginas se colocarán centrados en la parte inferior, incluyendo las primeras de cada capítulo y las que contienen cuadros y gráficos verticales u horizontales.
 - Las notas fuera del texto se mecanografiarán al pie de la página correspondiente, o al fin de cada capítulo, según se decida. Todas las notas se enumerarán en forma consecutiva con números arábigos, comenzando por el uno, con una seriación independiente para cada capítulo. Las referencias posteriores a una misma cita se hacen dentro del texto, entre paréntesis, así: (ver Cap. II, n. 2) El número asignado a la nota se mecanografiará como superíndice, sin utilizar paréntesis, en el lugar del texto donde se origina la necesidad de mayor explicación.
 - Las citas, tablas, figuras y gráficos se referenciarán de acuerdo a la norma APA vigente.
 - No se aceptarán tachaduras ni inserciones. Además del aspecto estético, el medio que se utilice para hacer correcciones debe garantizar su durabilidad.
 - La impresión se realizará en tinta negra. Se deben evitar gráficos con simbología a color que no resulte diferenciable al fotocopiado en blanco y negro. En ningún caso se aceptarán trabajos producidos impresoras que no aseguren la perfecta nitidez de la reproducción por fotocopidora ni garanticen su durabilidad.

Formato de Acompañamiento del trabajo de Titulación

TRABAJO DE TITULACIÓN
REGISTRO DE ASESORAMIENTO

Tema del Trabajo de Titulación: _____

Estudiante: _____

Docente: _____

Fecha	Tema Tratado	Firma Estudiante

Director/Par Académico

Nota: Anexar evidencias de los encuentros de tutorías, virtual y/o presencial (capturas de pantalla, fotografías u otros).

Certificado de Cumplimiento

ING. "NOMBRE DEL DOCENTE" EN CALIDAD DE PAR ACADÉMICO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,

CERTIFICA

Que el señor/señorita **NOMBRE DEL ESTUDIANTE**, estudiante de la **Carrera de Mercadotecnia, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática**, ha cumplido con las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su anteproyecto denominado "**TEMA**", en tal virtud faculto al interesado continuar con el desarrollo del su proyecto.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 00 del mm del 2021

Atentamente,

Ing. Nombre Docente
Par Académico

Nota: Documento que será remitido por la coordinación de la Unidad de Titulación con el encabezado y pie de página correspondiente.

Certificado de Validación

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. "*Nombre Profesor*" e Ing. "*Nombre Profesor*", en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación "*Tema*" desarrollado por el señor/señorita Nombre del o los estudiantes.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Mercadotecnia**, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 00 del mm del 2021

Nombre del Profesor
Director

Nombre del Profesor
Par Académico

Nota: Documento que será remitido por la coordinación de la Unidad de Titulación con el encabezado y pie de página correspondiente.

(Anexo 5) Membrete CD



(Anexo 6) Actividades, Tiempos y Responsables

EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEXIVO

MODALIDAD: EXAMEN DE GRADO			
No	Actividad	Días	Responsable
0	Inducción sobre el proceso de la modalidad	1	Coordinador Unidad de Titulación
1	Inscripción de estudiantes a la unidad de titulación	5	Secretaria del Decanato Estudiantes
2	Socialización de la guía del examen de grado a docentes y estudiantes (reuniones por separado)	1	Coordinación de carrera Coordinación unidad de Titulación Profesores de las áreas de especialidad
3	Elaboración y entrega de reactivos por parte de los profesores de la especialidad	17	Profesores de las áreas de especialidad Coordinación de carrera Coordinación unidad de Titulación

4	Preparación del material didáctico con temáticas en las asignaturas de las áreas de especialidad.	5	Profesores de las áreas de especialidad
5	Actualización de conocimientos de los inscritos en la unidad de titulación: 1. Capacitación 2. Estudio autónomo	10	Estudiantes Profesores de las áreas de especialidad Coordinación de carrera Coordinación unidad de Titulación
6	Elaboración y aprobación de casos prácticos	7	Comisión de la Unidad de Titulación de la Carrera Docentes de la Carrera Consejo Directivo de la Facultad
7	Sorteo de casos prácticos y entrega de estos a los estudiantes.	1	Comisión de la Unidad de Titulación de la Carrera Estudiantes
8	Desarrollo del caso práctico por parte del estudiante.	7	Estudiantes
9	Recepción y calificación del examen teórico de grado (EVEA)	1	Comisión de la Unidad de Titulación de la Carrera Estudiantes
10	Entrega mediante oficio de las calificaciones del examen de teórico a secretaria para que ser colocadas en el acta de defensa		Coordinador Unidad de Titulación
11	Defensa de caso práctico del examen de grado	5	Comisión de la Unidad de Titulación de la Carrera Profesores de la Carrera Estudiantes
12	Entrega mediante oficio de la calificación final de examen de grado	2	Coordinación Unidad de Titulación
13	Presentar solicitud de recalificación del examen de grado		Estudiantes
14	Recalificación y entrega de notas del examen de grado	1	Comisión nombrada por Consejo Directivo de la Facultad Coordinación Unidad de Titulación Estudiantes

15	Recepción de documentos del caso práctico y demás documentación para la titulación	4	Estudiantes. Coordinación Unidad de Titulación
16	Aprobación del cronograma del examen de gracia	4	Consejo Directivo
17	Recepción y calificación del examen teórico de gracia (EVEA)	1	Comisión de la Unidad de Titulación de la Carrera Estudiantes
18	Defensa de caso práctico examen de grado de gracia	3	Comisión de la Unidad de Titulación de la Carrera Profesores de la Carrera Estudiantes
19	Entrega mediante oficio de la calificación final de examen de grado de gracia	1	Coordinación Unidad de Titulación
20	Presentar solicitud de recalificación del examen de grado de gracia	2	Estudiantes
21	Recalificación y entrega de notas del examen de grado de gracia	1	Comisión nombrada por Consejo Directivo de la Facultad Coordinación Unidad de Titulación Estudiantes
22	Recepción de documentos del caso práctico y demás documentación para la titulación Examen de grado de gracia	4	Estudiantes. Coordinación Unidad de Titulación
23	Entrega mediante oficio de los expedientes de los estudiantes al decanato para que se continúe con el registro y elaboración de títulos.	1	Coordinación Unidad de Titulación
24	Elaboración y entrega del informe de fin de periodo académico de la unidad de titulación.	2	Coordinación Unidad de Titulación

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD: TRABAJO DE TITULACIÓN			
No	Actividad	Días	Responsable
0	Inducción sobre las modalidades de titulación	1	Coordinador de la Unidad de Titulación Estudiantes
1	Elaboración del anteproyecto según la estructura establecida	8	Estudiantes
2	Inscripción de estudiantes a la unidad de titulación con el anteproyecto	3	Secretaria del Decanato Estudiantes
3	Análisis del anteproyecto de titulación por parte de la comisión de la Unidad de Titulación	4	Comisión de la Unidad de titulación de la Carrera
4	Corrección del anteproyecto	4	Estudiantes
5	Revisión de la corrección al anteproyecto y asignación de par académico	3	Comisión de la Unidad de titulación de la Carrera
6	Aprobación de los anteproyectos en Consejo Directivo; designación del director y par académico.	3	Consejo Directivo de la Facultad
7	Entrega del anteproyecto al par académico para revisión	1	Coordinación de la Unidad de Titulación
8	Revisión del anteproyecto por parte del par académico y emisión recomendaciones. Esta revisión se puede realizar en conjunto: director, par académico y estudiantes.	5	Estudiantes Director Par Académico
9	Acoger las observaciones del par académico y presentar certificación de cumplimiento (Ver anexo 4).	4	Estudiante
10	Desarrollo del trabajo de titulación (proyecto), con asesoramiento del par académico y del director.	30	Estudiantes Director Par Académico
11	Emisión del certificado de validación (Ver anexo 5) para la defensa con la firma del director y par académico y certificado del Urkund emitido por el director	1	Estudiantes Director Par Académico
12	Recepción del proyecto con las respectivas certificaciones para la defensa.	1	Coordinación Unidad de Titulación Estudiantes
13	Emisión de la calificación del trabajo escrito (El Director y Par académico emitirán la calificación del documento escrito sobre 5 puntos según la rúbrica de calificación)	4	Director Par Académico
14	Aprobación del cronograma de defensa de los trabajos de titulación	3	Consejo Directivo de Facultad
15	Defensa del trabajo de titulación (En caso de que el estudiante no alcance la nota requerida para graduarse, se debe someter a una defensa de gracia en un término no mayor a 30 días).	4	Autoridad de la Facultad Estudiantes Director Par Académico Secretaria
16	Entrega de documentación (empastado, documentación habilitante para la incorporación)	2	Estudiantes

17	Recepción del proyecto con las respectivas certificaciones para la defensa de gracia .		1	Coordinación Unidad de Titulación Estudiantes
18	Aprobación del cronograma de defensa de gracia para los trabajos de titulación		2	Consejo Directivo de Facultad
19	Defensa de gracia del trabajo de titulación		3	Autoridad de la Facultad Estudiantes Director Par Académico Secretaria
20	Entrega de documentación estudiantes que hicieron defensa de gracia (empastado, documentación habilitante para la incorporación)		2	Estudiantes
21	Entrega mediante oficio de los expedientes de los estudiantes al decanato para que se continúe con el registro y elaboración de títulos.		1	Coordinación Unidad de Titulación
22	Elaboración y entrega de informe del proceso de titulación del periodo académico.		1	Coordinación Unidad de Titulación

(Anexo 7) Encuesta de satisfacción al proceso de Titulación

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
UNIDAD DE TITULACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MERCADOTECNIA

Estimad@ estudiante, el presente cuestionario es de carácter confidencial e informativo, por tal motivo sírvase marcar con una **X** en la alternativa que considere usted correcta y con la sinceridad que a usted lo caracteriza

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción de los estudiantes de la Unidad de Titulación de la carrera, con relación a la gestión durante su proceso de titulación.

Escala de valores:

- Nada satisfecho/a
- Poco satisfecho/a
- Medianamente satisfecho/a
- Muy satisfecho/a
- Totalmente satisfecho/a

Datos Informativos:

Edad:

Genero:

CUESTIONARIO

Gestión Coordinación de Titulación

1. Disponibilidad de información en cada fase de su proceso de titulación por parte de la coordinación de titulación de la carrera.
2. Seguimiento en cada fase de su proceso de titulación por parte de la coordinación de titulación de la carrera.

Asesoramiento por parte del Director (*Proyecto de Investigación*)

1. El acompañamiento docente contribuyó en el cumplimiento de sus objetivos planteados en su trabajo de titulación.
2. Los encuentros de orientación y apoyo fueron suficientes para despejar sus dudas con respecto al desarrollo de su trabajo de titulación.

Asesoramiento por parte del Par Académico (*Proyecto de Investigación*)

1. El acompañamiento docente contribuyó en el cumplimiento de sus objetivos planteados en su trabajo de titulación.
2. Los encuentros de orientación y apoyo fueron suficientes para despejar sus dudas con respecto al desarrollo de su trabajo de titulación.

Evento de Capacitación (*Examen de Carácter Complexivo*)

1. La metodología empleada por el profesorado durante la capacitación contribuyó al refuerzo de sus conocimientos.
2. El desempeño docente durante la capacitación para el refuerzo de sus conocimientos fue:

Tutorías (*Examen de Carácter Complexivo*)

1. El acompañamiento docente contribuyó en la solución del problema planteado en su ejercicio práctico.
2. Los encuentros de orientación y apoyo fueron suficientes para despejar sus dudas con respecto al problema planteado en su ejercicio práctico.

Comentarios y sugerencias:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nota: La encuesta será diseñada mediante la herramienta formularios de Google.