



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL E  
INFORMÁTICA**

**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P**

**“TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA”**

**“PERTINENCIA EN LA EVALUACIÓN DEL ENTORNO DE  
APRENDIZAJE DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E  
INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR,  
DURANTE LOS AÑOS 2013-2014.”**

**AUTORES:**

**FUENTES GARCIA LUIS ALFREDO  
GAIBOR LUCIO JANETH ALEXANDRA**

**DIRECTOR  
LIC. ENRIQUE GARCÍA**

**PARES ACADÉMICOS**

**LIC. ROCIO NUÑEZ**

**LIC. GONZALO PAREDES**

**GUARANDA, ECUADOR**

**AÑO 2015**

## II. DEDICATORIA

La perseverancia lleva al éxito, con profundo amor quiero dedicar este trabajo de graduación a Dios por guiar día a día mi camino, a mis padres quienes son mi mayor motivación, y con su apoyo, consejos, comprensión me ayudan a vencer cada adversidad que se presenta, pues gracias a ellos me eh convertido en un hombre exitoso que triunfa y alcanza sus metas.

A mi hermana quien con su sonrisa me anima constantemente a salir adelante.

A mi compañera de tesis, por su colaboración decidida para el desarrollo óptimo del trabajo.

*Luis Fuentes,*

Este trabajo dedico a Dios, por darme la dicha de vivir y la fuerza para seguir adelante frente a obstáculos y adversidades, a mis padres por darme su apoyo incondicional, a mi hermana por ser mi pilar de lucha y ejemplo, a toda mi familia que siempre me apoyo con sus consejos, a mis “amigos/a” que son personas especiales que me han brindado su cariño y consejos que me ha servido para ser una mujer de ejemplo, a mi compañero de tesis por ser una persona de ejemplo de lucha y perseverancia y por su apoyo incondicional.

*Alexandra Gaibor,*

### III. AGRADECIMIENTO

Expresamos una profunda gratitud a la Universidad Estatal de Bolívar por darnos la oportunidad de ingresar a formarnos profesionalmente, a todos los docentes de la Carrera de Contabilidad y Auditoría CP, quienes nos impartieron todo su conocimiento, experiencia a través de su metodología de enseñanza, y de manera Especial a los señores Licenciado Enrique García Director del trabajo, Licenciado Gonzalo Paredes y Licenciada Rocío Núñez Pares Académicos, quienes con su colaboración decidida supieron guiarnos adecuadamente para el desarrollo de la presente investigación.

*Luis Fuentes,*

*Alexandra Gaibor,*

#### **IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

##### **CERTIFICA:**

Que el Trabajo de Graduación a la obtención del Título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría C.P, cuyo tema se denomina **“PERTINENCIA EN LA EVALUACIÓN DEL ENTORNO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, DURANTE LOS AÑOS 2013-2014”**, de los estudiantes JANETH ALEXANDRA GAIBOR LUCIO Y LUIS ALFREDO FUENTES GARCÍA, ha sido laborado bajo los lineamientos y disposiciones reglamentarias establecidas por la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por tanto puede ser presentado para su defensa, pudiendo continuar con los demás trámites.

Guaranda, 20 de Abril de 2014

  
LCDO. ENRIQUE GARCÍA ALARCÓN  
DIRECTOR

## V. AUDITORÍA NOTARIADA

### V. AUDITORÍA NOTARIADA



Nosotros, JANETH ALEXANDRA GAIBOR LUCIO Y LUIS ALFREDO FUENTES GARCÍA, somos responsables de que el presente trabajo de graduación es de nuestra autoría; y los derechos de la propiedad intelectual sedemos a la Universidad Estatal de Bolívar; sobre el tema de investigación denominado Pertinencia En La Evaluación Del Entorno De Aprendizaje De La Carrera De Marketing De La Facultad De Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial E Informática De La Universidad Estatal De Bolívar, Durante Los Años 2013-2014.

**Janeth Alexandra Gaibor Lucio**  
020230672-6

**Luis Alfredo Fuentes García**  
060515104-2



**DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORIA OTORGADA POR LOS SEÑORES: JANETH ALEXANDRA GAIBOR LUCIO Y LUIS ALFREDO FUENTES GARCÍA.**

**CUANTIA: INDETERMINADA.**

En San Miguel de Bolívar, República del Ecuador, hoy día miércoles ocho de abril del año dos mil quince, ante mi ABOGADO WASHINGTON MORA RUIZ, Notario Segundo encargado de este Cantón, comparecen los señores **JANETH ALEXANDRA GAIBOR LUCIO Y LUIS ALFREDO FUENTES GARCÍA**, de estado civil solteros. Los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos mayores de edad, domiciliados en la parroquia San Lorenzo del cantón Guaranda, y el segundo en la parroquia La Asunción del cantón San José de Chimbo provincia de Bolívar, legalmente capaces a quienes de conocerles doy fe y dicen: Que instruidos de la naturaleza, objeto y resultados legales de este instrumento, en forma libre y voluntaria manifiestan que tienen a bien otorgar la presente Declaración Jurada. Al efecto, juramentados que fueron en legal y debida forma, previa la explicación de la gravedad del juramento, de las penas del perjurio y de las obligaciones que tienen de decir la verdad, exponen: Nosotros: **JANETH ALEXANDRA GAIBOR LUCIO Y LUIS ALFREDO FUENTES GARCÍA**, manifiestan, que los criterios e ideas emitidos en el presente Trabajo de Investigación titulado **"PERTINENCIA EN LA EVALUACIÓN DEL ENTORNO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, DURANTE LOS AÑOS 2013-2014"**, son de nuestra exclusiva responsabilidad en calidad de Autores. Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad; y, leída que les fueron esta declaración a los comparecientes, se afirman y se ratifican en lo expuesto y firman conmigo en unidad de acto: de todo lo cual doy fe.

Janeth Alexandra Gaibor Lucio  
C. C. N.-020230672-6

Luis Alfredo Fuentes Garcia  
C. C. N.-060515104-2

## VI. TABLA DE CONTENIDO

### Contenido

I. PORTADA.....	
II. DEDICATORIA.....	II
III. AGRADECIMIENTO.....	III
IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR .....	IV
V. AUDITORÍA NOTARIADA .....	V
VI. TABLA DE CONTENIDO.....	VII
VII. LISTA DE GRÁFICOS.....	X
VIII. LISTA DE CUADROS .....	XI
IX. LISTA DE ANEXOS.....	XII
X. RESUMEN EJECUTIVO .....	XIII
XI. INTRODUCCIÓN .....	XIV
CAPTÍTULO I.....	1
1. TEMA .....	2
2. ANTECEDENTES.....	3
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
3.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
4. JUSTIFICACIÓN .....	8
5. OBJETIVOS .....	10
5.1. OBJETIVO GENERAL .....	10
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	10
6. MARCO TEÓRICO.....	11
6.1. MARCO REFERENCIAL .....	11
6.2 MARCO GEOREFENCIAL .....	20
6.3. MARCO LEGAL .....	21
6.4. MARCO CONCEPTUAL.....	26
6.5. TEORÍA CIENTÍFICA .....	29
6.5.1 Pertinencia.- Definición .....	29
6.5.1.2. Importancia de la Pertinencia en las Instituciones de Educación Superior.....	32
6.5.3. Evaluación .....	36

6.5.3.1. Tipos de evaluación .....	38
6.5.3.2. Importancia de la Evaluación de las Instituciones de Educación Superior .....	43
6.5.3.3. (Giuseppe, 1985) Funciones de la Evaluación.....	43
6.5.4. Aprendizaje .....	44
7. HIPÓTESIS .....	46
7.1. VARIABLES.....	46
7.1.1 Variable Independiente .....	46
7.1.2 Variable Dependiente .....	46
8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	47
9. METODOLOGÍA .....	49
9.1 TIPO DE ESTUDIO.....	49
9.1.1. Descriptiva.-.....	49
9.1.2. Histórica.....	49
9.2 METODOS DE INVESTIGACIÓN .....	49
9.2.1. Inductivo.-.....	49
9.2.2. Deductivo.- .....	49
9.2.3. Analítico.- .....	49
9.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	50
9.3.1. Investigación Bibliográfica.....	50
9.3.2. Investigación de Campo.....	50
9.3.3. De Intervención Social.....	50
9.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	50
9.4.1. Fuentes Primarias.....	50
9.4.1.1. Entrevista Estructurada .....	50
9.4.1.2. Encuesta.-.....	50
9.4.1.3. Observación Estructurada.-.....	51
9.4.2. Fuentes Secundarias.....	51
10. UNIVERSO Y MUESTRA.....	52
11. PROCESAMIENTO DE DATOS .....	53
CAPÍTULO II .....	54
2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	55

2.1 ENCUESTA APLICADA A LOS GRADUADOS.....	55
2.2. ENCUESTAS REALIZADA A EMPLEADORES .....	69
2.3. ENCUESTA APLICADA A LOS PROFESIONALES DE LA RAMA .....	81
2.3. CONCLUSIONES.....	88
2.4. RECOMENDACIONES .....	90
2.5. COMPROBACIÓN DE LA HIPOTESIS .....	91
CAPÍTULO III.....	92
3. “PROPUESTA” .....	93
3.1. TÍTULO.....	93
3.2. INTRODUCCIÓN.....	94
3.3. JUSTIFICACIÓN.....	96
3.4. OBJETIVOS.....	97
3.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	97
3.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	97
3.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	98
3.6. RESULTADOS.....	99
3.6.1. Primera Fase.....	99
3.6.2. Segunda Fase.....	101
3.6.2. Tercera Fase .....	102
3.6.2.1. Plan De Mejoras Y Rediseño De La Carrera De Marketing.....	106
3.6.2.2. Matriz De Malla Curricular Para Su Mejoramiento .....	110
3.6.2.3. Base Actualizada De Los Graduados De La Carrera De Marketing ...	111
3.6.2.4. Base De Datos De Los Profesionales De La Rama .....	112
3.7. PLAN OPERATIVO DE LA PROPUESTA .....	113
3.8. RESULTADOS ESPERADOS .....	114
3.9. Conclusiones .....	114
3.10. Recomendaciones.....	115
3.11. BIBLIOGRAFÍA .....	116

## VII. LISTA DE GRÁFICOS

### ENCUESTAS REALIZADAS A LOS GRADUADOS DE LA CARRERA

Gráfico N° 1. Año de Graduación.....	55
Gráfico N° 2. Situación Laboral .....	56
Gráfico N° 3. Sector Laboral .....	57
Gráfico N° 4. Tipos de Contrato .....	58
Gráfico N° 5. Fecha de Graduación y Su Primer Empleo .....	59
Gráfico N° 6. Relación del Empleo y la Carrera.....	60
Gráfico N° 7. Cobertura Laboral.....	61
Gráfico N° 8. Valoración del Plan de Estudios.....	63
Gráfico N° 9. Valoración de la Docencia .....	64
Gráfico N° 10. Infraestructura y Tecnología .....	65
Gráfico N° 11. Competencias Adquiridas.....	67

### ENCUESTAS REALIZADAS A LOS EMPLEADORES DE LOS GRADUADOS

Gráfico N° 12. Cumplimiento del perfil profesional del graduado.....	69
Gráfico N° 13. La formación de los graduados en la.....	70
Gráfico N° 14. Participación del empleador en actividades .....	71
Gráfico N° 15. Vinculación entre la institución y la carrera.....	72
Gráfico N° 16. Asesorías y/o consultorías .....	73
Gráfico N° 17. Satisfacción de la formación académica del graduado.....	74
Gráfico N° 18. Capacidad del graduado para asumir principios éticos .....	75
Gráfico N° 19. Contribución de los graduados .....	76
Gráfico N° 20. Contribución de los graduados en trabajos de investigación .....	77
Gráfico N° 21. Competencias del profesional .....	78
Gráfico N° 22. Evaluación del desempeño del graduado .....	79
Gráfico N° 23. Contratación de graduados .....	80

### ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PROFESIONALES DE LA RAMA

Gráfico N° 24. Habilidades de los graduados de la UEB .....	82
Gráfico N° 25. Criterio de los profesionales.....	84
Gráfico N° 26. El perfil de egreso cumple con la actuación actual .....	85
Gráfico N° 27. La malla curricular cubrió sus expectativas de la formación profesional.....	86
Gráfico N° 28. Las prácticas pre-profesionales son necesarias .....	87

## VIII. LISTA DE CUADROS

### ENCUESTAS REALIZADAS A LOS GRADUADOS DE LA CARRERA

Cuadro N° 1. Año de Graduación .....	55
Cuadro N° 2. Situación Laboral .....	56
Cuadro N° 3. Sector de Trabajo .....	57
Cuadro N° 4. Tipos de Contrato.....	58
Cuadro N° 5. Fecha de Graduación y su Primer Empleo.....	59
Cuadro N° 6. Relación del Empleo y la Carrera .....	60
Cuadro N° 7. Cobertura Local .....	61
Cuadro N° 8. Valoración del Plan de Estudios .....	62
Cuadro N° 9. Valoración de la Docencia .....	64
Cuadro N° 10. Infraestructura y Tecnología .....	65
Cuadro N° 11. Competencias Adquiridas .....	66

### ENCUESTAS REALIZADAS A LOS EMPLEADORES DE LOS GRADUADOS

Cuadro N° 12. Cumplimiento del perfil profesional.....	69
Cuadro N° 13. La formación de los graduados en la .....	70
Cuadro N° 14. Participación del empleador en actividades.....	71
Cuadro N° 15. Vinculación entre la institución y la carrera .....	72
Cuadro N° 16. Asesorías y/o consultorías .....	73
Cuadro N° 17. Satisfacción de la formación académica del graduado .....	74
Cuadro N° 18. Capacidad del graduado para asumir .....	75
Cuadro N° 19. Contribución de los graduados .....	76
Cuadro N° 20. Contribución de los graduados en.....	77
Cuadro N° 21. Competencias del profesional.....	78
Cuadro N° 22. Evaluación del desempeño del graduado.....	79
Cuadro N° 23. Contratación de graduados.....	80

### ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PROFESIONALES DE LA RAMA

Cuadro N° 24. Habilidades que poseen los graduados en la UEB.....	81
Cuadro N° 25. Criterio de los profesionales .....	84
Cuadro N° 26. El perfil de egreso cumple con la ocupación actual.....	85
Cuadro N° 27. La malla curricular cubrió sus .....	86
Cuadro N° 28. Las prácticas pre-profesionales son necesarias.....	87

## **IX. LISTA DE ANEXOS**

Anexo N° 1. Encuesta a Graduados .....	118
Anexo N° 2. Encuesta a Empleadores .....	121
Anexo N° 3. Encuesta a Profesionales de la Rama.....	123
Anexo N° 4. Fotos en Encuestas a los Graduados .....	126
Anexo N° 5. Fotos Encuestas a Empleadores .....	128

## **X. RESUMEN EJECUTIVO**

Esta investigación tiene como objetivo primordial cumplir con el indicador de seguimiento a graduados de la Carrera de Marketing en la Facultad de Ciencias Administrativas criterio muy necesario para la evaluación y la toma de decisiones en cuanto al mejoramiento académico de dicha carrera.

En la actualidad toda carrera debe contar con un sistema de seguimiento a graduados, es por ello la necesidad vital de que la carrera de Marketing cuente con ello.

El presente trabajo de investigación está dividido en tres capítulos los mismos que se describen a continuación:

En el Capítulo I, se describe el Tema, Antecedentes, Planteamiento del Problema, Justificación, Objetivos, Marco Teórico el cual contiene el Referencial que es la historia y aspectos importantes de la Universidad y la Carrera; el Geo Referencial que determina la ubicación de la realización del trabajo: el Legal que es el sustento legal en el que se basa el trabajo; la Teoría Conceptual que trata la terminología que contiene la teoría científica; y, la Teoría Científica que es la fundamentación teórica del tema de investigación dividido en temas escogidos luego de haber investigado y leído diversos autores, se describe la Hipótesis, Variables, Operacionalización, Metodología, Universo y Muestra.

El Capítulo II, contiene la Recolección de datos mediante la aplicación de las respectivas encuestas, Análisis e Interpretación de los Resultados, Comprobación de la Hipótesis, Conclusiones y Recomendaciones.

El Capítulo III, se establece la Propuesta, que se basa en la realización de un informe de seguimiento a graduados para la toma de decisiones en cuanto al mejoramiento académico de la Carrera de Marketing.

## **XI. INTRODUCCIÓN**

Este trabajo de investigación se lo realizó debido a la importancia que tiene el tema de pertinencia de seguimiento a graduados de la carrera de marketing en la actualidad, ya que es necesario cumplir con los indicadores de evaluación de dicha carrera siendo este trabajo fundamental para la Universidad Estatal de Bolívar ya que dicho informe servirá para la toma de decisiones dentro de dicha carrera para hacer las mejoras necesarias en cuanto al perfil de egreso.

El presente trabajo de graduación tiene por objetivo primordial analizar el criterio de pertinencia en la evaluación del entorno de aprendizaje de la carrera de marketing y dentro de esto profundizar el indicador de seguimiento a graduados, para recabar información valiosa y actualizada de cada uno, es decir datos referenciales que permitan una identificación más eficaz del profesional graduado.

Realizar un estudio más profundo en cuanto a la inserción laboral, y la verificación de las falencias que poseen los graduados al momento de realizar las actividades en el puesto de trabajo, el grado de satisfacción en las competencias adquiridas, como fue el desenvolvimiento de los docentes frente a los estudiantes, y otros aspectos de vital importancia dentro de la carrera.

Cabe recalcar que el trabajo de campo del seguimiento a graduados se convierte en un problema complejo en cuanto a la localización, ubicación, tiempo, transporte y costos para la aplicación de las encuestas, pero sin lugar a duda este trabajo es necesario para la toma de decisiones en cuanto a la aplicación de cambios en dicha carrera para que las próximas promociones obtengan conocimientos actualizados acordes a las exigencias del mercado laboral.

Es preciso a más de la aplicación de encuestas a los graduados, conocer el criterio que poseen los empleadores de los graduados, para medir el grado de satisfacción que ellos tienen en cuanto al desempeño laboral, y obtener las opiniones de los profesionales de la rama que han obtenido su título en otras instituciones de educación superior para comparar características como asignaturas más importantes que deben incorporarse para la formación académica, lo cual permite tener información para proponer varios cambios en dicha carrera de vital importancia.

# CAPTÍTULO I

## **1. TEMA**

PERTINENCIA EN LA EVALUACIÓN DEL ENTORNO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, DURANTE LOS AÑOS 2013-2014.

## **2. ANTECEDENTES**

La Universidad Estatal de Bolívar se inicia el 22 de octubre de 1977, gracias al auspicio económico del Consejo Provincial. Inicialmente funcionó como Extensión de la Universidad de Guayaquil, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Administración de Empresas Agroindustriales, hasta que el 20 de junio de 1989, mediante decreto No. 32 del congreso nacional, el Presidente Dr. Rodrigo Borja Cevallos firma la ejecución de la creación de la Universidad Estatal de Bolívar y se publicó en el registro oficial No. 225 el 4 de julio de 1989 (201ht).

El tema de evaluación en nuestro país es realmente un tema nuevo que recién se está implementando adecuadamente en estos años, puesto que en los países desarrollados como Estados Unidos esta medida de evaluación es de aplicabilidad exitosa durante ya un siglo, es por ello que en el Ecuador a través del proyecto Misión de la Universidad Ecuatoriana para el siglo XXI, el tema de evaluación se lo trató con la importancia y pertinencia del caso siendo muy novedoso tratado por consultores nacionales y extranjeros tomando notable atención al proceso de enseñanza-aprendizaje de las instituciones de educación superior.

Dicho proyecto introdujo en nuestro país el tema muy novedoso de la evaluación y el documento final llamado Perfil del Plan de Desarrollo de las Universidades y Escuelas Politécnicas, (PLANUEP) propone un cambio estratégico fundamental de la introducción de la Universidad en la Sociedad cumpliendo con las expectativas del nuevo milenio.

El 22 de julio del 2008, la Asamblea Nacional Constituyente expidió el mandato No. 14 con el fundamento primordial de recuperar el rol director, regulador y supervisor del Estado sobre las Instituciones de Educación Superior, a través del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación CONEA, quién tuvo la obligación de elaborar un informe técnico sobre el desempeño institucional de los establecimientos de educación superior con el propósito primordial de garantizar la calidad de la educación, eliminando falencias y mejorando las fortalezas institucionales de cada Universidad (201Ma).

El CONEA realizó la evaluación a 68 Universidades y escuelas politécnicas tomando como referencia 4 indicadores de desempeño: academia, estudiantes y entorno de aprendizaje, investigación y gestión, por lo que el CONEA emitió su informe en donde se recomendó la eliminación 26 universidades, 9 condicionadas las cuales tenían que implementar un plan de mejoras en un plazo de 6 meses, la suspensión de extensiones universitarias y la suspensión de la oferta de postgrado en 35 instituciones.

Posteriormente el CONEA fue sustituido por el CEAACES, organismo que nuevamente evaluó a las 26 universidades cuestionadas anteriormente y ordenó la suspensión definitiva de 14 de ellas, en donde estudiaban 38000 estudiantes a los cuales se les ofreció un plan de contingencia, el cual consistía en que los estudiantes que estaban cursando los últimos años continuaran en la misma institución mientras que los que se encontraban en los primeros años se trasladaran a otras instituciones de educación superior.

La necesidad de realizar la evaluación de las carreras de las instituciones de educación superior surge de la realidad que poseen dichas universidades en cuanto al entorno de aprendizaje que cada carrera posee, para poder establecer las debilidades y fortalezas, y de esta manera realizar una mejora continua ofreciendo a la comunidad universitaria una educación de excelencia acorde con las perspectivas de la sociedad en general, formando profesionales con alto grado de conocimiento académico.

En la facultad de ciencias administrativas la carrera de marketing surge por la necesidad de atender las exigencias del entorno y mercado laboral de dicha Provincia, siendo indispensable un estudio de pertinencia para dar atención a las necesidades y expectativas de la sociedad, para lo cual es preciso cumplir con el indicador de seguimiento a graduados, ya que no se conoce la situación actual de los mismos, en cuanto a empleabilidad, requerimiento de actualizaciones de conocimiento, desarrollo de habilidades y competencias, etc.

Dicha evaluación se lo debe realizar con urgencia en la Universidad Estatal de Bolívar para asegurar la calidad académica de la carrera de Marketing, evaluando diversos aspectos que interactúan de forma diversa y poco predecibles, para verificar

el idóneo entorno de aprendizaje lo cual permita resolver problemas a través de la aplicación de conocimientos, habilidades, destrezas, procedimientos y métodos dentro de una área científica.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las nuevas exigencias e innovaciones de la educación superior afectan notablemente al normal desempeño de las actividades académicas de la Universidad Estatal de Bolívar, puesto que esta entidad está sujeta a la evaluación de carreras bajo parámetros establecidos principalmente el entorno de aprendizaje de cada carrera dentro de los cuales se toma en cuenta cinco criterios esenciales en nuestro caso para la evaluación de la carrera de marketing como la pertinencia, plan curricular, académica, ambiente institucional y estudiantes.

Dicha evaluación se la va a realizar para ver las falencias y debilidades que tiene cada carrera, en este caso este trabajo se basa en la pertinencia de la carrera de marketing, la cual comprende 3 aspectos fundamentales el estado actual y prospectivo, seguimiento a graduados y vinculación con la sociedad.

Lo que en la actualidad requiere la Facultad de Ciencias Administrativas es la realización de un estudio de pertinencia completo y concreto de la carrera de Marketing por lo cual se debe centrar en lo que respecta al seguimiento a graduados, todo lo expuesto se refleja en las siguientes circunstancias:

No se ha realizado un seguimiento sistemático a los graduados de dicha carrera como lo exige el organismo de control CEAACES.

No se ha realizado encuestas a empleadores en donde se encuentren laborando los profesionales graduados de marketing de esta Universidad.

Y por último no existe un criterio de los profesionales graduados en marketing pero en otras instituciones de educación superior.

Las anteriores situaciones hacen que no se pueda realizar cambios e innovaciones en cuanto al plan curricular de la carrera marketing, no se pueda actualizar contenidos acordes a la situación laboral que pueda necesitar cada graduado, no se pueda establecer el grado de calidad de nuestros graduados en el mundo laboral, las falencias y vacíos existentes en la enseñanza.

### **3.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo influye la falta de un estudio de Pertinencia en la Evaluación del Entorno de Aprendizaje de la Carrera de Marketing de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar durante los años 2013- 2014?

## **4. JUSTIFICACIÓN**

La pertinencia en la evaluación de las carreras de las Instituciones de Educación Superior en la actualidad es de vital importancia obedeciendo con lo establecido en la Ley Orgánica de Educación Superior, mediante este proceso de evaluación se proyecta la mejora continua del aprendizaje de los estudiantes y demás involucrados en la carrera de Marketing de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, ya que es primordial la verificación del cumplimiento académico acorde con el perfil profesional que debe poseer cada estudiante de dicha carrera.

La evaluación del entorno de aprendizaje de la carrera de marketing es un componente esencial que permite la generación de un cambio radical para alcanzar la excelencia académica brindando a la comunidad universitaria una educación de calidad mejorando el ambiente institucional, por lo cual esta investigación se ha convertido en una necesidad indispensable para dicha carrera, ya que a través de ello se contribuirá a la construcción de procedimientos que permitan el monitoreo constante de la evolución profesional de los graduados con el fin de poder realizar innovaciones en el perfil de egreso, perfil profesional y curricular, y la realización de vinculación con la sociedad tanto de profesores como estudiantes en el último año.

La realización del trabajo investigativo es apropiado puesto que a través del proceso de evaluación y acreditación de las carreras se dotará de una herramienta fundamental al talento humano inmerso en dicha carrera para la aplicación de indicadores que permitan establecer la calidad de la educación y de esta manera compararla constantemente con el promedio de evaluaciones de similares características, haciendo posible los cambios necesarios en cuanto al ámbito académico.

Para el desarrollo de este estudio existen los recursos necesarios sin incurrir en gastos mayores, puesto que existe toda la apertura necesaria en la institución en cuanto a la obtención de la información, existe una amplia gama de información en las páginas web respecto del tema. Una vez concluida esta investigación se podrá establecer la pertinencia de la carrera de marketing, evaluando cada uno de los componentes inmersos en lo que respecta al criterio de pertinencia.

El desarrollo de este tema investigativo es novedoso por cuanto en la actualidad la Carrera de Marketing debe contar con un proceso de evaluación, a través de ello se puede medir la situación actual de dicha carrera, y con ello poder tomar los correctivos necesarios y oportunos que permitan desarrollar las mejoras necesarias para garantizar una educación de calidad alcanzando la excelencia.

(CEAACES, 2013) El CEAACES a través de la evaluación de los cinco criterios establecidos en el Modelo de Carreras como son Pertinencia, Plan Curricular, Academia, Ambiente Institucional y Estudiantes; busca el mejoramiento de la calidad de la educación involucrando a los estudiantes, docentes, padres de familia, profesionales y sociedad, en donde se desenvuelve dicha universidad atendiendo a las grandes necesidades y avances tecnológicos comunicacionales y políticas nacionales e internacionales”.

Con desarrollo de este Trabajo de Graduación se efectuara una evaluación del entorno de aprendizaje de la carrera de marketing de la Universidad Estatal de Bolívar, permitiendo la verificación del cumplimiento académico y grado de conocimiento del Talento Humano con el que cuenta dicha carrera, obteniendo datos exactos y oportunos que permitan establecer la pertinencia de dicha carrera.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

Organizar y Aplicar el estudio de Pertinencia en la Evaluación del Entorno de Aprendizaje de la Carrera de Marketing, que permita la acreditación de la carrera en el siguiente proceso de evaluación mediante el seguimiento a Graduados, Empleadores y Profesionales.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Diagnosticar la situación actual del criterio de Pertinencia en la Evaluación del entorno de aprendizaje de la carrera de Marketing mediante técnicas e instrumentos de investigación.
2. Analizar los respectivos procesos de evaluación y aseguramiento de aprendizaje garantizando una educación superior de calidad.
3. Sociabilizar el respectivo informe del estudio de pertinencia en la evaluación del entorno de aprendizaje y el seguimiento a graduados de la carrera, y su publicación mediante el proceso sistemático que contribuya a la toma de decisiones de las autoridades.

## **6. MARCO TEÓRICO**

### **6.1. MARCO REFERENCIAL**

#### **Historia de la Universidad Estatal de Bolívar**

*La Universidad Estatal de Bolívar empieza sus actividades el 22 de Octubre de 1977, bajo el apoyo económico del Consejo Provincial el cual funcionó como una extensión de la Universidad de Guayaquil siendo la Escuela de Administración de Empresas Industriales la primera en crearse, cumpliendo con las expectativas de la comunidad bolivarenses de contar con un Institución de Educación Superior para formar profesionales de calidad.*

*Las actividades de la Extensión de la Universidad de Guaranda funcionaron con normalidad hasta el 15 de septiembre de 1983, en la cual el H. Consejo Universitario de la Universidad Estatal de Guayaquil, declara infundada la firma del convenio con el Consejo Provincial, a través de esto se permitió gestionar el primer Centro de Educación Superior de la Provincia de Bolívar. La Universidad Estatal de Bolívar supero sus dificultades y empezó a gestionar por cuenta propia los trámites para su reconocimiento oficial como una universidad autónoma en el CONUEP.*

“La Universidad Estatal de Bolívar está ubicada en la ciudad de Guaranda, capital de la Provincia Bolívar; posicionada regionalmente en el centro del país, forma parte de la Zona 5 y se constituye en el principal referente de desarrollo provincial” (Quizhpe, Plan de Mejoras Marketing, 2014).

*Para el desarrollo de nuestro trabajo de graduación es importante conocer la misión y visión de la Universidad Estatal de Bolívar.*

#### **Visión**

“Al 2019, seremos una Institución de Educación Superior con liderazgo basado en la gestión por resultados, oferta académica pertinente, tecnologías diversas, investigación, talento humano competente, que contribuye a la solución de problemas de contexto.” (Quizhpe, Plan de Mejoras, 2014)

## **Misión**

“Formamos profesionales humanistas y competentes, fundamentada en un sistema académico e investigativo que contribuye a la solución de problemas de contexto.”

(Quizhpe, Plan de Mejoras, 2014)

Tenemos el organigrama estructural de la Universidad Estatal de Bolívar

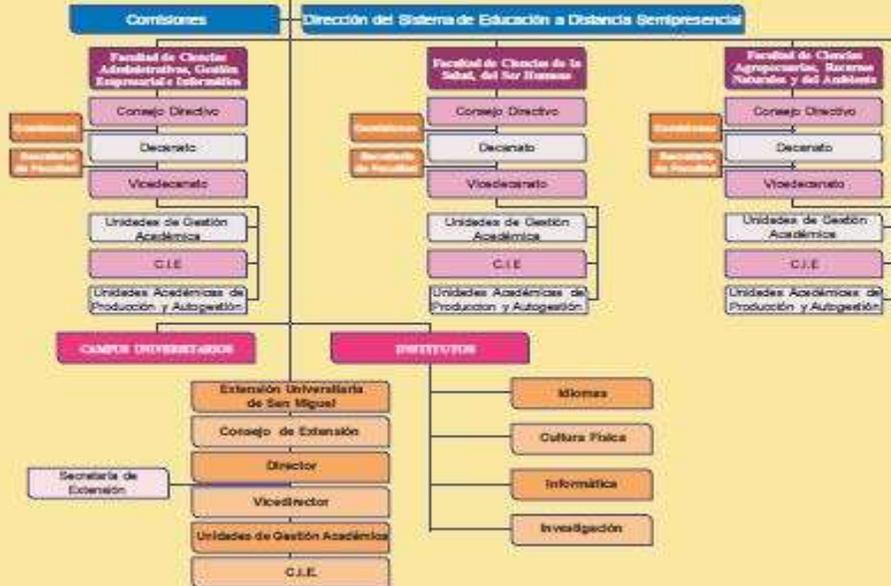
## H. CONSEJO UNIVERSITARIO



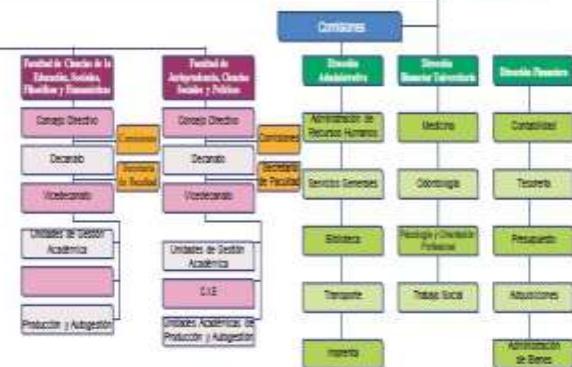
## ORGÁNICO ESTRUCTURAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

ORGÁNICO ESTRUCTURAL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR	
ELABORADO DIRECCIÓN PLANEAMIENTO	AFROBADO H. CONSEJO UNIVERSITARIO
FECHA APROBACIÓN SEPTIEMBRE 30 DE 2012	

### VICERRECTORADO ACADÉMICO Y DE INVESTIGACIÓN



### VICERRECTORADO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO



*El desarrollo del presente trabajo de graduación se desarrolla en la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática por lo cual es necesario conocer su misión, visión:*

### **MISIÓN**

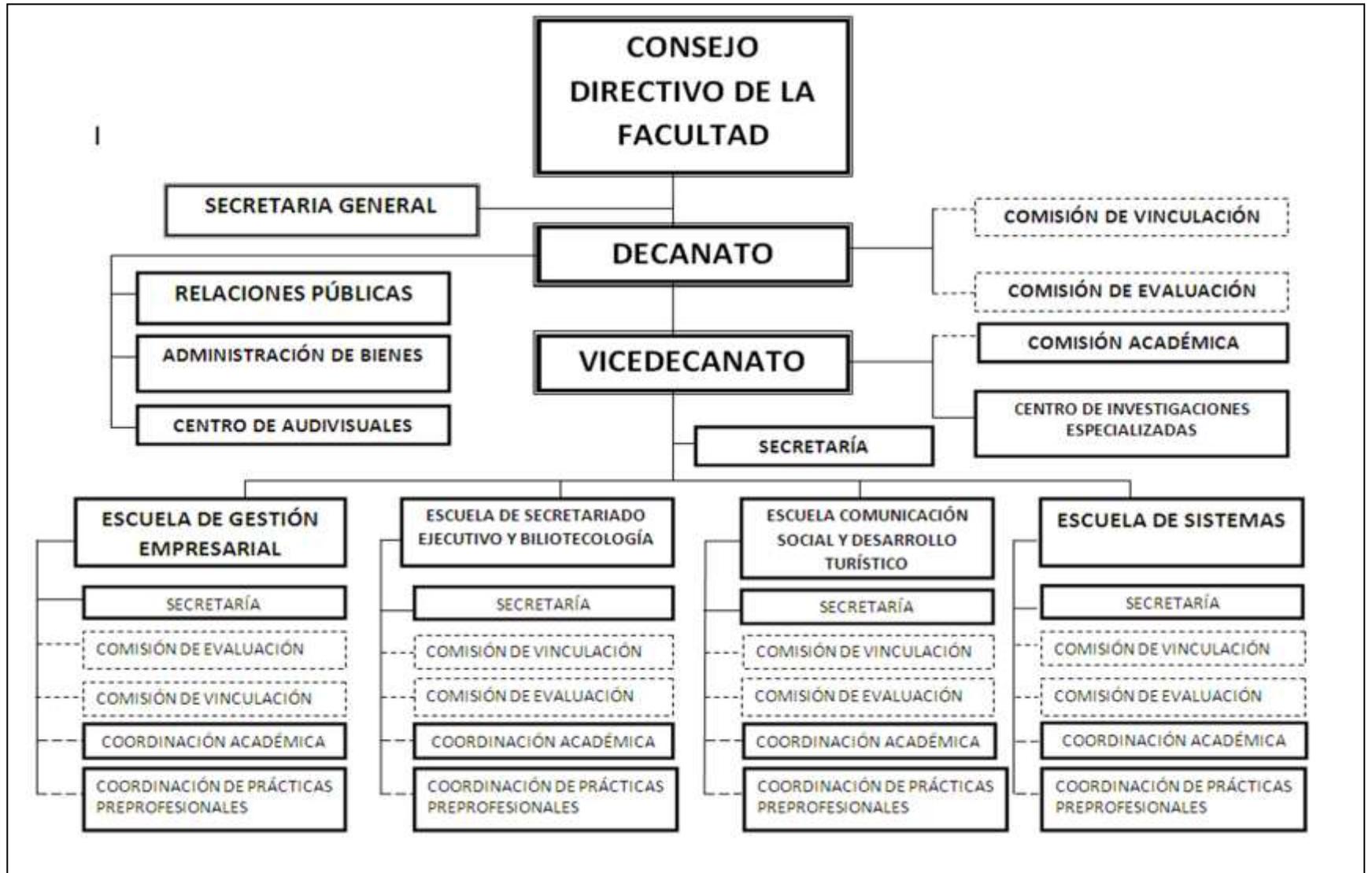
“Al 2019, ser la Facultad líder fundamentada en un sistema académico e investigativo que contribuye a la solución de problemas del contexto” (Quizhpe, Plan de Mejoras, 2014)

### **VISIÓN**

“Contribuimos al desarrollo local y regional, mediante la formación de profesionales competentes y humanistas” (Quizhpe, Plan de Mejoras, 2014)

La facultad cuenta con un organigrama estructural que se muestra a continuación:

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**



*Para el desarrollo de nuestro trabajo de graduación es indispensable conocer ciertos datos o aspectos importantes de lo que corresponde a la carrera de Marketing empezando previamente con su historia descrito de la siguiente manera:*

(Quizhpe, Plan de Mejoras, 2014)**La carrera de Marketing** fue creada el 22 de septiembre de 1992, e inicia con 16 alumnos, en la actualidad cuenta con un total de 44 alumnos en cuatro ciclos de la nueva cohorte.

La última reforma de la carrera, en la que pasa de Ingeniería en Marketing a Licenciatura en Marketing, fue aprobada por H. Consejo Universitario el 24 de enero del 2013.

### **Misión:**

“Contribuimos al desarrollo local y regional, mediante la formación de profesionales competentes y humanistas” (Quizhpe, Plan de Mejoras, 2014)

### **Visión:**

“Al 2019, ser la Facultad líder en academia y en gestión por resultados con:

- Oferta académica pertinente,
- Apoyo a la investigación institucional,
- Estamentos universitarios competentes y comprometidos,
- Tecnología de vanguardia y,
- Calidad en el servicio.” (Quizhpe, Plan de Mejoras, 2014).

### **Perfil de Ingreso**

(Quizhpe, Diseño Curricular de la Carrera de Licenciatura en Marketing con Enfoque Holístico Configuracional, 2012)“Los aspirantes a estudiar la carrera de Marketing, deberán haber aprobado la Educación Secundaria, disponiendo de su título de Bachiller. Así mismo, deberán poseer en forma general las siguientes cualidades:

- Capacidad de análisis que le permita optimizar la toma de decisiones.
- Habilidad para organizar e interactuar con personas o grupos heterogéneos, lo que facilitará el logro de los objetivos.

- Personalidad creativa que permitirá proyecciones innovadoras.
- Interés por la investigación que le reconocerá el acceso al conocimiento universal.
- Orientación al logro de resultados
- Trabajo en equipo y por objetivos.”

### **Perfil de Egreso**

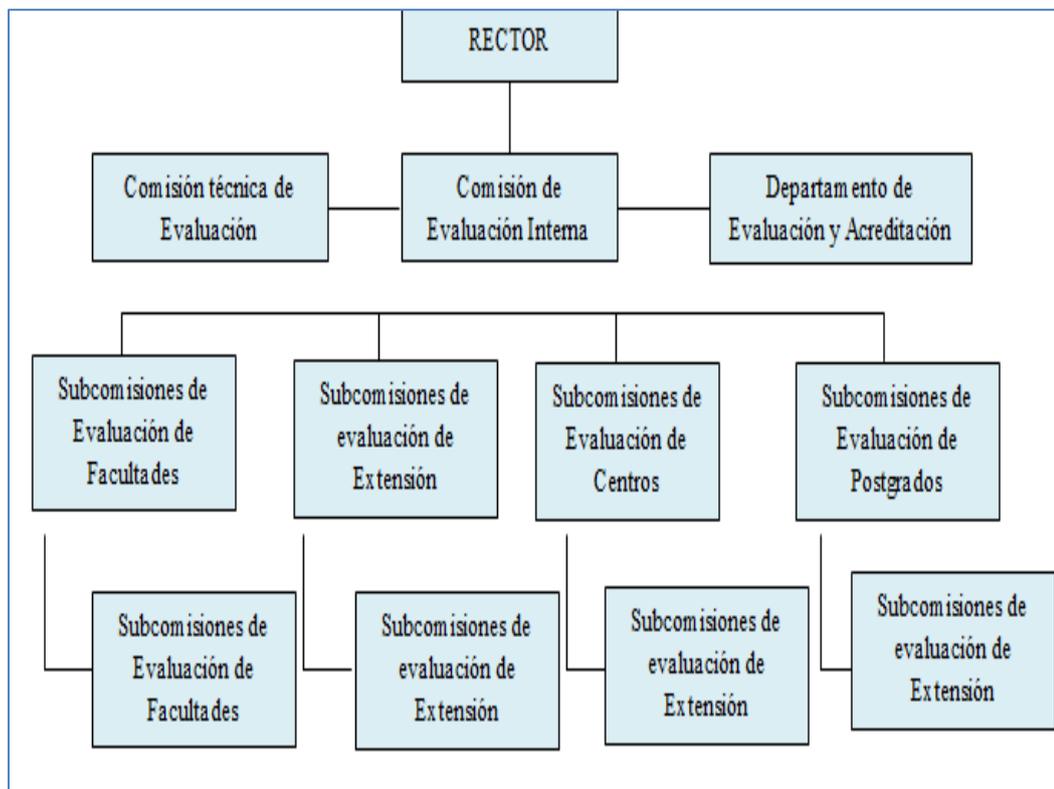
(Quizhpe, Diseño Curricular de la Carrera de Licenciatura en Marketing con Enfoque Holístico Configuracional, 2012) “Los objetivos de la carrera de Marketing de la Universidad de Estatal de Bolívar se centran en formar profesionales que posean en general los siguientes conocimientos y habilidades:

- a) Formación en Ciencias Sociales, Humanidades y Ciencia y Tecnología para proporcionar una competencia contextual básica de orden interdisciplinar.
- b) Amplia formación en el funcionamiento de la empresa y las relaciones económicas y en los Procesos de la satisfacción de las necesidades de los consumidores.
- c) Nuestro profesional poseerá sólidas destrezas cualitativas y cuantitativas junto con un alto espíritu innovador y de trabajo en equipo multidisciplinario que le permita tomar las mejores decisiones integrales de marketing para crear un clima empresarial competitivo y orientado al mercado.
- d) Nuestro Licenciado(a) en Marketing contará con competencias y capacidades que le permitirán diseñar y gestionar planes integrales para el lanzamiento de nuevos productos, servicios e ideas, desarrollo, evaluación e implementación de campañas publicitarias de alto impacto, estudios de investigación de mercados, análisis y evaluación financiera para la cartera de productos, cubriendo todos los ámbitos económicos, sociales, locales e internacionales.
- e) Capacidad para identificar, analizar y evaluar problemáticas que permitan el diseño de estrategias de mercadeo y publicidad adecuadas y competitivas
- f) Habilidad para planificar, organizar y dirigir planes tendientes a la formación y desarrollo de negocios en el área de mercadeo y publicidad.
- g) Habilidad para diseñar estructuras administrativas, para el desempeño de los negocios así como formular, evaluar y administrar proyectos de inversión.

- h) Amplia comprensión necesaria para efectuar encuestas y aplicar planes de investigación de mercado así como diseñar estrategias de mercadeo y publicidad.
- i) Comprender y estudiar la coyuntura de precios de mercadeo nacional e internacional.
- j) Habilidad para investigar el entorno del mercado para identificar el nivel de competencia; las necesidades, deseos y demanda del cliente
- k) Habilidad para gestionar de manera individual y en equipo los niveles operativos y tácticos del funcionamiento de las empresas, relacionados con el diseño, ejecución, control y evaluación de los planes de desarrollo estratégico de las mismas.
- l) Formación en el conocimiento de los elementos que configuran el marketing mix con el fin de obtener la capacidad de identificar, gestionar y atender las necesidades propias de las empresas.
- m) Formación en las capacidades para entender cómo las organizaciones crean unas fuertes relaciones con el cliente y valor para el cliente a través del marketing.
- n) Formación en el conocimiento y el uso de las tecnologías de la comunicación en los distintos entornos multimedia e hipermedia, para su aplicación en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas y el desarrollo de nuevos soportes.
- o) Formación en el seguimiento de los procesos de trabajo en el ámbito profesional, siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua.
- p) Iniciación a la metodología y a las técnicas de investigación en el campo de la comunicación empresarial e institucional, y adquisición de habilidades para la docencia en dicho ámbito.
- q) Fomentar la capacidad de auto aprendizaje y formación continua.

El graduado/a será un profesional con capacidad humanística y emprendedora con competencias para desarrollar su actividad profesional con valores éticos y morales que aporten al desarrollo sustentable y sostenible del País”.

Dentro de la Universidad existe un departamento de evaluación con el afán de realizar los cambios respectivos en cuanto a la calidad misma de la educación, pues existe una comisión de evaluación interna plasmada en un organigrama estructural ordenado en orden jerárquico.



**Tomado del Departamento de Evaluación y Acreditación Septiembre del 2013**

## 6.2 MARCO GEOREFENCIAL

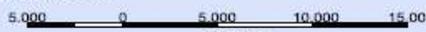
El trabajo investigativo se ve a realizar en la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, Ubicada en la Provincia Bolívar, Cantón Guaranda en la Avenida Ernesto Che Guevara y Gabriel Secara.



### UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN :

\*PERTINENCIA EN LA EVALUACIÓN DEL ENTORNO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA DE MARKETING,  
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA DE LA  
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, DURANTE LOS AÑOS 2013-2014\*



<p><b>Autor:</b> Gaibor Alexandra Fuentes Luis</p> <p><b>Director:</b> Lic. Enrique García</p> <p><b>Ubicación geográfica:</b> Lon= -79° 0' 28.5" Lat= -1° 33' 21.20"</p> <p><b>Fuente de datos:</b> CIE de la FCAGEI</p> <p><b>Fecha:</b> Diciembre</p>	<p><b>Información base:</b> INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR CARTOGRAFÍA COLABORATIVA CIUDAD GUARANDA</p> <p><b>Sistema de referencia:</b> WGS84 Zona 17 Sur</p> <div style="text-align: center;">  <p>1:395119 Metros</p> </div>	<div style="text-align: center;">  <p><b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR</b></p> <p>Facultad De Ciencias Administrativas Gestión Empresarial E Informática</p> <p>Infraestructura de Datos Espaciales de la UEB</p> <p>Realizado por: Ing. Danilo Barreno</p> </div>
--	---	--

### 6.3. MARCO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

Art. 353.- El Sistema de Educación Superior se regirá por:

2. “Un organismo público técnico de acreditación y aseguramiento de la calidad de instituciones, carreras y programas, que ni podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación” (Constituyente, 2008).

Disposición Transitoria Vigésima: “...En el plazo de cinco años a partir de la entrada en vigencia de esta constitución, todas las instituciones de educación superior; así como sus carreras, programas y posgrados deberán ser evaluados y acreditados conforme a la ley. En caso de no superar la evaluación y acreditación, quedarán fuera del sistema de educación superior.” (Constituyente, 2008)

Ley Orgánica de Educación Superior (LOES).

(Constituyente, Ley Orgánica de Educación Superior, 2010)“**Art. 94.- Evaluación de calidad.-** La Evaluación de la Calidad es el proceso para determinar las condiciones de la institución, carrera o programa académico, mediante la recopilación sistemática de datos cuantitativos y cualitativos que permitan emitir un juicio o diagnóstico, analizando sus componentes, funciones, procesos, a fin de que sus resultados sirvan para reformar y mejorar el programa de estudios, carrera o institución.

**Art. 95.- Acreditación.-** La acreditación es una validación de vigencia quincenal realizada por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, para certificar la calidad de las instituciones de educación superior, de una carrera o programa educativo, sobre la base de una evaluación previa.

La Acreditación es el producto de una evaluación rigurosa sobre el cumplimiento de lineamientos, estándares y criterios de calidad de nivel internacional, a las carreras, programas, posgrados, e instituciones, obligatoria e independiente, que definirá el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

**Art. 96.- Aseguramiento de la calidad.-** El Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, está constituido por el conjunto de acciones que llevan a cabo las instituciones vinculadas con el sector, con el fin de garantizar la eficiente y eficaz gestión aplicables a las carreras, programas académicos, a las instituciones de educación superior y también a los consejos u organismos evaluadores y acreditadores.

**Art. 98.- Planificación y ejecución de la autoevaluación.-** La Planificación y ejecución de la autoevaluación estará a cargo de cada una de las instituciones de educación superior, en coordinación con el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.....

**Art. 99.- La autoevaluación.-** La Autoevaluación es el riguroso proceso de análisis que una institución realiza sobre la totalidad de sus actividades institucionales o de una carrera, programa o posgrado específico, con una amplia participación de sus integrantes, a través de un análisis crítico y un dialogo reflexivo a fin de superar los obstáculos existentes y considerar los logros l calidad académica.

**Art. 100.- La Evaluación Externa.-** Es el proceso de verificación que el Consejos de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad dela Educación Superior realiza a través de pares académicos de la totalidad o de las actividades institucionales o de una carrera o programa para determinar que su desempeño cumple con las características y estándares de calidad de las instituciones de educación superior y que sus actividades se realizan en concordancia con la misión, visión, propósitos y objetivos institucionales o de la carrera, de tal manera que pueda certificar ante la sociedad la calidad académica y la integridad institucional.

**Art. 103.- Examen Nacional de evaluación de carreras y programas académicos.-** Para efectos de evaluación se deberá establecer un examen para estudiantes de último año, de los programas o carreras. El examen será complementario a otros mecanismos de evaluación y medición de la calidad.

Este examen será diseñado y aplicado por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. El examen estará centrado en los conocimientos establecidos para el programa o carrera respectiva.

En el caso de que un porcentaje mayor al 60% de estudiantes de un programa o carrera no logre aprobar el examen durante dos años consecutivos, el mencionado programa o carrera será automáticamente suprimido por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior; sin perjuicio de la aplicación de los otros procesos de evaluación y acreditación previstos en la Constitución, en esta Ley y su reglamento general de aplicación. Los resultados de este examen no incidirán en el promedio final de calificaciones y titulación del estudiante.

En el caso de que se suprima una carrera o programa, la institución de educación no podrá abrir en el transcurso de diez años nuevas promociones de estas carreras o programas, sin perjuicio de asegurar que los estudiantes ya matriculados concluyan con su ciclo de estudio.

**Art. 106.- Costos de la Evaluación.-** Los costos de las evaluaciones externas y acreditaciones de las instituciones de educación superior, serán responsabilidad de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

Disposición Transitoria Primera.- En cumplimiento de la Disposición Transitoria Vigésima de la Constitución de la República del Ecuador, en plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la Carta Magna, todas las universidades y escuelas politécnicas, sus extensiones y modalidades, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores, tanto públicos como particulares, así como sus carreras, programas y posgrados, deberán haber cumplido con la evaluación y acreditación del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

Este proceso se realizará a todas las instituciones de educación superior, aun a las que hayan sido evaluadas y acreditadas por el anterior Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior Ecuatoriana (CONEA).

Las universidades y escuelas politécnicas de reciente creación que tengan menos de cinco años de existencia legal a la fecha de la vigencia de la presente Ley, continuarán en sus procesos de institucionalización ya iniciados, hasta su conclusión,

sin perjuicio de lo previsto en la Transitoria Vigésima de la Constitución de la República del Ecuador.

Para el desarrollo de nuestra investigación en cuanto al principio de pertinencia es necesario conocer lo que expresa la LOES en su artículo 107 el cual expresa:

El principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva del desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello, las instituciones de educación superior articularan su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesionales y grados académicos, a las tendencias de mercado ocupacional local, regional y a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología.”

Además de ello, dentro de la Universidad Estatal de Bolívar existe un Reglamento de la Comisión de Evaluación Interna, el cual en su Capítulo I, de la comisión de Evaluación Interna expresa:

(Universitario, 2004)“**Art 1. Definición.-** La Comisión de Evaluación de la Universidad Estatal de Bolívar es un organismo dependiente del rectorado, su actividad se desarrolla de acuerdo a la Ley Orgánica de Educación Superior y el Estatuto Universitario.

Se encargará de la evaluación institucional y coordinación de la evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la calidad de la Educación Superior, CEAACES.

**Art. 2 Funciones.-** Son funciones de la Comisión de Evaluación Interna:

- a) Promover una cultura de evaluación;
- b) Proponer y coordinar estrategias y acciones para asegurar la acreditación de la UEB, como resultado del proceso evaluativo interno y externo;
- c) Diseñar, ejecutar y monitorear los procesos de autoevaluación y acreditación institucional.

- d) Gerencia procesos de evaluación institucional, a fin de fomentar el mejoramiento continuo de la calidad de la educación superior en la UEB, como contribución al mejoramiento del desarrollo socio-económico del país.
- e) Promover y monitorear los procesos de evaluación en: docencia, gestión, investigación y vinculación.
- f) Promover y monitorear los procesos de capacitación docente y administrativa.
- g) Coordinar con las Facultades y otras Unidades Académicas y Administrativas de la Institución, para propiciar procesos de mejoramiento y rendición de cuentas.
- h) Aplicar sistemáticamente simulaciones de evaluaciones y seguimientos a los parámetros de evaluación.
- i) Informar al H. Consejo Universitario y a la comunidad Universitaria los resultados y recomendaciones de los procesos de evaluación.”

#### **6.4. MARCO CONCEPTUAL**

**Acreditación.-** *Consiste en que una institución de educación superior reúna ciertas características de calidad para brindar una educación de excelencia dentro de un determinado sector.*

**Aprendizaje.-** *Es un acto que permite adquirir conocimientos, habilidades, destrezas en un ambiente externo e interno de manera formal en una institución educativa y no formal que se lo adquiere a través de la experiencia.*

**Autoevaluación.-** *Es un proceso mediante el cual permite a una institución medir y establecer las falencias y debilidades que existen dentro de ella con el fin de realizar una mejora continua superando sus deficiencias alcanzando las metas institucionales.*

**Carrera.-** *Es aquella que nos permite obtener un título superior luego de haber culminado la etapa de estudios.*

**Competencias.-** *Es un conjunto de características propias de un individuo las cuales las debe demostrar en el ejercicio profesional de su carrera en cualquier cargo bajo su responsabilidad.*

**Competitividad Académica.-** *Es el conjunto de fortalezas que le permiten a una institución de educación superior sobresalir frente a las demás llegando a ser las mejores y tener reconocimiento público.*

**Comunidad Universitaria.-** *Conjunto de personal administrativo, funcionarios y estudiantes que contribuyen a la mejora institucional.*

**Congruencia.-** *Es aquella que permite que no exista discordancias o malos entendidos en un determinado documento o proceso.*

**Currículo.-** *Describe los contenidos de una carrera profesional contenida en su perfil profesional analizando sus estrategias del proceso de enseñanza.*

**Deserción estudiantil.-** *Aquella en que un estudiante abandona o cambia su carrera profesional antes de obtener un título.*

**Diagnóstico.-** *Comprende una recolección de datos, analizándolos para emitir un informe que permita un diagnóstico de la situación actual de dicha institución.*

**Educación Superior.-** *Es un proceso que comprende el sistema educativo de tercer nivel en donde se estudia para obtener un título de tercer nivel.*

**Eficacia.-** *Es aquella que permite la consecución de los objetivos, metas planeados por la institución independientemente del medio que se utilice para alcanzar calidad académica.*

**Eficiencia.-** *Es aquella que permite la consecución de los objetivos, metas de la institución en el menor tiempo posible utilizando los recursos eficazmente.*

**Especialidad.-** *Consiste en facilitar al estudiante una formación académica de calidad brindándole una alta capacidad de conocimientos, habilidades, destrezas para ejercer su profesión.*

**Evaluación.-** *Es aquella que mediante un proceso de recolección de datos relevantes permite a las Instituciones de Educación Superior analizar sus debilidades permitiéndole la toma de decisiones dentro de la institución en un periodo constante que ayude a la mejora del programa de estudios.*

**Evaluación para la mejora.-** *Es un proceso que permite aumentar la calidad de la educación superior.*

**Indicadores:** *Los indicadores son guías que nos permiten medir el grado de cumplimiento, calidad que tiene una institución de acuerdo a metas y objetivos pre-establecidos por la institución.*

**Informe de Evaluación.-** *Es una explicación detallada del proceso de evaluación realizada en una institución de educación superior lo cual permite la toma de decisiones para mejorar la calidad de nivel educativo.*

**Institución de Educación Superior.-** *Es una entidad que realiza actividades de enseñanza y contribuye en la investigación, es una Universidad o Escuela Politécnica compuesta por facultades, escuelas departamentos de acuerdo a su*

*organigrama estructural, cada facultad está en el deber de emitir títulos y grados académicos.*

**Investigación.-** *Es la actividad desarrollada por un grupo de investigadores con el afán de producir conocimiento y lograr su aplicación para dar solución a los problemas encontrados.*

**Mejora Continua.-** *Es el aumento constante de la calidad de una institución, programas académicos, rendimiento de docentes, para lo cual se lo realiza a través de parámetros previamente establecidos para alcanzar un alto nivel de rendimiento.*

**Metodología.-** *Es un conjunto de procedimientos previamente establecidos que ayudan la consecución de objetivos permitiendo un aprendizaje óptimo dentro de un programa educativo.*

**Modelo.-** *Es una representación que permite observar componentes fundamentales de un proceso para analizarlo dentro de un proceso educativo.*

**Período académico.-** *Se refiere a un período de tiempo donde se desarrolla un programa académico, en donde los estudiantes deben matricularse y al final del período ser evaluados para medir el grado de conocimiento adquirido.*

**Pertinencia.-** *Se refiere a cumplir con las necesidades y las expectativas de la sociedad que requieren que una educación superior en cuanto a la oferta académica y a los nuevos avances tecnológicos.*

**Programa Educativo.-** *Es un documento estructurado que está compuesto por un conjunto de elementos tales como alumnos docentes, plan de estudios, actividades académicas con el fin de dotar egresados con un perfil profesional adecuado.*

**Sistema Nacional de Acreditación.-** *Está constituido por un sinnúmero de políticas, estrategias, procesos que permiten brindar una educación de la más alta calidad por parte de las instituciones de educación superior. .*

**Vinculación.-** *Consiste en realizar proyectos sociales con la colectividad ya sea con instituciones públicas, privadas o ámbito regional para atender a ciertas necesidades de la sociedad*

## 6.5. TEORÍA CIENTÍFICA

### 6.5.1 Pertinencia.- Definición

(Bonvecchio De Aruani, 2006). “Consiste en la adecuación del instrumento al carácter de la que evaluamos. Los contenidos curriculares responden a muy diferentes categorías: científicos, artísticos, artesanales, tecnológicos, etc. En todos podemos encontrar contenidos conceptuales. En consecuencia, un instrumento será pertinente si pone al alumno en situación de realizar la tarea, mental o física, que ponga de manifiesto (indicador de logro) que está aprendiendo o aprendido el contenido previsto en los objetivos o expectativas de logro. Este requisito depende fundamentalmente del tipo y redacción de la consigna. Así un instrumento puede ser pertinente en mayor o menor grado, o no. En algunos casos, la cualidad que hace pertinente es evidente: no podemos evaluar la competencia en el manejo de máquinas con una prueba de lápiz y papel.”

*Por lo tanto se puede decir que pertinencia es la verificación de las razones por las cuales debe existir o se debe realizar una determinada acción, en el caso de nuestra investigación las razones de la existencia de la carrera de marketing, de acuerdo a muchas necesidades de la sociedad en general, debido a la demanda académica que existe en dicha área, puesto que el criterio de pertinencia engloba tres aspectos fundamentales:*

- ✓ **Estado Actual y Prospectiva.-** Este indicador corresponde a la verificación de la existencia de un documento actualizado en cuanto a la evaluación de la carrera de hace tres años atrás, que contenga la autoevaluación de la carrera de marketing, dicho documento debió de haber sido realizado por los responsables o directivos principales de dicha carrera.
- ✓ **Seguimiento a Graduados.-** Consiste en la creación de un proceso que permita el seguimiento a los profesionales que se encuentran en los diferentes puestos de trabajo, con el afán de lograr un diálogo y de esta manera realizar mejoras en cuanto al perfil de egreso y perfil profesional de la carrera de Marketing, tomando como referencia el último año a esta.

- ✓ ***Vinculación con la Sociedad.***- *Se basa en la realización de proyectos o programas de vinculación realizada por profesores y alumnos para ponerlos en práctica en la sociedad en general, tomando como base el último año.*

Pertinencia de las instituciones de educación superior en áreas de la atención de la diversidad.

(Perdomo Dayana-Camacho Hermelinda, S/A). “El tema de la Pertinencia en Educación Superior ha sido abordado desde muchos años por numerosos investigadores quienes de una manera u otra han observado la necesidad de que el currículo se acerque cada día más a las necesidades, características y exigencias de la sociedad; en esta medida, la exigencia de la sociedad es mayor, y con el correr del tiempo, se ha progresado en la búsqueda de mejores y mayores niveles de calidad en la preparación profesional y en la adecuación de la formación integral basad en la realidad educativa.”

*La pertinencia en la actualidad ha trascendido y ha pasado a ser un tema prioritario para las Instituciones de Educación Superior puesto que deben responder a las necesidades y exigencias de la comunidad universitaria en general enfocándose principalmente en el currículo interactuando muchos elementos en común.*

(Perdomo Dayana-Camacho Hermelinda). “La pertinencia consiste en la relevancia filosófica, científica, académica, social, profesional, laboral e institucional; y, el grado en que tales resultados tienen en cuenta los requerimientos de cada una de estas áreas. Es el fenómeno por medio del cual se establecen múltiples relaciones entre la universidad y el entorno, la teoría, y la práctica, y, la investigación, docencia, y extensión, de acuerdo a los criterios de adecuación, congruencia, oportunidad y conveniencia de la educación y los servicios prestados a través de ella.”

*Por lo tanto se puede decir que la pertinencia se encarga de estudiar el entorno que tiene una carrera determinada en cuanto a las relaciones entre diversos elementos, entre la universidad y el entorno refiriéndose principalmente al medio donde se desenvuelve la institución de educación superior, unir la teoría con la práctica, poniendo en práctica todos los conocimientos adquiridos en las aulas de clases, y también tener claro el rol investigativo dentro de la institución para poder producir nuevos métodos, cambios, tecnologías, etc.*

*La pertinencia se puede manejar en dos sentidos tanto interna como externa, la interna se refiere al estudio de los fines con que fue creada una determinada carrera dentro de la institución es decir que tiene por finalidad la carrera de marketing, mientras que la externa se refiere al entorno en cuanto a la necesidad de la sociedad de participar en dicha carrera, es decir la oferta institucional que tiene para brindar a la comunidad universitaria.*

*La pertinencia va más allá y se transforma en el deber ser de toda Institución de Educación Superior que debe dar atención a las necesidades de la comunidad universitaria cumpliendo con los objetivos iniciales de la carrera para brindar una educación de calidad acorde a las nuevas exigencias del mundo laboral, relacionando un sin número de elementos que nacen de la realidad lo cual debe ayudar a desarrollar el contexto institucional y por ende de la sociedad, para evaluar la pertinencia de una carrera se deben aplicar normas éticas, dando atención a la problemática existente dentro de la sociedad, trazándose objetivos que se deberán alcanzar en los plazos establecidos, respetando la diversidad de culturas y protegiendo el medio ambiente.*

“Pertinencia es un proceso complejo, dinámico, crítico, reflexivo, y transformador, el cual constituye por medio del que se establecen las múltiples relaciones entre la universidad y el entorno y entre la universidad y los diferentes subsistemas que la estructuran” (Malagón, 2003).

*Por lo tanto se puede concluir que el principio de pertinencia es fundamental dentro del proceso de evaluación de una carrera de Educación Superior, pues se identifica el deber de ser de la Universidad frente a las necesidades que tiene la sociedad en cuanto a las carreras que se ofertan en dicha Institución, es decir brindar una educación de calidad, cumpliendo con las expectativas de la sociedad, desarrollando innovación y cambios que generen satisfacción en cuanto al perfil de cada carrera y currículo siendo una carrera de éxito.*

### **6.5.1.2. Importancia de la Pertinencia en las Instituciones de Educación Superior.**

*La pertinencia es el pilar fundamental en el desarrollo de las actividades educativas de las Instituciones de Educación Superior, pues responden a las necesidades que la sociedad demanda frente a las que se ofertan en dichas Universidades, lo cual trasciende al nivel social donde se desenvuelve, es decir cuando se oferta una carrera el porqué de ella, si tiene la acogida deseada y que cumpla con las expectativas de los interesados, además de ello tomar en cuenta indicadores que sean de aplicabilidad y en donde se refleje la pertinencia de dicha carrera con estándares de calidad que garanticen un educación de excelencia.*

*Además de ello la pertinencia va ligada estrechamente a los programas y proyectos de dichas carreras donde tengan objetivos y metas claves, para interactuar con la sociedad en general, brindando apoyo a verdaderos grupos de interés, generando conocimiento e impartiendo a los grupos sociales, siempre tomando en cuenta que es un asunto muy complejo por lo cual se lo debe realizar tomando como referencia los puntos claves, y el talento humano necesario y capacitado en dichas áreas del conocimiento, para lograr apoyar al desarrollo humano y sustentable de la sociedad en general.*

*Es de vital importancia púes se toma también como referencia en el ámbito académico el que se enseña y la metodología de cómo se enseña para lograr un aprendizaje mutuo, entre profesores y alumnos, logrando la construcción del conocimiento, con la aplicación de las nuevas tecnologías del mundo moderno aplicado a la educación de nivel superior, las Instituciones de Educación Superior deben renovar constantemente su oferta académica dependiendo las necesidades y de esta manera cumplir con las expectativas de los jóvenes que postular dichas carreras ofertadas por las Universidades.*

*Las instituciones de educación superior tienen como prioridad la formación integral de sus graduados con conocimientos actualizados y acordes a las necesidades del mundo laboral, es decir en la actualidad los futuros profesionales deben ser multifacéticos independientemente de la carrera elegida, pues los profesionales deben estar en la capacidad de desenvolverse en muchos aspectos de la rama de la*

*especialidad, puesto que deben estar aptos para ser cambiados de sus puestos de trabajo, por lo cual deben tener el conocimiento y capacitación necesaria para desenvolverse en cualquier aspecto del mundo laboral.*

### **Indicadores de acuerdo a Pertinencia**

(CEAACES, Sistema de mejoramiento de carreras y modelos ). **“Estado Actual y Prospectiva.-** evalúa que los responsables de la carrera hayan elaborado un documento, que debe haber estado vigente al momento de la evaluación, con información actualizada de los últimos tres años, que resuma la autoevaluación de la carrera.

1. **Información de la carrera.-** denominación de la titulación, modalidad, duración de los estudios sin el trabajo de titulación, duración de los estudios con el trabajo de titulación, fecha de la primera aprobación, nombre del ente que aprobó, tabla con datos de ingreso de estudiantes, número de graduados, durante los últimos tres años.
2. **Pertinencia de la carrera:** debe mostrar de qué manera el diseño de la carrera responde a:
  - a) las necesidades de entorno provincial y local
  - b) Las necesidades del entorno nacional.
  - c) Las necesidades del desarrollo científico-tecnológico.
  - d) Los requerimientos de la planificación nacional y regional.
3. **Resumen del estudio de la empleabilidad de los graduados:** universo de los graduados, tamaño de la muestra para el estudio, metodología(s) utilizada(s), tipo de trabajo u ocupación en la que se desempeña con los estudios realizados, ingreso mensual percibido, análisis de la situación laboral real de los graduados, etc.
4. **Análisis de la evolución prospectiva del área de la carrera:** ¿Cuáles son los campos que se están desarrollando?, los que se prevé que se desarrollen a futuro, etc.; que políticas o medidas se han adoptado con respecto al currículo.
5. **En relación con la empleabilidad real,** es decir, el análisis de la situación laboral real de los graduados, qué medidas se han tomado con respecto al currículo.

### **Calculo del indicador y escala:**

**ALTO:** si la coherencia entre los datos e informaciones y las medidas o políticas tomadas es total.

**MEDIO:** si la coherencia entre os datos e informaciones y las medidas o políticas tomadas es parcial.

**BAJO:** si no existe coherencia entre os datos e informaciones y las medidas o políticas tomadas es tomadas.

**Seguimiento a Graduados:** busca verificar si la carrera cuenta con un proceso que permita monitorear periódicamente la evolución profesional de los graduados de la carrera, con el objetivo de identificar las posibles mejoras que se puedan introducir en el Perfil de Egreso, el Perfil Profesional y el Currículo. Los resultados de estos deben ser dados a conocer a la comunidad académica, en particular a los estudiantes de la carrera.

La evidencia debe corresponder al período de evaluación: último año anterior a esta.

Los criterios que se toman en cuenta en este indicador son:

- a) Si el proceso de seguimiento a graduados está implementado y consta de al menos: un responsable del monitoreo (que podría ser también el coordinador de la carrera), formatos para captura de la información, técnicas de procesamiento de la información y de generación de reportes para la toma de decisiones.
- b) Si los resultados de las evaluaciones del proceso de seguimiento graduados son conocidos por los estudiantes de la carrera.
- c) Si la carrera demuestra que ha utilizado la información obtenida en el proceso de seguimiento a graduados con el fin de introducir mejoras curriculares.
- d) Si existe Comisión Evaluación Interna de la Calidad de la Carrera que cuenta con representación estudiantil y está
- e) a producirlo informes que ha sido difundidos a los grupos de interés de la carrera.

### **Calculo del indicador y escala**

**CUMPLIMIENTO TOTAL:** cuando el proceso de seguimiento a graduados se encuentra implementado, sus resultados para implementar mejoras curriculares en la carrera, existe una comisión encargada de la evaluación de la calidad de la carrera.

**CUMPLIMIENTO PARCIAL:** cuando el proceso de seguimiento a graduados se está implementado pero no se han cumplido el resto de requisitos anteriormente mencionados.

**CUMPLIMIENTO DEFICIENTE:** cuando la carrera no tiene un proceso de seguimiento de graduados.

**Vinculación con la Sociedad.-** evalúa la participación de los profesores y estudiantes de la carrera de las actividades programadas en el marco de los programas y/o proyectos de vinculación con la sociedad, desarrollados por las IES durante el último año.

El indicador se define como el promedio ponderado de la participación de los docentes y estudiantes de la carrera, en proyectos de vinculación con la sociedad, en el último año anterior a la evaluación.

### **Calculo del indicador y escala**

✚ Vinculación con la sociedad =  $(0,7 * \text{Porcentaje de profesores que participaron en el proyecto de vinculación en el último año}) + (,3 * \text{Porcentaje de estudiantes que participaron en el proyecto de vinculación en el último año})$

Porcentajes de profesores=100

✚  $(\text{Número de profesores de la carrera que han participado en actividades de vinculación con la sociedad, en el marco de proyectos de la institución durante el último año, por un total acumulado de al menos quince (15) horas por profesor}) / (\text{Número de profesores de la carrera durante el mismo período})$

Porcentaje estudiantes= 100

- ✚ (Número de estudiantes de la carrera que han participado en actividades de vinculación con la sociedad, en el marco de proyectos de la institución durante el último año, por un total acumulado de al menos treinta (30) horas por estudiante) / ( Número de estudiantes de la carrera durante el mismo período)”

### **6.5.3. Evaluación**

“Las evaluaciones en carreras universitarias, son parte importante del proceso de formación profesional, principalmente si se trata de carreras que tienen la importancia de formar profesionales competitivos.” (Narváez, S/A).

“Además de ello acerca de la evaluación se expresa que para lograr un buen aprendizaje en ciencias es recomendable que los procesos de evaluación también estén integrados a la ley orgánica de la educación universitaria, esto es, que potencien el intelecto en sus funciones superiores” (Narváez, S/A).

*Por lo tanto se puede decir que la evaluación dentro del proceso educativo de nivel superior es el paso más importante para poder verificar el estado actual de una determinada carrera, estableciendo falencias para corregirlas y lograr un mejoramiento continuo en cuanto a la calidad misma de la educación, mejorar el perfil profesional de los futuros profesionales y sobre todo mejorar el currículo. Se puede decir que el proceso de evaluación se lo realiza para verificar el estado actual de una determinada carrera de las Instituciones de Educación Superior.*

(Casanova, 1999). “La evaluación aplicada a la enseñanza y al aprendizaje, consiste en un proceso sistemático y rigurosa de recogida de datos, incorporados al proceso educativo desde su comienzo, de manera que sea posible disponer de información continua y significativa para conocer la situación, formar juicios de valor con respecto a ella y tomar las decisiones adecuadas para conseguir la actividad educativa progresivamente”

*A través del proceso de Evaluación se pretende medir el grado de eficacia, es decir en qué medida se lograron cumplir los objetivos y metas propuestas en una determinada carrera, eficiencia es decir comprobar si todos los elementos de la carrera fueron utilizados de manera apropiada de tal manera que se hayan utilizado*

*apropiadamente los recursos y la necesidad es decir la pertinencia de una determinada carrera que cumpla con las expectativas socioeconómicas de un país, además de ello poder insertar a través de dicha carrera un nuevo perfil de carrera con el objeto de mejorar el perfil profesional de dicha carrera.*

(Díaz, 2001). “Dentro del proceso de evaluación se debería tomar en cuenta algunos aspectos de verdadera importancia inmersos en las diferentes carreras universitarias así:

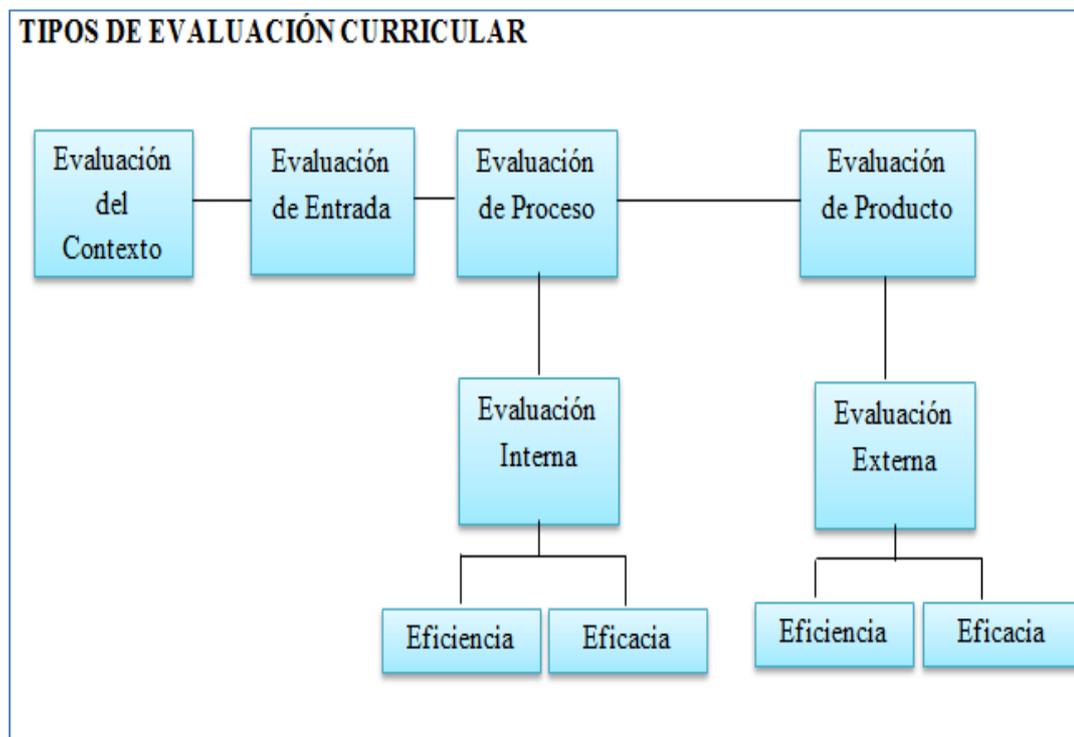
- Fundamentación filosófica, pedagógica, social, económica y política de la carrera.
- Justificación del programa, de acuerdo con las necesidades del país, el perfil ocupacional, el mercado de trabajo, las expectativas futuras de mercado y la viabilidad para mejorarlo y modificarlo atendiendo esas demandas.
- Perfil profesional: la formación requerida en la carrera.
- Perfil ocupacional: las funciones que podría desempeñar un profesional de la carrera
- Objetivos generales y específicos de la carrera.
- Plan de estudios: Fundamentos, objetivos, estructura, contenidos, metodología y evaluación
- Estudiantes: admisión, matrícula, deserción, rendimiento académico; los graduados y su incidencia en el mercado laboral.
- Docentes: grado académico, jornada de trabajo, tipo de contratación, carga académica, experiencia profesional y docente.
- Apoyo en investigación y extensión o acción social. Personal que se dedica a estas labores. Proyectos que den apoyo a la carrera.
- Apoyo técnico y administrativo: tipos de puestos, funciones del personal técnico y administrativo
- Organización administrativo-académica de la carrera: organigrama de la carrera y dinámica del trabajo.
- Planta física, equipo y materiales: análisis de suficiencia.

- Recursos financieros: presupuesto de la carrera por año y acceso a otras fuentes de recursos. Convenios con otras instituciones nacionales o extranjeras.”

(Díaz, 2001). “Estos aspectos a evaluar es lo primordial dentro de las Instituciones de Educación Superior, puesto que a través de ello se verifica el estado actual de una determinada carrera, pues se puede realizar investigación exhaustiva de cada uno de los elementos, lo cual permite tener una valoración y lograr obtener resultados que permitan la toma de decisiones más acertadas y oportunas que vayan en beneficio de la carrera misma y principalmente de los alumnos quienes tienen derecho a tener una formación académica integral y de excelencia”.

### 6.5.3.1. Tipos de evaluación

Para el desarrollo del trabajo investigativo en cuanto a los tipos de evaluación que se deben aplicar en las Instituciones de Educación Superior lo hemos tomado como referencia el esquema propuesto por Díaz Barriga Ha expresado de la siguiente forma:



(Díaz Barriga, 1990)“**La evaluación del contexto.-** se refiere a establecer un diagnóstico preliminar determinando claramente los objetivos, y los medios a través de los cuales se pretenden cumplir dichos objetivos lo que servirá de base para realizar una planificación para el normal desenvolvimiento de las actividades.

**Evaluación de Entrada.-** Es de tipo diagnóstico de la situación actual, es llevar a la práctica lo establecido como objetivos, metas y la determinación de cuales fueron los medios utilizados para alcanzar dichos objetivos.

**Evaluación de Proceso.-** Se refiere a la recolección de datos bajo los medios utilizados, como fue el progreso, las oportunidades y dificultades encontradas lo cual va a permitir la toma de decisiones en el momento oportuno, es decir es un tipo de evaluación interna para controlar el funcionamiento adecuado de una determinada carrera.

Dentro de la evaluación de proceso existe la evaluación interna dentro de la cual se toman varios criterios como base para evaluarlos: “pedagógicos, de presentación o comunicación, psicológicos y epistemológicos, sociales como los proyectos de vinculación con la comunidad, y lo primordial en el aspecto académico y administrativo de una Institución de Educación Superior”

Dentro de la Evaluación Interna se verifica el grado de eficiencia y eficacia; en lo que respecta a la eficiencia se toma en cuenta:

- **Congruencia** es decir que exista lógica en cuanto a los objetivos mismos de la carrera;
- **Viabilidad**, que se puede hacer o llevar a cabo una determinada acción,
- **Continuidad**; que se mantenga a lo largo del tiempo con el éxito deseado, integración que se unan varios componentes para formar un todo para mejorar la pertinencia de una carrera
- **Vigencia**; incorporar carreras que tengan novedad y auge en el medio social donde se desenvuelve una determinada Universidad.

Al referirse a la eficacia se evalúa el componente más importante que es el rendimiento académico es decir que se hayan cumplido con el plan de estudios previstos de una determinada carrera, verificando el nivel de conocimiento de los

alumnos que cursan dichas carreras cuanto aprendieron a lo largo del proceso de formación profesional.

**Evaluación del producto.-** Se trata de una evaluación externa, para ver cómo se encuentra una institución en cuanto al cumplimiento de sus objetivos a través de dicha evaluación se puede tomar decisiones en cuanto a la planificación, programas, como realizar las actividades y el control de dichas actividades con el único propósito de lograr una mejora continua en cuanto al aprendizaje.

Dentro de la evaluación externa también se evalúa la eficiencia y eficacia pero de una manera distinta a la evaluación interna, tomando en cuenta otros factores que inciden en la educación; al hablar de la eficiencia se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- **Relaciones costo-beneficio**, a través de lo cual se puede valorar la inversión que se realiza en una determinada área frente a los beneficios que se obtiene con dicha inversión con la único objetivo de ver la mejor opción en cuanto a los beneficios más idóneos; contrastación d resultados
- **Contrastación de resultados con otras instituciones y planes de estudio**, es decir realizar una comparación de los resultados obtenidos frente a otras instituciones para ver que se puede mejorar, que cambios se pueden incorporar, la innovar y de esta manera lograr alcanzar los mismos resultados siempre y cuando tengan el éxito esperado.

Refiriéndose a la eficacia se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- **Funciones Profesionales**, respecto de las funciones que los futuros profesionales deben realizar una vez que se inserten en el mundo laboral, y pongan en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas de clase.
- **Mercado de Trabajo**, lograr satisfacer las necesidades del mercado ocupacional con egresados que tengan las habilidades y destrezas necesarias para desenvolverse con normalidad en los diferentes puestos de trabajo.
- **Solución de los problemas de la comunidad**, a través de proyectos de vinculación en los se pueda reducir los problemas de la comunidad en relación con los contenidos establecidos dentro de una determinada carrera.”

Cabe recalcar que dentro de la evaluación se desprenden varios tipos, que sin lugar a duda son importantes de conocerlos y mencionarlos:

(Zapata, S/A). **“Según su finalidad y función**

- **Función Formativa.-** La evaluación se utiliza preferentemente como estrategia de mejora y para ajustar sobre la marcha, los procesos educativos d cara a conseguir las metas o expectativas previstos, es la más apropiada para la evaluación de procesos aunque también es formativa la evaluación de productos educativos, siempre que sus resultados se empleen para la mejora de los mismos.
- **Función Sanativa.-** Suele aplicarse más en la evaluación de productos, es decir, de procesos terminados, con realizaciones precisas y valorables, con la evaluación no se pretende modificar, ajustar o mejorar el objeto de la evaluación sino simplemente determinar su valía, en función del empleo que se desea hacer del mismo posteriormente.”

(Zapata, S/A). **Por su Extensión**

- **“Evaluación Global.-** Se pretende abarcar todos los componentes o dimensiones de los alumnos, del centro educativo, del programa, etc. Se considera el objeto de la evaluación de un modo holístico, como una totalidad interactuante, en la que cualquier modificación en uno de sus componentes o dimensiones tiene consecuencias en el resto.
- **Evaluación parcial:** pretende el estudio o valoración de determinados componentes o dimensiones d una institución, de un programa educativo, de rendimiento de unos alumnos, etc.”

(Zapata, S/A). **Según los Aspectos Evaluadores**

- a) **“Evaluación Interna:** es aquella que es llevada a cabo y promovida por los propios integrantes de una institución, un programa educativo, etc. A su vez, la evaluación interna ofrece diversas alternativas de realización: autoevaluación, heteroevaluación y evaluación.
  - **Autoevaluación:** los evaluadores evalúan su propio trabajo. Los roles de evaluador y evaluado coinciden en las mismas personas.

- **Heteroevaluación:** evalúan una actividad, objeto o producto, evaluadores distintos a las personas evaluadas.
  - **Coevaluación:** es aquella en la que unos sujetos o grupos se evalúan mutuamente evaluadores y evaluados intercambian su papel alternativamente.
- b) **Evaluación externa:** se da cuando agentes no integrantes d un centro escolar o de un programa evalúan su funcionamiento. Suele ser el caso de la “evaluación de expertos”.

*Estos tipos de evaluación son muy necesarios y se complementan mutuamente. En el caso d la evaluación de centro, sobre todo, se está extendiendo la figura dl “asesor externo”, que permite que el propio centro o programa se evalúe a sí mismo, pero le ofrece su asesoría técnica y cierta objetividad por su no implicación en la vida del centro.*

(Zapata, S/A).**Según el momento de aplicación**

- a) **“Evaluación inicial:** se realiza al comienzo del curso académico, de la implementación de un programa educativo, del funcionamiento de una institución. Consiste en la recogida de los datos en la situación de partida. Es imprescindible para iniciar cualquier cambio educativo, para decidir los objetivos que se pueden y deben conseguir y también para valorar si al final de un proceso, los resultados son satisfactorios o insatisfactorios.
- b) **Evaluación procesual:** consiste en la valoración a través de la recogida continua y sistemática de datos, del funcionamiento de una institución, de un programa educativo, del proceso de aprendizaje de un alumno, de la eficacia de un profesor, etc. A lo largo del período de tiempo fijado para la consecución de unas metas u objetivos.
- c) **Evaluación final:** consiste en la recogida y valoración de uno datos al finalizar un período de tiempo para la realización de un aprendizaje, un programa, un trabajo o para la consecución d unos objetivos.”

### **6.5.3.2. Importancia de la Evaluación de las Instituciones de Educación Superior**

*La evaluación es importante ya que permite determinar en qué medida se están cumpliendo las metas y objetivos fijadas en estándares, asociadas a los aprendizajes que se espera lograr con los estudiantes de educación superior. A través de la evaluación se logra una retroalimentación dentro de las instituciones, detectando fortalezas y debilidades, que permita obtener una valoración de las actividades educativas realizadas en un determinado periodo, permitiendo la toma de decisiones para el mejoramiento continuo de la calidad de educación.*

*Los datos obtenidos de una evaluación se convierten en un pilar fundamental para analizar el funcionamiento de los procesos internos de las instituciones logrando diferenciar el grado de participación y responsabilidad con los distintos grupos sociales, ajustando los Planes de Mejoramiento que permitan sobresalir en una futura evaluación.*

*Además, la información que proporciona la evaluación es vital para la institución evaluada pues permite realizar comparaciones con referentes locales, regionales y nacionales, permitiendo reflexionar sobre la pertinencia de los resultados educativos en relación con el entorno de la evaluación.*

### **6.5.3.3. (Giuseppe, 1985) Funciones de la Evaluación**

“Puede decirse, en síntesis, que las funciones de la evaluación son tres:

1. **Función de diagnóstico**, cuando tiene por objeto ilustrar acerca de las condiciones y posibilidades de aprendizaje o de ejecución de una o varias tareas determinadas por parte de educando.
2. **Función de control del aprendizaje**, cuando tiene el propósito de averiguar si los objetivos de enseñanza, se desea saber cuál ha sido el desempeño de un alumno o de la clase.
3. **Función de discriminación o clasificación**, después de un período de enseñanza, se desea saber cuál ha sido el desempeño de un alumno o de la clase.

- a) Aspecto de discriminación, cuando informa si el desempeño de un alumno o de una clase ha sido excelente, buen, mediano, razonable, deficiente;
- b) Aspecto de clasificación, cuando procura establecer un orden clasificatorio en cuanto al rendimiento de un grupo o de educandos sometidos al mismo proceso de enseñanza-aprendizaje.”

#### **6.5.4. Aprendizaje**

*El aprendizaje es la adquisición de nuevas conductas en un ser humano como consecuencia de la interacción con el medio externo donde se desenvuelve, es decir el conocimiento que haya sido capaz de retener y capturar después de un periodo de enseñanza, es decir dentro de una Institución de Educación Superior un buen aprendizaje es el pilar fundamental para que existan futuros profesionales con calidad con altos conocimientos que les permita desenvolverse normalmente en su vida profesional futura.*

*Dentro del proceso de aprendizaje la evaluación debe ser un proceso constante y permanente lo cual va a permitir recabar resultados del nivel de aprendizaje de estudiantes de una determinada carrera, lo cual permite a docentes la toma de decisiones en cuanto a la metodología de enseñanza practicada, reorientación y retroalimentación en temas de verdadero interés que así lo amerite.*

*El proceso de aprendizaje se debe constituir en una preocupación tanto para docentes como para alumnos ya que se debe cumplir con actividades en tiempos y plazos establecidos que permitan la generación del conocimiento, ideales, actitudes y aptitudes de manera positiva para los grupos de interés de una carrera.*

*La evaluación del aprendizaje consiste en juzgar lo que el alumno ha aprendido después de una fase de enseñanza, dicha evaluación puede ser objetiva o subjetiva:*

- (Giuseppe, 1985) “Subjetiva.- cuando se evalúa la producción de un alumno de manera personal, la valoración impuesta por el profesor puede variar de acuerdo a las apreciaciones del docente.
- Objetiva.- cuando la evaluación no depende o depende muy poco de la apreciación subjetiva toda vez que la producción del alumno debe atender a

cuestiones delimitadas con precisión y que admiten una sola solución.”  
(Giuseppe, 1985).

*La evaluación del aprendizaje se lo realiza por medio de pruebas tradicionales como orales y escritas, basadas en la resolución de problemas, pero no siempre se puede medir el grado de conocimiento de los alumnos puesto que se realiza preguntas solo de un asunto o solo d una parte de un conglomerado de conocimientos.*

(Giuseppe, 1985) “La verificación del aprendizaje es la comprobación de lo que el alumno asimilo durante un periodo de estudio, siempre como referencia a una asignatura o a un área de conocimiento. Consiste, también en la comprobación de modificaciones operadas en el comportamiento general (personal, social, moral, emocional, estético, etc.) del educando con relación a objetivos que se debería alcanzar y referente a un determinado nivel de estudio o aun tipo de carrera dentro de una Institución de Educación Superior.”

## **7. HIPÓTESIS**

La pertinencia aporta a cumplir con el proceso de evaluación del entorno de aprendizaje de la Carrera de Marketing de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar, durante los años 2013- 2014.

### **7.1. VARIABLES**

#### **7.1.1 Variable Independiente**

Pertinencia

#### **7.1.2 Variable Dependiente**

Evaluación del entorno de aprendizaje.

## 8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<b>Independiente</b> Pertinencia de la carrera	Consiste en que las instituciones de educación superior formen profesionales con conocimientos que respondan a las necesidades y expectativas de la sociedad, en el marco de desarrollo nacional con base en la planificación, prospectiva de desarrollo humanista, científico, tecnológico y a la diversidad cultural.	Desarrollo Nacional	Pertinencia de la carrera	<p>¿El perfil profesional del graduado de la Carrera de Ingeniería en Marketing llena las expectativas y necesidades de su institución? Si ( ) No ( )</p> <p>¿La formación recibida por los graduados de la Carrera de Ingeniería en Marketing, les facilita identificar, plantear y resolver problemas de la función que desempeñan? Si ( ) No ( )</p> <p>¿Los graduados de la Carrera de Ingeniería en Marketing contribuyen en trabajos de investigaciones que requiera su Institución? Si ( ) No ( )</p>	Entrevistas a Empleadores de los Graduados de la Carrera de Marketing de La Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar.
				<p>¿Qué tan relacionado está su empleo con la carrera que estudió?</p> <p>Directamente Relacionado ( )</p> <p>Indirectamente Relacionado ( )</p> <p>Nada Relacionado ( )</p> <p>Las actividades de la empresa donde usted labora tienen una cobertura</p> <p>Local ( ) Regional ( ) Nacional ( ) Multinacional ( )</p>	Encuesta a Graduados de la Carrera de Marketing de la UEB.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<b>Dependiente</b> Evaluación del Entorno de Aprendizaje	Es un proceso para verificar y determinar las condiciones del desempeño educativo de las instituciones de educación superior bajo ciertos criterios de investigación que permitan emitir un juicio o diagnóstico a fin de que sus resultados sirvan para mejorar y reformar el programa de estudios de la carrera.	Verificar	Evaluación de la carrera	<b>Valoración del plan de estudios</b> Contenidos del plan de estudios Alto ( ) Aceptable ( ) Bajo ( ) <b>Valoración de la docencia:</b> Metodología utilizada en el proceso de enseñanza – aprendizaje Alto ( ) Aceptable ( ) Bajo ( ) <b>Valoración de la infraestructura y tecnología:</b> Infraestructura Alto ( ) Aceptable ( ) Bajo ( )	Encuesta a Graduados de la Carrera de Marketing de la UEB.
		Criterios	Mejoras y Reformas	<b>Valoración de las competencias adquiridas:</b> La malla curricular recibida aporta al desempeño del trabajo actual. Alto ( ) Aceptable ( ) Bajo ( )	Encuesta a Graduados de la Carrera de Marketing de la UEB.
				El perfil de egreso de la carrera cubre los requisitos del campo ocupacional actual. Si ( ) No ( ) Tal Vez ( )	Encuesta a Profesionales del Área.

## **9. METODOLOGÍA**

*La metodología incorpora la manera de cómo se desarrolla el proceso de la investigación, desde su inicio para la recolección de la información, datos para posteriormente proceder a su análisis y procesamiento presentando las posibles soluciones al problema que las cuales nos servirán para la toma de decisiones.*

### **9.1 TIPO DE ESTUDIO**

**9.1.1. Descriptiva.-** *Trata de desarrollar una descripción detallada del fenómeno de estudio analizando cada una de sus características para de esta manera emitir un informe interpretación concreta acertada.*

**9.1.2. Histórica.-** *Trata de los acontecimientos pasados y su trascendencia en la actualidad, dicha investigación se la realiza para buscar la verdad de una manera crítica donde se sustenta los hechos del pasado.*

### **9.2 METODOS DE INVESTIGACIÓN**

**9.2.1. Inductivo.-** *Este método se lo utilizará para la elaboración de informes, opiniones respecto de la pertinencia de la carrera, partiendo de informaciones específicas para posteriormente emitir criterios complejos y generales.*

**9.2.2. Deductivo.-** *Este método se lo realizará para lograr obtener un juicio, lo cual permite llegar a una conclusión directa sin intermediarios sobre nuestra investigación, partiendo de datos empíricos o de principios y leyes más generales.*

**9.2.3. Analítico.-** *Se utilizará en la elaboración de hojas de trabajo, pruebas sustanciales para verificar la Pertenencia de la carrera de Marketing.*

**9.2.4. Sintético.-** *Señalando la relación de los elementos que surgen dentro del proceso de investigación de la pertinencia de la carrera con los resultados del informe final en cuanto al tema de investigación.*

### **9.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **9.3.1. Investigación Bibliográfica.**

*Se realizara un riguroso análisis a la información, en relación con el problema de investigación, mediante la utilización de revistas científicas, resúmenes de libros, artículos de internet, tesis de grado, que nos servirán para la realización de la investigación, con el fin de interpretar, entender y socializar el problema de objeto de estudio.*

#### **9.3.2. Investigación de Campo.**

*Recolección de información primaria, ya que esta investigación se realizara en el lugar de los hechos, y es mucho más efectiva ya que tiene contacto directo con el investigador con la realidad, mediante esta se establecerá un mejor conocimiento sobre la problemática que atraviesa la institución.*

#### **9.3.3. De Intervención Social.**

*Después de realizar el proceso plantearemos una alternativa de solución al problema conociendo la situación que presenta dicho objeto de estudio con el propósito de realizar cambios y mejoras.*

#### **9.3.4. Investigación longitudinal**

*El estudio de nuestra investigación se lo realizo en un periodo de tiempo determinado con el mismo grupo de personas.*

### **9.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **9.4.1. Fuentes Primarias**

**9.4.1.1. Entrevista Estructurada.-** *Esta técnica se utilizó para conseguir la información necesaria teniendo un contacto directo con el individuo entrevistado lo cual nos servirán para el desempeño de nuestro trabajo de graduación.*

**9.4.1.2. Encuesta.-** *Es una técnica utilizada para obtener datos de un conjunto de personas cuyas opiniones servirán para fortalecer nuestro trabajo investigativo.*

**9.4.1.3. Observación Estructurada.-** *Es mucho más eficiente para los estudios de investigación determinantes, pues se establecen límites tanto para el observador como investigador, con el propósito de aumentar la precisión y objetividad, para obtener la información pertinente del fenómeno estudiado.*

**9.4.2. Fuentes Secundarias**

- + Libros
- + Revistas científicas
- + Web grafía

## **10. UNIVERSO Y MUESTRA**

*Para el desarrollo de nuestro trabajo de graduación se tomó un total de 19 graduados con el título de Ingenieros en Marketing documento que fue facilitado por la Relacionadora Pública de la Facultad, tomando como referencia que en el año 2013 existen 2 individuos, en el 2012 2 individuos mientras que en el 2011 existen 15 personas por lo cual es importante realizar el seguimiento a ellos pues dicho estudio permitirá una visión más amplia para fortalecer nuestra investigación.*

*Para realizar el estudio a los empleadores se ha tomado como base 19 personas, como referencia al número total de graduados a los que se dará seguimiento, hay que dejar en claro que este número puede llegar a ser menor por que pueden existir dos graduados trabajando en una misma empresa.*

*Para los profesionales graduados en otra institución se lo realiza con base en el número de graduados de la carrera de marketing es decir un número de 19 personas.*

*Durante el proceso de trabajo de campo se logró realizar contacto a un total de 18 graduados puesto que a una graduada no se pude realizar la encuesta por ningún medio.*

## **11. PROCESAMIENTO DE DATOS**

El procesamiento de datos se lo realizara en el programa EXCEL, a través de tablas que facilitarán la recolección de datos para posteriormente representarlos en gráficos estadísticos y analizarlos de tal manera que permita establecer conclusiones y recomendaciones en base a la información recabada de acuerdo a la pertinencia de la Carrera de Marketing.

# CAPÍTULO II

## 2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 2.1 ENCUESTA APLICADA A LOS GRADUADOS.

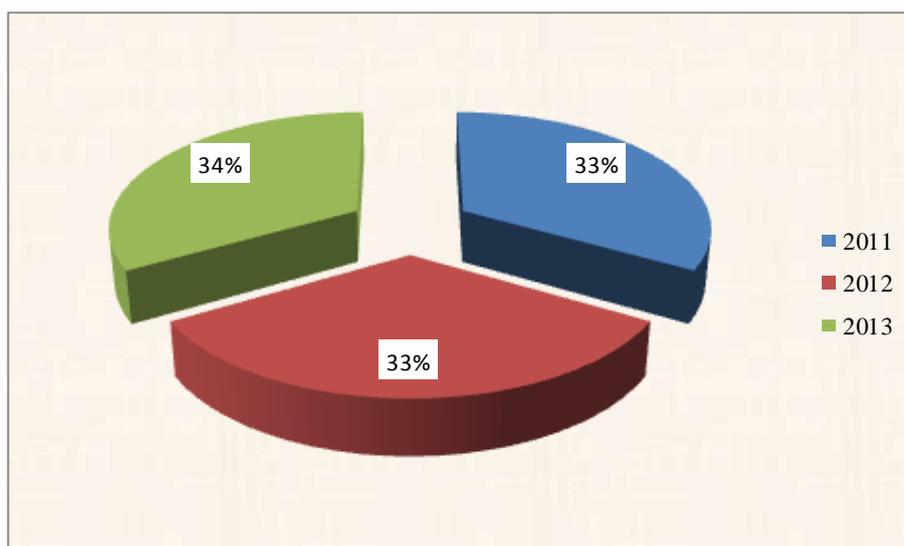
#### 1. Año de graduación

**Cuadro N° 1. Año de Graduación**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
2011	14	78%
2012	2	11%
2013	2	11%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: Graduados UEB 2011, 2012, 2013  
Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 1. Año de Graduación**



#### Análisis

El mayor número de graduados se dio en el año 2011, mientras que en los años posteriores el número de graduados se redujo al mínimo debido a que fueron distintas promociones.

La reducción del número de graduados se debe a varias circunstancias como la falta de interés por parte de los egresados y poca disponibilidad de tiempo de parte de los profesores para brindar asesoría y consultoría.

## 2. Situación Laboral

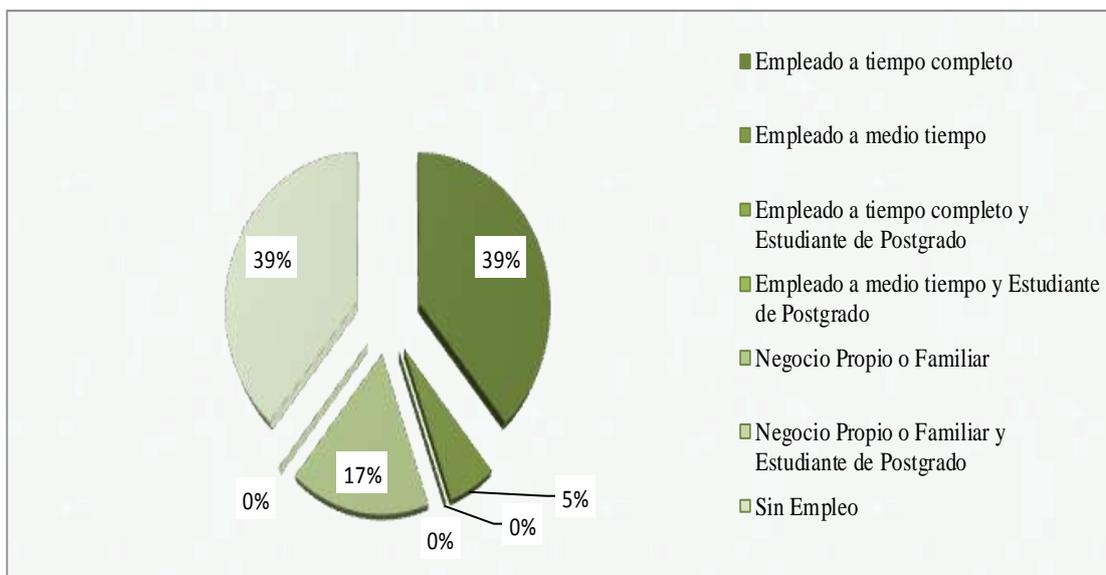
**Cuadro N° 2. Situación Laboral**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Empleado a tiempo completo	7	39%
Empleado a medio tiempo	1	6%
Empleado a tiempo completo y Estudiante de Postgrado	0	0%
Empleado a medio tiempo y Estudiante de Postgrado	0	0%
Negocio Propio o Familiar	3	17%
Negocio Propio o Familiar y Estudiante de Postgrado	0	0%
Sin Empleo	7	39%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: Graduados UEB 2011, 2012, 2013

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 2. Situación Laboral**



### Análisis

Los graduados encuestados en su mayoría son empleados a tiempo completo mientras que en igual porcentaje están sin empleo, la minoría poseen un negocio propio o familiar y empleados a medio tiempo.

Por lo que la Universidad debe preocuparse por los graduados haciendo las actividades necesarias para instaurar la Bolsa de Empleo para de esta manera mitigar poco a poco el desempleo.

### 3. Sector de Trabajo

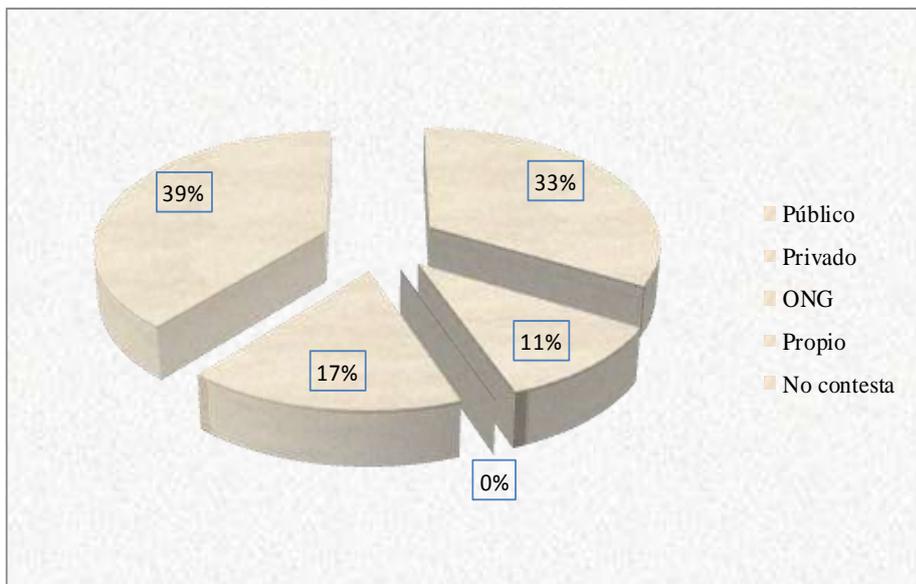
Cuadro N° 3. Sector de Trabajo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Público	6	33%
Privado	2	11%
ONG	0	0%
Propio	3	17%
No contesta	7	39%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: Graduados UEB 2011, 2012, 2013

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

Gráfico N° 3. Sector Laboral



#### Análisis

Los graduados encuestados en su mayoría afirman que sus actividades laborales las desempeñan dentro del sector público mientras que en su minoría tienen un negocio propio o se desempeñan dentro del sector privado.

Razón por la cual debe existir una cobertura de emprendimiento en los graduados y de esta manera generar más negocios propios inclusive brindar la oportunidad de nuevas plazas empleo.

#### 4. Tipos de contrato laborales

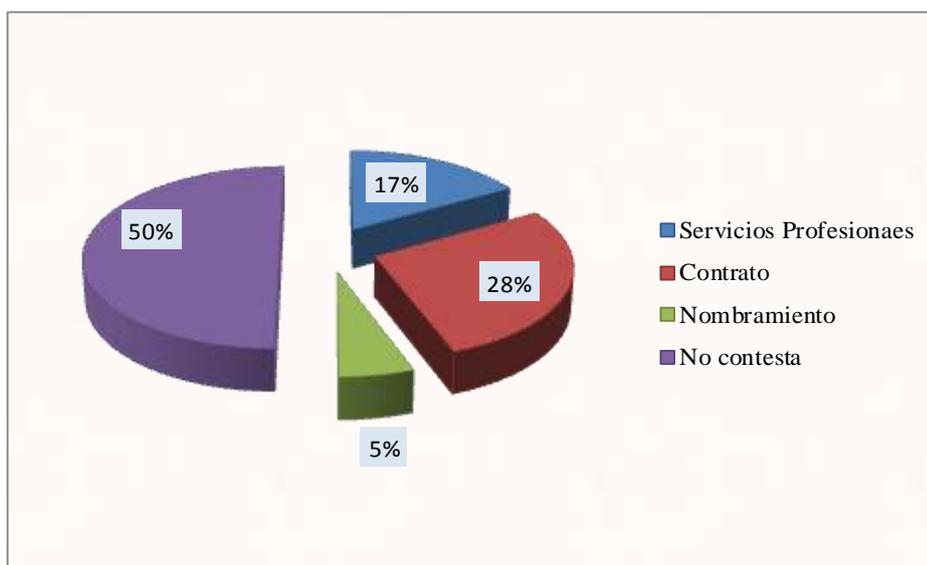
Cuadro N° 4. Tipos de Contrato

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Servicios Profesionaes	3	17%
Contrato	5	28%
Nombramiento	1	6%
No contesta	9	50%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: Graduados UEB 2011, 2012, 2013

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

Gráfico N° 4. Tipos de Contrato



#### Análisis

Los graduados en su mayoría expresan que los servicios que prestan están regidos bajo un contrato, mientras que la minoría prestan servicios profesionales a la colectividad y un bajo porcentaje tiene nombramiento, dejando en evidencia que en la actualidad ya no se da nombramiento sino simplemente se realiza un contrato de trabajo.

**5. ¿Qué tiempo transcurrió entre su fecha de graduación y su primer trabajo?**

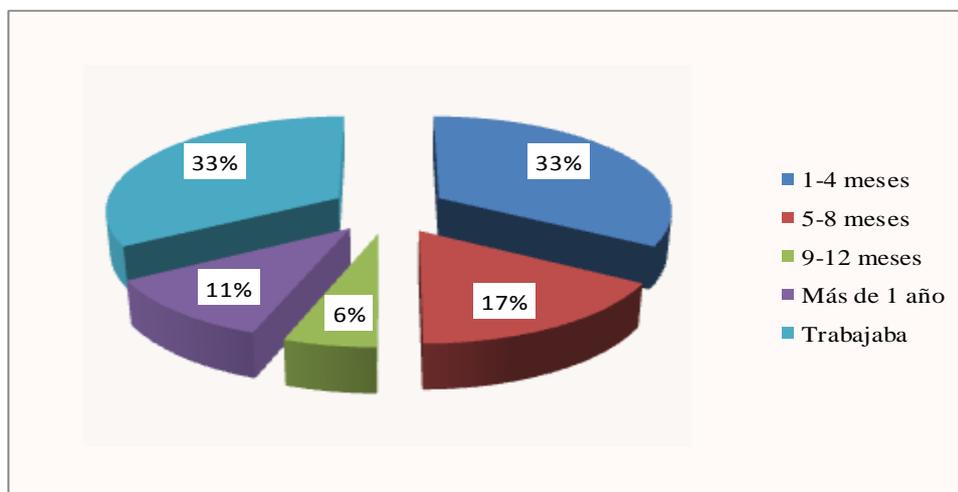
**Cuadro N° 5. Fecha de Graduación y su Primer Empleo**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1-4 meses	6	33%
5-8 meses	3	17%
9-12 meses	1	6%
Más de 1 año	2	11%
Trabajaba	6	33%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Graduados UEB 2011, 2012, 2013

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 5. Fecha de Graduación y Su Primer Empleo**



**Análisis**

Los graduados encuestados en su mayor parte expresan que antes de graduarse ya trabajaban, de la misma forma en igual número lograron conseguir su primer empleo en uno y cuatro meses posterior a su graduación, y en un mínimo porcentaje el resto de graduados lo hicieron seguidamente en los próximos meses posteriores a su graduación.

Estos datos dejan en evidencia que fue bueno que una gran parte de encuestados ya trabajaban antes de su graduación lo cual permitió adquirir experiencia en el ámbito laboral y a la vez independizarse económicamente para solventar algunos gastos del trabajo de graduación.

## 6. ¿Qué tan relacionado está su empleo con la carrera que estudió?

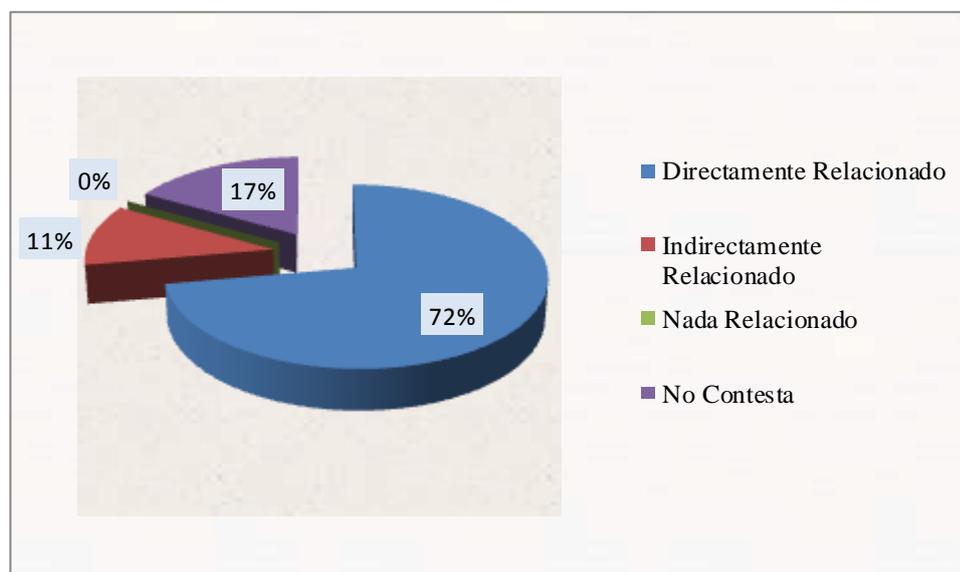
**Cuadro N° 6. Relación del Empleo y la Carrera**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Directamente Relacionado	13	72%
Indirectamente Relacionado	2	11%
Nada Relacionado	0	0%
No Contesta	3	17%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: Graduados UEB 2011, 2012, 2013

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 6. Relación del Empleo y la Carrera**



### Análisis

Los graduados encuestados en su mayoría expresan que el trabajo que desempeñan está directamente relacionado con la carrera que estudiaron.

Esto es notablemente bueno para los graduados pues ponen todos los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias para el normal desenvolvimiento de las actividades laborales cotidianas en el puesto de trabajo.

## 7. Las actividades de la empresa donde usted labora tiene una cobertura

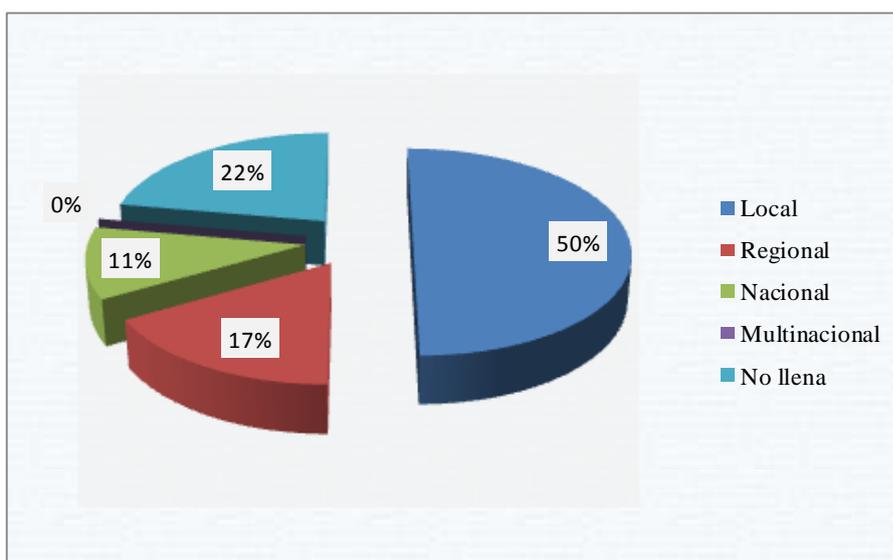
**Cuadro N° 7. Cobertura Local**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Local	9	50%
Regional	3	17%
Nacional	2	11%
Multinacional	0	0%
No llena	4	22%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Graduados UEB 2011, 2012, 2013

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 7. Cobertura Laboral**



### **Análisis**

Las encuestas reflejan que la mayor parte de graduados laboran en empresas que tienen cobertura local, y en un bajo porcentaje existen graduados que laboran en empresas con cobertura regional y nacional.

Es decir la mayoría de graduados se encuentra trabajando en empresas que se encuentran dentro de la ciudad lo cual contribuye al desarrollo económico local.

## 8. VALORACIÓN ACADÉMICA

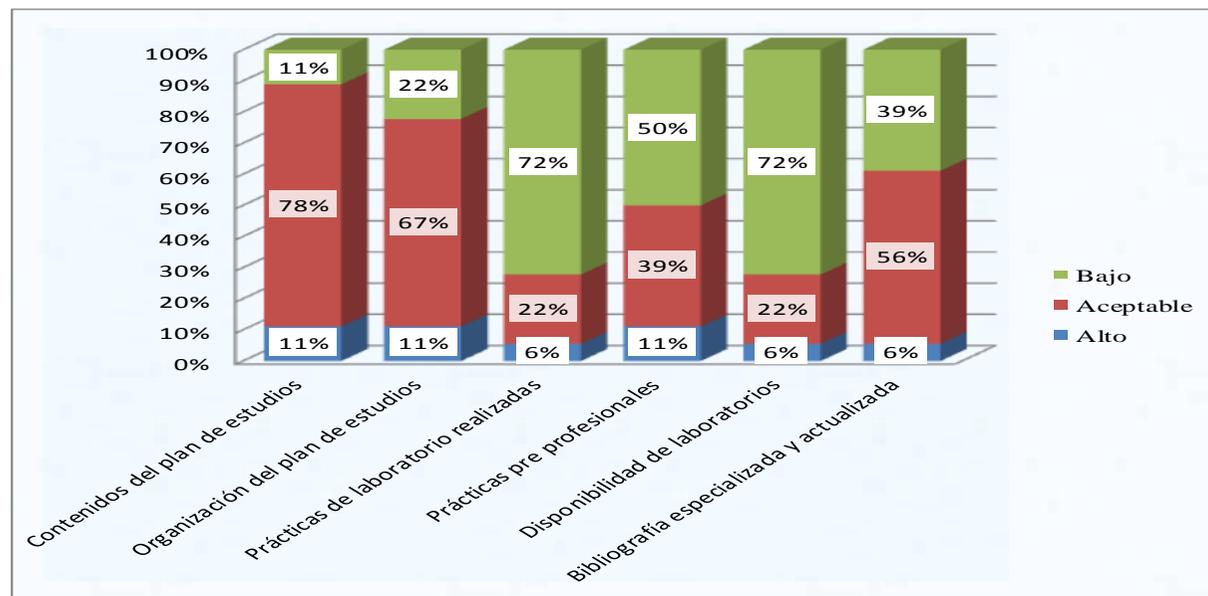
**Cuadro N° 8. Valoración del Plan de Estudios**

Alternativa	Contenidos del plan de estudios		Organización del plan de estudios		Prácticas de laboratorio realizadas		Prácticas pre profesionales		Disponibilidad de laboratorios		Bibliografía especializada y actualizada	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	2	11%	2	11%	1	6%	2	11%	1	6%	1	6%
Aceptable	14	78%	12	67%	4	22%	7	39%	4	22%	10	56%
Bajo	2	11%	4	22%	13	72%	9	50%	13	72%	7	39%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Graduados UEB 2011, 2012, 2013

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 8. Valoración del Plan de Estudios**



### **Análisis**

Los graduados encuestados en mayor parte coinciden que los contenidos, organizados del plan de estudios y la bibliografía especializada y actualizada impartida son aceptables mientras que las prácticas de laboratorio realizadas, las prácticas pre profesionales y la disponibilidad de laboratorios es bajo.

Dicha información es valiosa para poder mejorar un poco lo aceptable y cambiar completamente lo bajo para poder llegar al punto más alto y por ende a la excelencia académica que es lo que espera el CEAACES y toda la comunidad universitaria en general.

## 9. Valoración de la docencia

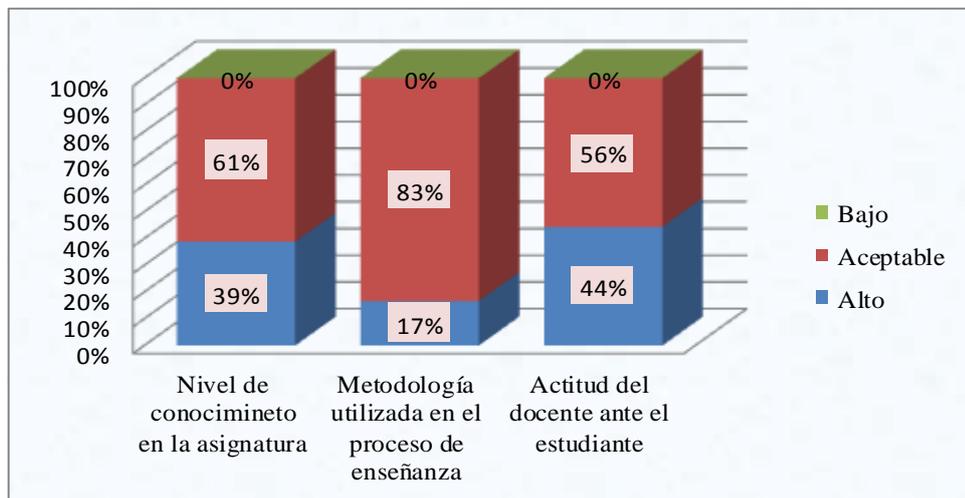
**Cuadro N° 9. Valoración de la Docencia**

Alternativa	Nivel de conocimiento en la asignatura		Metodología utilizada en el proceso de		Actitud del docente ante el estudiante	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	7	39%	3	17%	8	44%
Aceptable	11	61%	15	83%	10	56%
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: Graduados UEB 2011, 2012, 2013

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 9. Valoración de la Docencia**



### Análisis

Los graduados en su mayoría coinciden que el nivel de conocimiento en la asignatura, la metodología utilizada en el proceso de enseñanza y la actitud del docente ante el estudiante por parte de los catedráticos en el proceso de formación profesional de los estudiantes de la carrera de marketing alcanza un nivel aceptable.

Dichos aspectos se deben fortalecer notablemente para alcanzar el nivel más alto mediante capacitaciones, seminarios actualizados para docentes, pues ellos son quienes imparten el conocimiento necesario para formar profesionales competentes y exitosos.

## 10. Valoración de la infraestructura y tecnología.

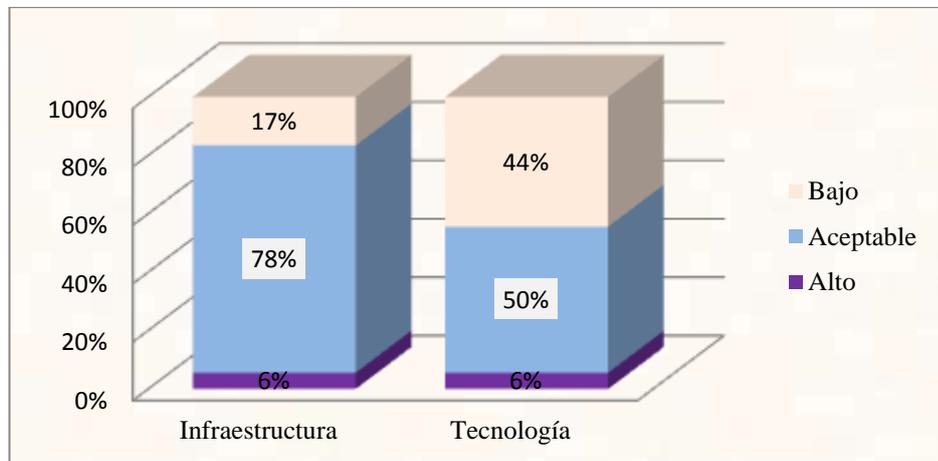
**Cuadro N° 10. Infraestructura y Tecnología**

Alternativa	Infraestructura		Tecnología	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	1	6%	1	6%
Aceptable	14	78%	9	50%
Bajo	3	17%	8	44%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Fuente: Graduados UEB 2011, 2012, 2013

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 10. Infraestructura y Tecnología**



### Análisis

Del total de graduados encuestados la mayoría expresa que la infraestructura y la tecnología empleada en el proceso de formación profesional de los estudiantes en la carrera es aceptable.

Dichos aspectos se deben innovar notablemente ya que una infraestructura adecuada y una tecnología de punta hacen que exista un ambiente más óptimo para una enseñanza de calidad y calidez.

## 11. Valoración de las competencias adquiridas

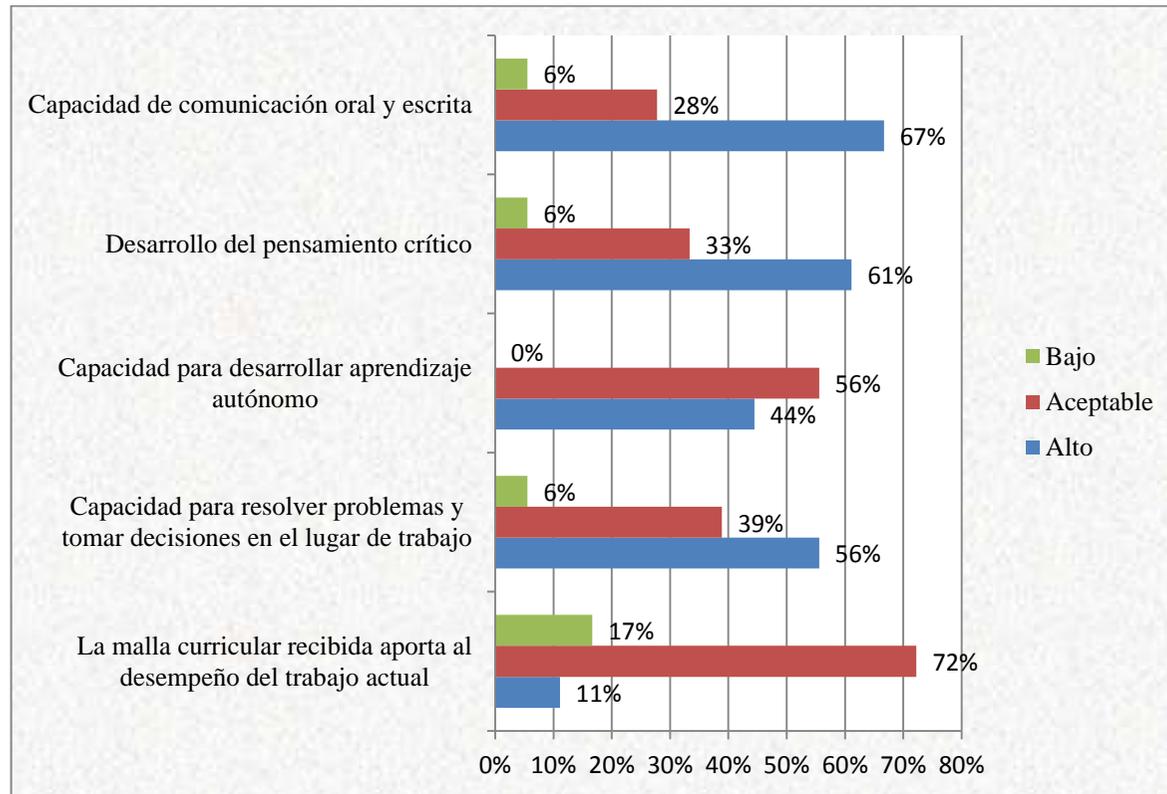
**Cuadro N° 11. Competencias Adquiridas**

Alternativa	La malla curricular recibida aporta al desempeño del trabajo actual		Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones en el lugar de trabajo		Capacidad para desarrollar aprendizaje autónomo		Desarrollo del pensamiento crítico		Capacidad de comunicación oral y escrita	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	2	11%	10	56%	8	44%	11	61%	12	67%
Aceptable	13	72%	7	39%	10	56%	6	33%	5	28%
Bajo	3	17%	1	6%	0	0%	1	6%	1	6%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Graduados UEB 2011, 2012, 2013

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 11. Competencias Adquiridas**



## **Análisis**

Los graduados encuestados afirman en su mayoría que la malla curricular y la capacidad para desarrollar aprendizaje autónomo llegando a un punto aceptable mientras que la capacidad para resolver problemas y tomar decisiones en el lugar de trabajo, desarrollo del pensamiento crítico y la capacidad de comunicación oral y escrita son las competencias que alcanzan un nivel alto.

Dichas competencias están altamente fortalecidas lo cual facilita el normal desenvolvimiento de los graduados en el desarrollo de las actividades laborales cotidianas que realizan sin mayor dificultad.

## 2.2. ENCUESTAS REALIZADA A EMPLEADORES

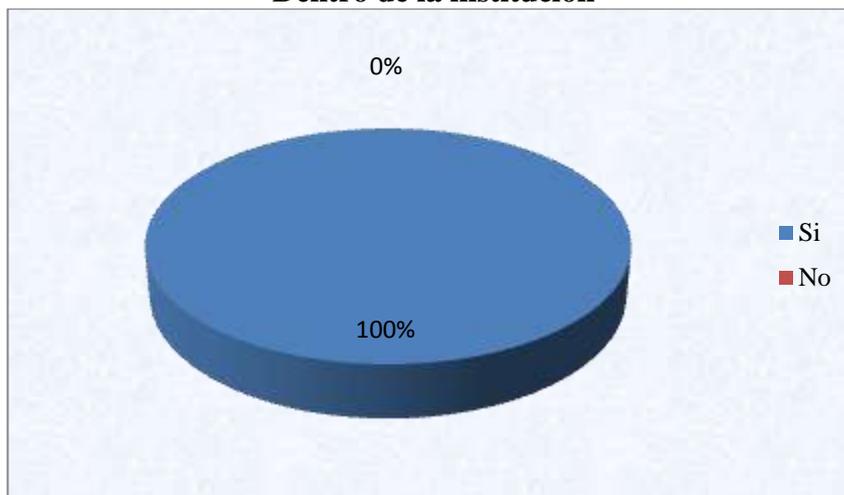
1. ¿El perfil profesional del graduado de esta Carrera llena las expectativas y necesidades de institución?

**Cuadro N° 12. Cumplimiento del perfil profesional  
Del graduado dentro de la institución**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB  
Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 12. Cumplimiento del perfil profesional del graduado  
Dentro de la institución**



### Análisis

Los empleadores, en un alto porcentaje afirman que el perfil profesional de los graduados cumple con las expectativas que requieren las instituciones.

Esto es muy beneficioso para los graduados porque a través de ello alcanzan reconocimiento profesional, permitiéndoles acceder con mucha más facilidad a las instituciones.

2. ¿La formación recibida por los graduados de la Carrera, les facilita identificar, plantear y resolver problemas de la función que desempeña?

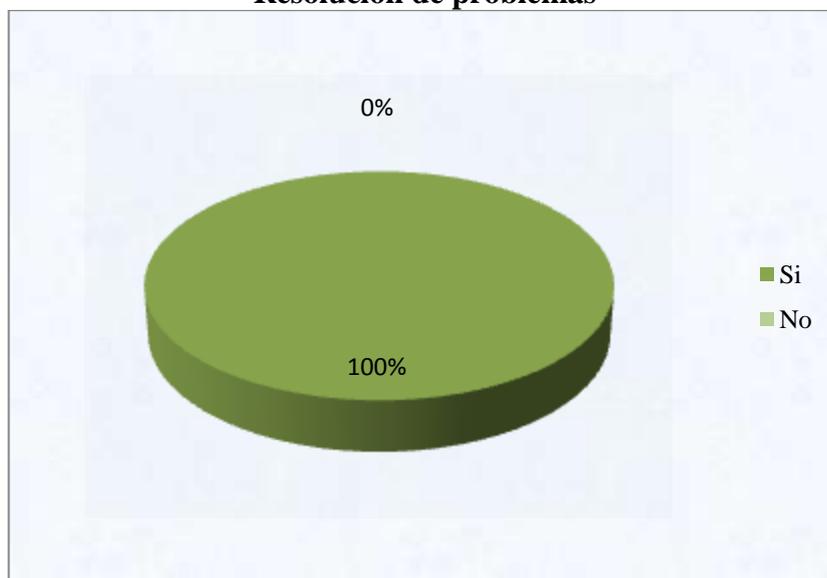
**Cuadro N° 13. La formación de los graduados en la Resolución de problemas**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 13. La formación de los graduados en la Resolución de problemas**



**Análisis**

Los empleadores en su totalidad expresan que los graduados responden con eficiencia y eficacia en el lugar de trabajo donde se desempeñan resolviendo problemas e identificando soluciones para la toma de decisiones.

Es muy beneficioso para la Universidad, pues nos indica que la formación que reciben los graduados es aceptable.

3. ¿La carrera le ha invitado a usted a participar en actividades de carácter académico?

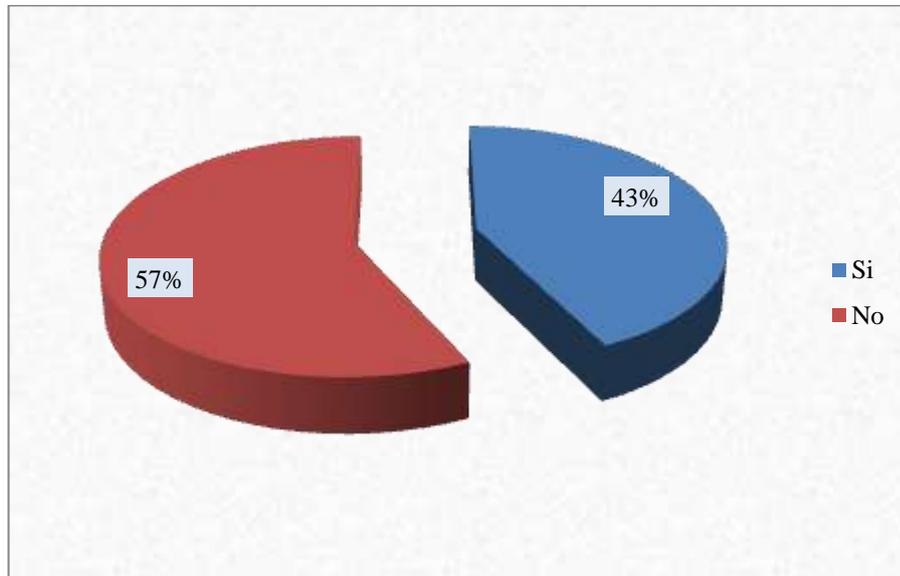
**Cuadro N° 14. Participación del empleador en actividades De carácter académico**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	43%
No	4	57%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 14. Participación del empleador en actividades De carácter académico**



**Análisis**

Podemos observar que la mayoría de empleadores no han sido invitados a participar en actividades de carácter académico.

Por lo que la Universidad debe implementar talleres sobre temas relevantes que permitan fortalecer la carrera de marketing incluyendo a los empleadores de los graduados para interactuar y generar conocimiento académico y relacionarlo con el mercado laboral.

#### 4. Existe vinculación permanente entre su Institución y la Carrera

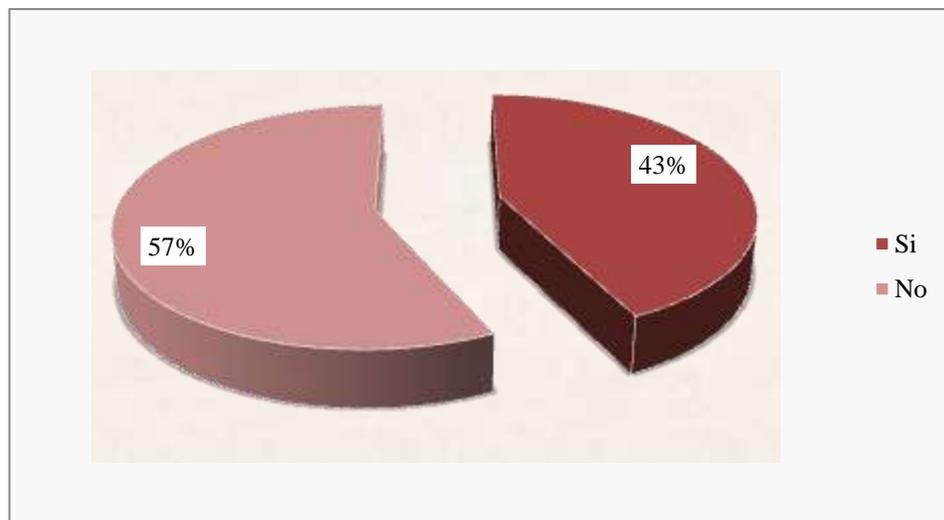
**Cuadro N° 15. Vinculación entre la institución y la carrera**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	43%
No	4	57%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 15. Vinculación entre la institución y la carrera**



#### **Análisis**

Los empleadores encuestados en su mayoría expresan que la carrera de marketing no tiene vinculación con dicha institución haciendo esto como una desventaja para dicha carrera puesto que no se podría realizar innovaciones para mejorar aspectos relevantes que influyen en la calidad de los graduados.

5. ¿Su institución ha solicitado a la Carrera, le realice asesorías y/o consultorías?

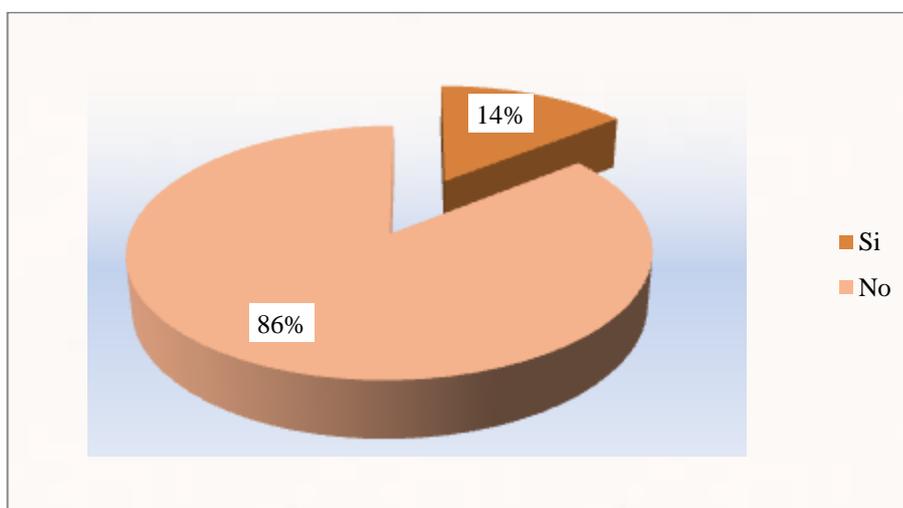
**Cuadro N° 16. Asesorías y/o consultorías**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	14%
No	6	86%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 16. Asesorías y/o consultorías**



**Análisis**

De los empleadores encuestados expresan que en su mayoría no han solicitado ningún tipo de asesoría o consultoría a la carrera, razones que pueden ser por falta de disponibilidad del tiempo por parte de los empleadores y docentes que estén dispuestos a brindar asesoría.

Se debe incrementar el interés por parte de empleadores a solicitar asesorías a la carrera facilitando así mayor conocimiento por parte del empleador y a través de esto la carrera puede actualizar conocimientos en dicha área.

**6. ¿Se encuentra Usted satisfecho con la formación brindada a los profesionales de la U.E.B que laboran en su institución?**

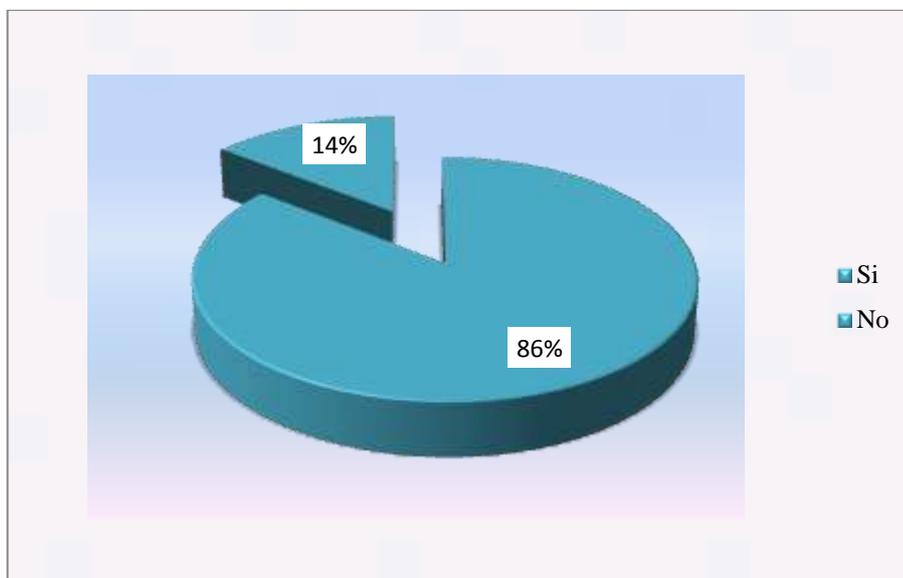
**Cuadro N° 17. Satisfacción de la formación académica del graduado**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	6	86%
No	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB  
Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N°. 6**

**Gráfico N° 17. Satisfacción de la formación académica del graduado**



**Análisis**

Los empleadores en su mayoría afirman que se encuentran satisfechos con la formación profesional de los graduados al momento de realizar las actividades en su lugar de trabajo.

Pero ello no quiere decir que se mantengan la misma formación profesional cada vez se debe ir innovando los conocimientos y perfil de engrosamiento permitiéndoles así a los graduados mantenerse al día con la información.

**7. ¿Los profesionales graduados de la carrera tienen capacidad de asumir principios éticos y respetar los principios de otros?**

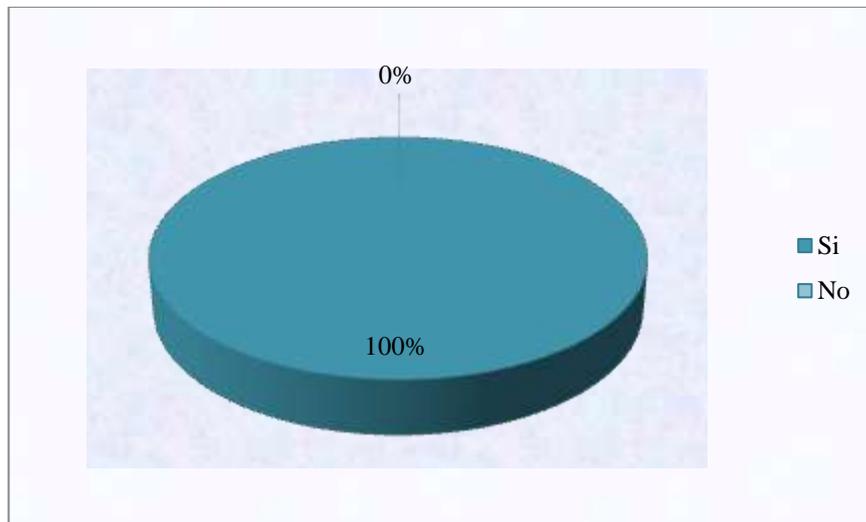
**Cuadro N° 18. Capacidad del graduado para asumir Principios éticos**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleadores de los graduados UEB

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 18. Capacidad del graduado para asumir principios éticos**



**Análisis**

Los empleadores expresan que en su totalidad los graduados que laboran en las instituciones han sido formados con valores éticos y morales, respetando los principios de los demás.

Esto es muy gratificante para la Universidad y carrera por lo que se evidencia que la formación recibida no solamente es en relación la carrera sino que además se incluyen los valores éticos y valores.

8. ¿Los graduados de la Carrera contribuyen positivamente a la preservación y difusión de la cultura local y nacional?

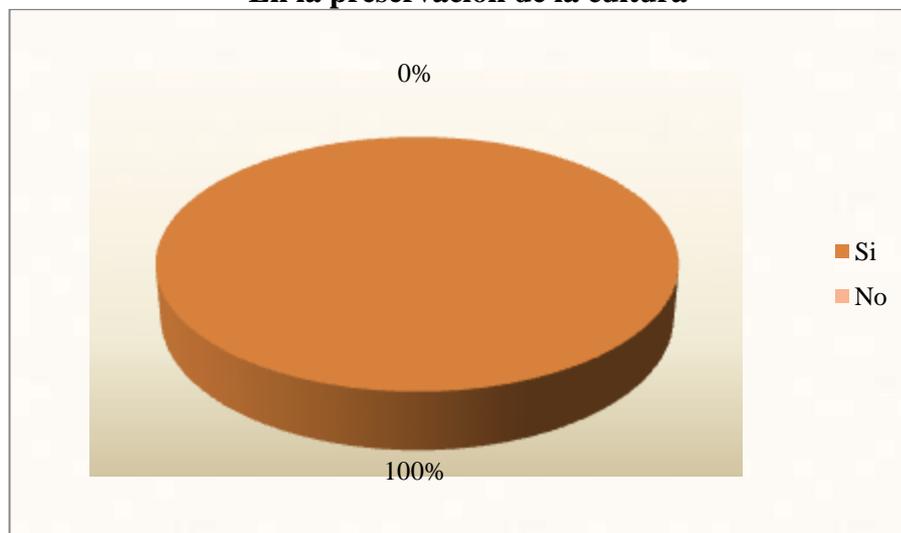
**Cuadro N° 19. Contribución de los graduados  
En la preservación de la cultura**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 19. Contribución de los graduados  
En la preservación de la cultura**



**Análisis**

Todos los empleadores coinciden en su totalidad que los graduados contribuyen notablemente a la preservación y difusión de la cultura local y nacional es decir los graduados participan decididamente en cualquier programa que se realice dentro de la institución donde laboran.

**9. ¿Los graduados de la Carrera contribuyen en trabajos de investigaciones que requiera su institución?**

**Cuadro N° 9**

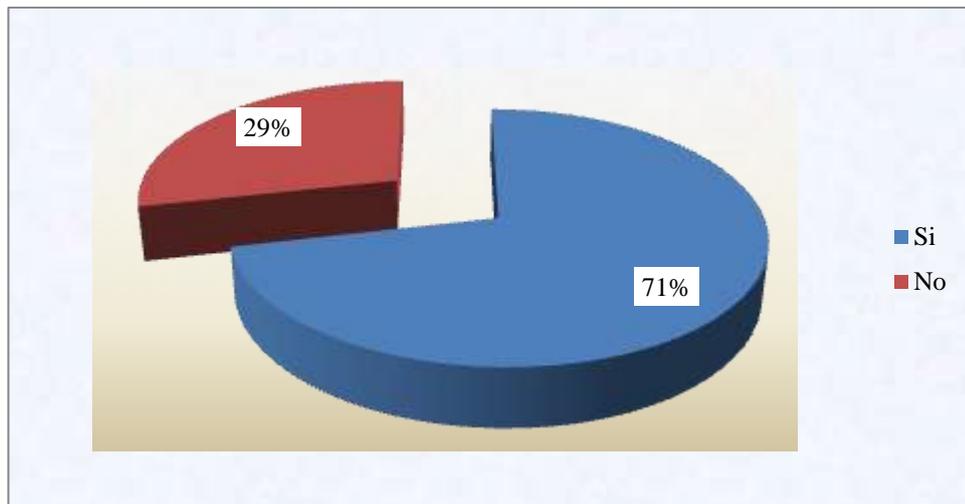
**Cuadro N° 20. Contribución de los graduados en Trabajos de investigación**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	71%
No	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB  
Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 9**

**Gráfico N° 20. Contribucion de los graduados en trabajos de investigación**



**Análisis**

La mayoría de los empleados explican que los graduados contribuyen en trabajos de investigación, poniendo en práctica todos los conocimientos adquiridas en el proceso educativo para poder desarrollar métodos de investigación que generen ideas novedosas que permitan solucionar problemas.

**10. ¿Qué competencias requiere su institución del profesional graduado de la UEB para alcanzar sus objetivos?**

**Cuadro N° 21. Competencias del profesional**

Capacidad de planificación	6
Capacidad de resolución de conflictos	4
Capacidad de toma de decisiones	5
Capacidad de empatía	4
Capacidad de monitoreo y evaluación	2
Manejo de talento humano	3
Negociación y coordinación con la sociedad	4
Trabajo en equipo	6
Trabajo bajo presión	3

**Fuente:** Empleadores de los graduados UEB

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 21. Competencias del profesional**



**Análisis**

Los empleadores encuestados en su mayor parte coinciden que las competencias que más se requieren dentro de la institución por parte del graduado son la capacidad de planificación, capacidad de toma de decisiones y el trabajo en equipo, obviamente el resto de competencias también son importantes para el desarrollo más óptimo de las actividades laborales y por ende de la institución.

Dichas competencias se deben fortalecer por interés propio de los graduados, pues un profesional bien capacitado y con conocimientos actualizados tiene una amplia posibilidad de ocupar un puesto de trabajo acorde a su rama de especialidad, con competencias idóneas que contribuyan en parte a alcanzar los objetivos propuestos de la empresa.

**11. ¿Cómo evalúa el desempeño del profesional graduado de la UEB que trabaja en su institución?**

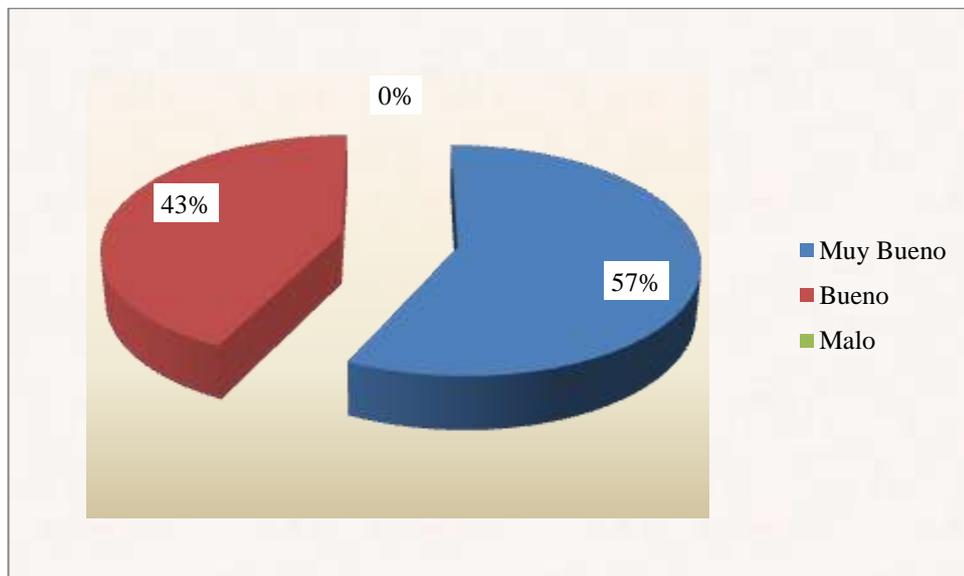
**Cuadro N° 22. Evaluación del desempeño del graduado**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy Bueno	4	57%
Bueno	3	43%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Empleadores de los graduados UEB

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 22. Evaluación del desempeño del graduado**



**Análisis**

La mayoría de los empleadores expresan que la evaluación del desempeño del profesional del graduado es muy bueno puesto que demuestran, capacidad y actitud para desarrollar las actividades cotidianas en el trabajo que desempeña.

**12. ¿Reconocería la contratación de los graduados de esta Carrera a otras instituciones?**

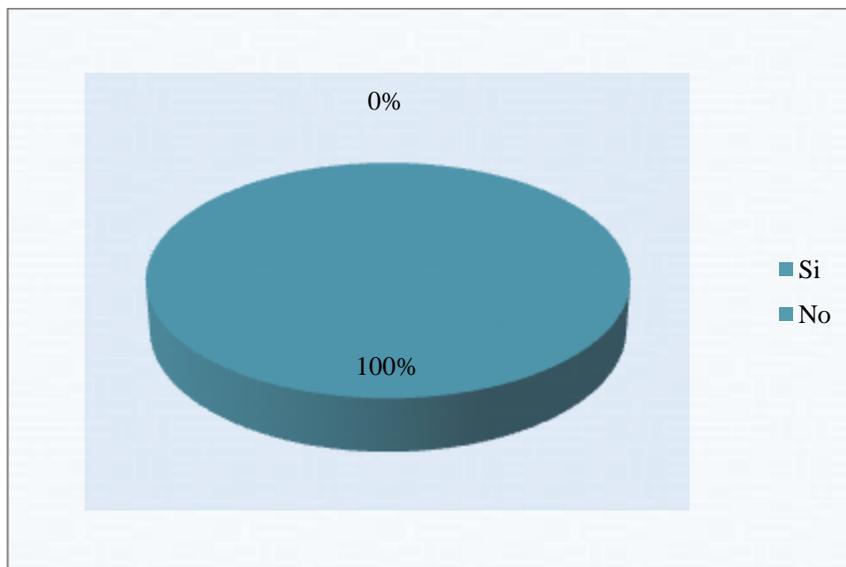
**Cuadro N° 23. Contratación de graduados**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Empleadores de los graduados UEB

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 23. Contratación de graduados**



**Análisis**

Los empleadores expresan que en su totalidad les recomendarían a los graduados a otras instituciones, esto es muy importante y que nos da a conocer que el desempeño que tienen los graduados es muy bueno.

Esto es muy gratificante para la universidad porque nos permite ver el grado de desempeño que tienen los graduados, no solo debemos conformarnos con ese resultado sino seguir innovando nuevos conocimientos y poniéndolos en práctica para seguir mejorando el desempeño de cada uno de los graduados.

## 2.3. ENCUESTA APLICADA A LOS PROFESIONALES DE LA RAMA

### EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS

#### 1. Califique las habilidades de los profesionales que laboran en su área, graduados en la UEB.

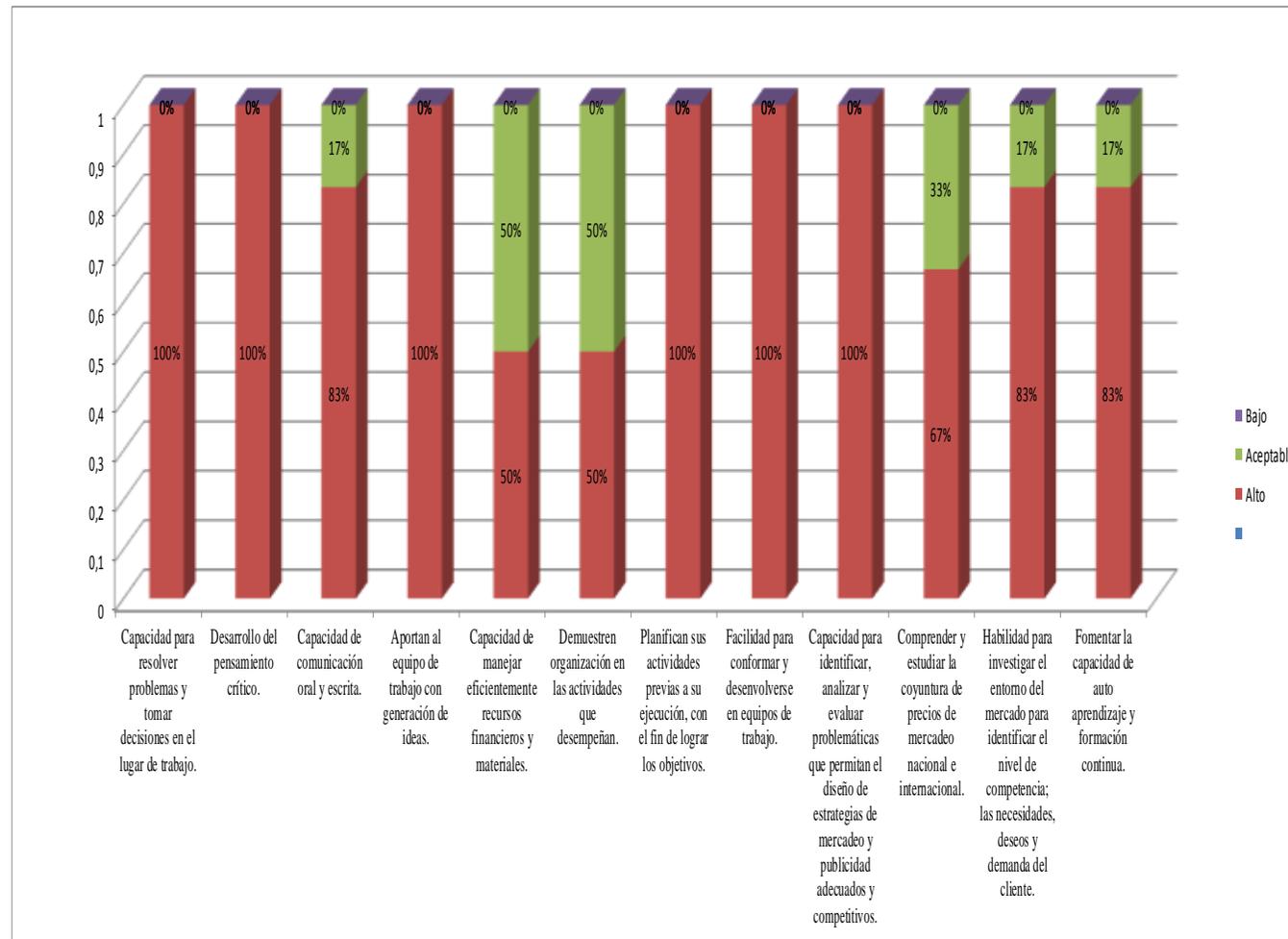
**Cuadro N° 24. Habilidades que poseen los graduados en la UEB**

Alternativa	HABILIDADES GENERALES																HABILIDADES ESPECÍFICAS							
	Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones en el lugar de trabajo.		Desarrollo del pensamiento crítico.		Capacidad de comunicación oral y escrita.		Aportan al equipo de trabajo con generación de ideas.		Capacidad de manejar eficientemente recursos financieros y materiales.		Demuestren organización en las actividades que desempeñan.		Planifican sus actividades previas a su ejecución, con el fin de lograr los objetivos.		Facilidad para conformar y desenvolverse en equipos de trabajo.		Capacidad para identificar, analizar y evaluar problemáticas que permitan el diseño de estrategias de mercado y publicidad adecuados y competitivos.		Comprender y estudiar la coyuntura de precios de mercado nacional e internacional.		Habilidad para investigar el entorno del mercado para identificar el nivel de competencia; las necesidades, deseos y demanda del cliente.		Fomentar la capacidad de auto aprendizaje y formación continua.	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alto	6	100%	6	100%	5	83%	6	100%	3	50%	3	50%	6	100%	6	100%	6	100%	4	67%	5	83%	5	83%
Aceptable	0	0%	0	0%	1	17%	0	0%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%	0	0%	2	33%	1	17%	1	17%
Bajo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de la Rama

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 24. Habilidades de los graduados de la UEB**



## **Análisis**

De los profesionales de la rama en su mayoría expresan que los colegas de marketing graduados en la Universidad de Bolívar el mayor número de habilidades que poseen alcanzan un nivel alto, mientras que dos habilidades como capacidad de manejar eficientemente los recursos financieros y materiales demuestran organización en las actividades que desempeñan alcanzan un reparto igualitario en un nivel alto y aceptable.

Esto quiere decir que los profesionales en marketing que forma la Universidad están en las mismas capacidades y posibilidades que los profesionales graduados en otras universidades del país, con habilidades bien fortalecidas que permiten ser unos profesionales de éxito en cualquiera que sea el medio que se desempeñen.

## ESTADO ACTUAL Y PROSPECTIVA DE LA CARRERA

### 2. A su criterio los profesionales de la carrera de Ingeniería en Marketing son.

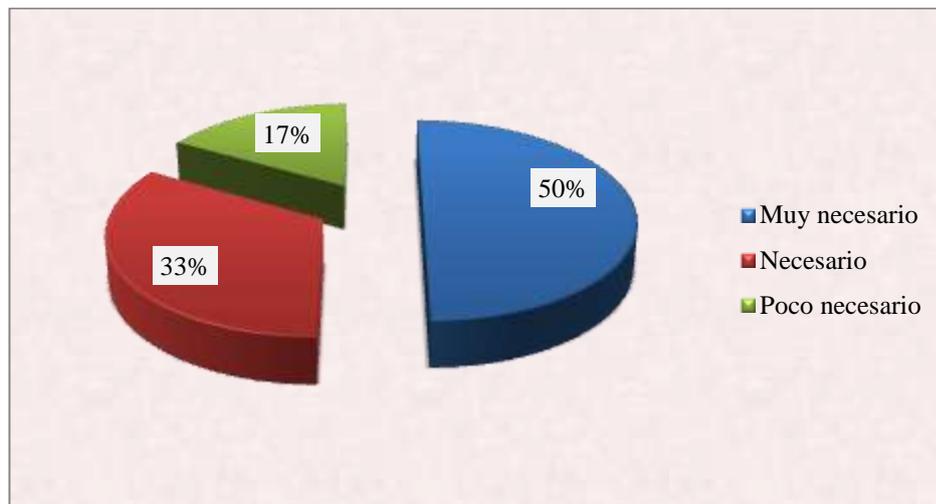
**Cuadro N° 25. Criterio de los profesionales**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy necesario	3	50%
Necesario	2	33%
Poco necesario	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Profesionales de la Rama

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 25. Criterio de los profesionales**



Los profesionales del área explican que en un alto porcentaje los profesionales de marketing son muy necesarios dentro de una institución.

El profesional de marketing es el encargado de realizar las campañas publicitarias, realizar las adecuaciones para las nuevas edificaciones es decir aquel que tiene a su cargo la imagen institucional de la empresa para alcanzar reconocimiento y credibilidad de la misma.

**3. El perfil de egreso de la carrera cubre los requisitos del campo ocupacional actual.**

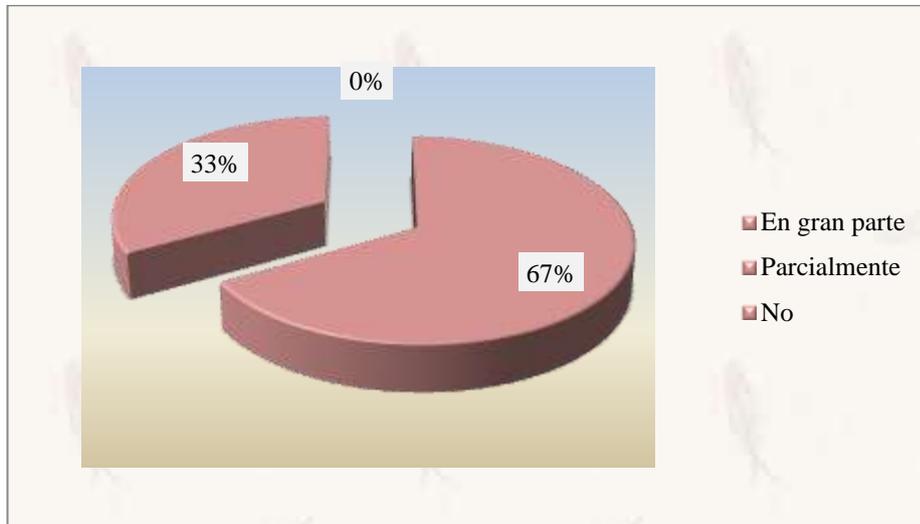
**Cuadro N° 26. El perfil de egreso cumple con la ocupación actual**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
En gran parte	4	67%
Parcialmente	2	33%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Profesionales de la Rama

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 26. El perfil de egreso cumple con la actuación actual**



**Análisis**

Los profesionales de la rama en su mayoría coinciden que el perfil de egreso que la carrera brinda a los graduados en gran parte cubre con las expectativas que se requieren en el campo ocupacional.

Es decir los profesionales en marketing, son muy necesarios en cualquier tipo de empresa pues son los encargados de la promoción y difusión de la empresa.

4. En general la malla curricular cubrió sus expectativas de la formación profesional.

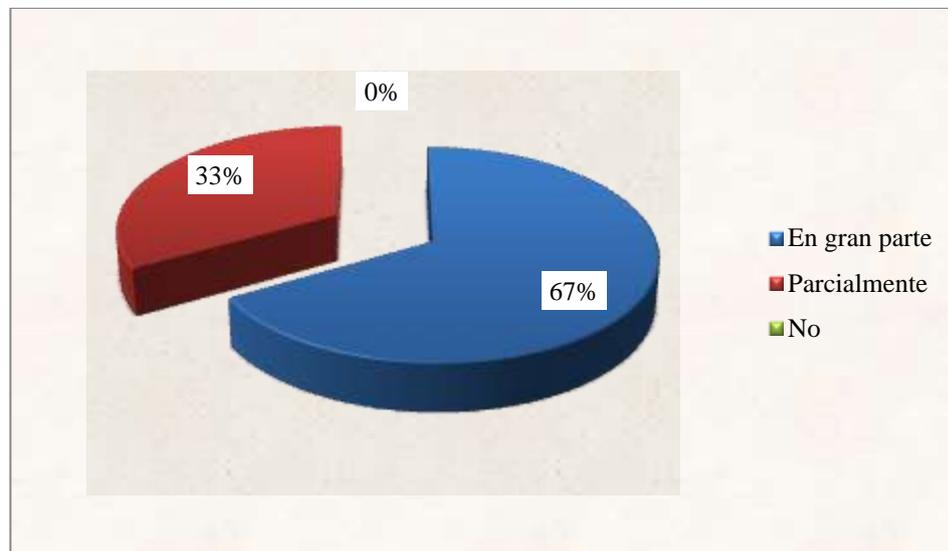
**Cuadro N° 27. La malla curricular cubrió sus Expectativas de la formación profesional**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
En gran parte	4	67%
Parcialmente	2	33%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Profesionales de la Rama

Elaborado por: Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 27. La malla curricular cubrió sus expectativas de la formación profesional**



### **Análisis**

Los profesionales de la rama en su mayoría coinciden que la malla curricular en gran parte cubrió las expectativas de formación profesional.

Dicha información deja notar que la malla curricular que poseen las diferentes universidades en el país no cumple totalmente las necesidades de los graduados cuando ellos se insertan en el mundo laboral, pues cuando inician un trabajo es allí donde ven los graduados realmente que es lo que debían aprender mientras estudiaban.

**5. Considera que las prácticas pre-profesionales son necesarias para la formación profesional de su carrera.**

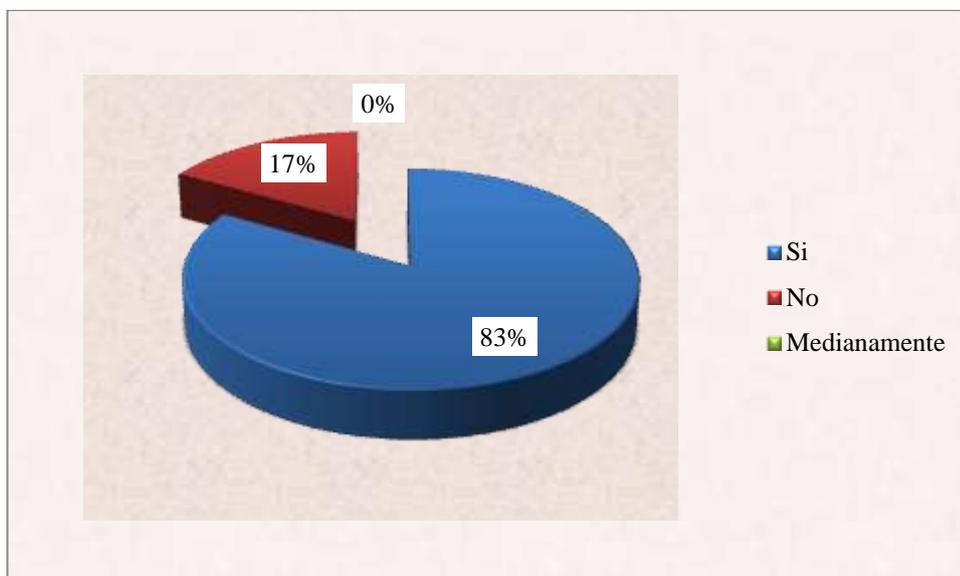
**Cuadro N° 28. Las prácticas pre-profesionales son necesarias**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	83%
No	1	17%
Medianamente	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Profesionales de la Rama

**Elaborado por:** Janeth Gaibor y Luis Fuentes

**Gráfico N° 28. Las prácticas pre-profesionales son necesarias**



**Análisis**

Los profesionales de la rama en su mayoría coinciden y expresan que las prácticas pre-profesionales que realizan los estudiantes son muy necesarias para el proceso de formación profesional, puesto que allí adquieren conocimientos de lo que en realidad es el mundo laboral.

Por lo tanto las prácticas pre-profesionales son una herramienta valiosa para adquirir un poco de experiencia y conocimientos propios de ámbito laboral y de lo que en realidad se debe realizar como profesional.

### **2.3. CONCLUSIONES**

La mayor parte de profesionales se graduaron en el 2011.

Hay un buen grupo de graduados que son empleados a tiempo completo y en igual porcentaje se encuentra sin empleo.

La mayor parte de graduados se encuentra trabajando en el sector público.

Un número considerable de graduados indican que en su situación laboral se rige bajo un contrato, puesto que en la actualidad ya no emiten nombramientos.

Un porcentaje equitativo de graduados trabajaban antes de graduarse y en igual forma consiguieron trabajo en un lapso de tiempo de 1 a 4 meses.

El trabajo que desempeñan los graduados está directamente relacionado con la carrera de estudio.

Las instituciones donde se desempeñan los graduados en su mayoría tienen una cobertura local.

El plan de estudios alcanza un grado de satisfacción aceptable en ciertos aspectos y en otros es bajo.

Los docentes en su mayor parte alcanzan un grado de satisfacción aceptable.

Para los graduados la infraestructura y tecnología alcanzan un grado de satisfacción aceptable.

Las competencias adquiridas que poseen los graduados alcanzan un rendimiento alto.

Para los empleadores los graduados de Marketing cumplen notoriamente con las expectativas y necesidades de la institución.

Para los empleadores los conocimientos que poseen los graduados ayudan notablemente a identificar, plantear y resolver problemas en su lugar de trabajo.

La carrera realiza poca vinculación entre las instituciones de los empleadores.

Los empleadores no han solicitado asesorías al talento humano que forma parte de la carrera de marketing.

Los empleadores se encuentran satisfechos con la formación académica que poseen los profesionales de la carrera.

Los graduados poseen valores éticos y respetan los principios de otros.

Los graduados fortalecen y promocionan la cultura local nacional a través de cualquier evento social que realice la empresa.

La mayor parte de los graduados contribuyen en el ámbito investigativo que necesite la empresa.

Un graduado de marketing debe poseer un sin número de competencias para ser un profesional de élite.

Para los empleadores el desempeño de los graduados en las actividades laborales es muy bueno.

Los graduados de la carrera tienen el perfil profesional idóneo por lo que los empleadores los recomiendan para que trabajen en otras instituciones.

Los profesionales de la rama califican que las habilidades de los colegas graduados en la Universidad Estatal de Bolívar son altas.

Los profesionales graduados en marketing son muy necesarios para el funcionamiento óptimo de una empresa.

El perfil de egreso que brinda la carrera de marketing a los profesionales en gran parte cubre con las necesidades y expectativas del mercado laboral actual.

La malla curricular en gran parte cubre las expectativas del profesional graduado al momento de desarrollar diversas actividades en el puesto de trabajo.

Las prácticas pre-profesionales se convierten en un medio fundamental para adquirir conocimientos reales del mundo laboral adquiriendo cierto nivel de experiencia.

## **2.4. RECOMENDACIONES**

La Universidad Estatal de Bolívar debe preocuparse por este grupo de estudiantes que están sin empleo a través de la bolsa de empleo.

Es importante que los estudiantes trabajen antes de graduarse pues a través de ello logran adquirir experiencia y cierto nivel de conocimiento del que hacer laboral.

Se debe fortalecer más en ciertos aspectos para llegar a un nivel alto en cuanto los aspectos que tienen un nivel bajo buscar los mecanismos necesarios y adecuados que permitan brindar una educación de calidad acorde a los lineamientos establecidos por parte del organismo de control CEAACES.

Los docentes deben estar en constante capacitación y actualización de conocimientos con una metodología idónea que permita llegar eficazmente a los estudiantes llegando a ser ellos los pilares fundamentales para formar profesionales de éxito de dicha carrera.

Los responsables de la carrera deben hacer las gestiones necesarias para dotar de una infraestructura y tecnología adecuada para brindar una educación de primera alcanzando la excelencia.

Las autoridades a cargo de la carrera de marketing deben implementar un sistema a través del cual se logre mantener un vínculo de relación entre empleadores de los graduados y la carrera para de esta manera recoger sugerencias con el afán de mejorar ciertos aspectos débiles e incorporar nuevas ideas para innovar la carrera.

Debe existir la apertura necesaria para atender a empleadores cuando requieran cierto tipo de asesoramiento poniendo a disposición el talento humano que forma parte de dicha carrera.

## **2.5. COMPROBACIÓN DE LA HIPOTESIS**

Para la comprobación de la hipótesis nos respaldamos mediante la aplicación de encuestas que ratifican la importancia de un estudio de pertinencia para cumplir con el proceso de evaluación del entorno de aprendizaje de la Carrera de Marketing conociendo las condiciones como se ha desarrollado dicha carrera y la situación actual de los egresados.

Permitiendo emitir criterios de mejora de contenidos y falencias en el perfil de egreso profesional que brinda dicha carrera, además de ello recomendar ciertos aspectos para mejorar la infraestructura y tecnología que permita brindar una educación de calidad pues todos los resultados de cada una de las preguntas de la encuesta afirman que es necesario tener un estudio de pertinencia para realizar una evaluación constante y permanente al plan de estudios haciendo reajustes que sean vitales para innovar dicha carrera.

# CAPÍTULO III

### **3. “PROPUESTA”**

#### **3.1. TÍTULO**

Informe del seguimiento a graduados de la Carrera de Marketing de la Universidad Estatal de Bolívar

### **3.2. INTRODUCCIÓN**

Dentro del proceso de evaluación y acreditación de la carrera Marketing, el seguimiento a graduados se transforma en un instrumento valioso para la Universidad, pues a través de dicho estudio se puede verificar la evolución profesional del graduado en el campo ocupacional encontrando fortalezas y falencias, que permiten tomar decisiones con el afán de innovar dicha carrera.

En la actualidad el conocimiento avanza, es por ello que los programas académicos de tercer nivel que ofrecen las universidades, quedan en gran parte desactualizados y no cubren las necesidades y expectativas que se requiere en el mercado laboral. Durante el proceso de formación de un estudiante en una institución de educación superior el plan de estudios al finalizar dicha carrera en su mayoría el conocimiento adquirido es obsoleto considerando el nuevo escenario que presenta el país y el mercado laboral donde se exige profesionales con alto grado de competitividad, habilidades y destrezas que contribuyan notablemente a desarrollar actividades eficaces y eficientemente dentro de una empresa.

Con el actual estudio se ha logrado recoger información valiosa de los graduados en cuanto a datos personales, ubicación actual de su lugar de trabajo, evolución en el proceso profesional, falencias en el plan de estudios que no les permitió adaptarse rápidamente en el lugar de trabajo, la calidad de la docencia.

Los datos recabados son de vital importancia para los directivos y personal encargado del ámbito administrativo para la toma de decisiones con el propósito primordial de hacer cambios necesarios para mejorar dicha carrera tomando en cuenta ciertos aspectos como el perfil de egreso, una actualización constante del plan de estudios, dotar de infraestructura y tecnología propicia para el desarrollo adecuado de las actividades académicas además de ello contar con docentes con conocimientos idóneos y actualizados.

Para alcanzar lo anteriormente descrito es necesario realizar un análisis profundo de la situación actual de la universidad que permitirá cumplir con el objetivo primordial que persigue toda Institución de Educación Superior que es tener una educación de primer nivel con calidad.

Además se pudo recabar la opinión de los empleadores en cuanto al desempeño y cumplimiento de las actividades encomendadas a los graduados en el puesto de trabajo, para a través de la guía emitir ciertas recomendaciones para mejorar y dotar de ciertas competencias de egresados.

También se logró recoger la opinión de los profesionales de la rama graduados en otras universidades para obtener un criterio acerca de las competencias y habilidades que poseen los profesionales graduados en la Universidad Estatal de Bolívar.

### **3.3. JUSTIFICACIÓN**

Es de mucho interés la realización de un informe de seguimiento a graduados de la carrera de marketing pues es un instrumento que permitirá la toma de decisiones para efectuar los cambios necesarios alcanzando una mejora continua y permanente en el aspecto académico.

Cabe recalcar que este informe es novedoso por cuanto ha sido realizado para mostrar los datos más relevantes de los egresados, lo cual permite conocer el trayecto profesional que ha logrado después de su egreso, como fue la inserción al mercado laboral, las competencias y habilidades que al momento el graduado requiere.

El seguimiento a graduados sin lugar a duda es un tema de actualidad e importancia, para la universidad y principalmente para todo el talento humano inmerso en la carrera de marketing pues está estrechamente vinculado con la mejora del perfil de egreso que se brinde al graduado, generando una educación de calidad, además de ello con la realización de la guía de seguimiento a graduados se busca el fortalecimiento de un lazo estrecho entre la universidad y los egresados realizando una valoración de su desempeño en el ámbito laboral, capaz de apoyar constantemente a los graduados con cursos de capacitación y actualización de conocimientos, llegando a compartir experiencias profesionales, con el objetivo primordial de elaborar planes de mejora para corregir los procesos académicos de la carrera.

## **3.4. OBJETIVOS**

### **3.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un informe de seguimiento a graduados de la carrera de marketing, conociendo la situación actual en cuanto a empleabilidad, aspectos de formación académica recibida, desarrollo de competencias datos valiosos que permiten la mejora del perfil de egreso.

### **3.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar el modelo de informe de seguimiento a graduados que sea de mayor aplicabilidad para la presentación de la información.
- Determinar el modelo de informe de seguimiento a graduados que será aplicado.
- Socializar el informe de seguimiento a graduados con los estudiantes de la carrera de Marketing.

### **3.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **Presentación**

El presente informe de Seguimiento a Graduados de la Carrera de Marketing realizado por Luis Fuentes y Janeth Gaibor, se basa en el análisis de las encuestas realizadas a cada uno de los graduados para conocer la situación actual luego de haber egresado de la Universidad con el afán de establecer las necesidades en cuanto al plan de estudios recibidos con los requerimientos que al momento les hace falta dentro del mercado laboral.

Dicho proceso de seguimiento se lo puedo realizar por medio de una base de datos, facilitada por la relacionadora pública de la facultad, del total de 19 graduados se les pudo contactar a 18, a través de llamadas, correos electrónicos, redes sociales y visitas personalizadas en los diferentes puestos de trabajo con la aplicación de una encuesta llenada personalmente por cada graduado, además de ello se logró encuestar a 7 empleadores de los graduados que al momento se encuentran con un empleo.

Posteriormente se pudo aplicar una encuesta a 6 profesionales de la rama que su título lo obtuvieron en otra universidad como la ESPOCH para recoger el criterio que ellos tienen respecto de los profesionales colegas graduados en la Universidad de Bolívar.

Luego de haber concluido con el proceso de aplicación de encuestas a través de tablas se procedió a tabular dicha información insertando gráficos estadísticos que permiten tener una apreciación más clara y precisa de la información recolectada para emitir un análisis para posteriormente hacer las debidas conclusiones y recomendaciones cuando así lo requiere.

Dicha información es de vital importancia para desarrollar el informe, a través del cual se logra cumplir con uno de los indicadores del criterio de pertinencia para la evaluación del entorno de aprendizaje de la carrera de marketing, emitiendo ciertos criterios que permitan mejorar la malla curricular y perfil de egreso del futuro profesional graduado.

### 3.6. RESULTADOS

La presentación de los resultados es necesaria dividirla en tres fases para una mayor comprensión:

**Primera Fase.-** Comprende un análisis del total de egresados de la carrera por año y por género.

**Segunda Fase.-** En esta fase se describe las formas de contacto a los graduados por diversos medios.

**Tercera Fase.-** Comprende una descripción detallada de la información recolectada de los graduados que actualmente se necesitan.

#### 3.6.1. Primera Fase.

En esta fase se explica de una manera más detallada y clasificada los años de los graduados por género.

Tabla N°. 1 Distribución del número de graduados por año.

<b>Año de Graduación</b>	<b>Carrera de Marketing</b>
2011	15
2012	2
2013	2
<b>Total</b>	<b>19</b>

De la base de datos extraída de la Secretaría del Decanato y del Departamento de Relaciones Públicas de la Facultad el mayor número de graduados corresponde al 2011, pues en los años 2012 y 2013 se redujo al mínimo, es ideal hacer un promedio de graduados por año, pero debido a que en el 2011 los graduados corresponden a un alto número frente a los demás años no se puede realizar porque se convertiría en un error estadístico.

Tabla N°. 2 Distribución del número de graduados por año y género.

<b>Genero</b>	<b>Años</b>	<b>Total</b>
Femenino	2011	12
	2012	0
	2013	2
	<b>Total</b>	<b>14</b>
Masculino	2011	3
	2012	2
	2013	0
	<b>Total</b>	<b>5</b>
<b>Total</b>		<b>19</b>

Se puede evidenciar que el género predominante en esta carrera es el femenino en el año 2011 mientras que en el 2012 es el masculino posteriormente en el año 2013 nuevamente es el femenino llegando a la conclusión final que el género que predomina en dicha carrera es el femenino.

### 3.6.2. Segunda Fase

De la base de datos antes obtenida se logró contactar a 18 de 19 graduados es decir un 94,74% del total, para lo cual se utilizó todos los medios posibles tales como: llamadas personales a su teléfono celular y convencional visitas a su lugar de trabajo y domicilio, además los graduados que se encontraban fuera de la provincia la encuesta se lo realizo mediante a través del correo electrónico.

➤ **Correo Electrónico**

[l-fuentes@hotmail.es](mailto:l-fuentes@hotmail.es)

➤ **Redes Sociales de Facebook**

<https://www.facebook.com/alexandra.gaibor.5492>

<https://www.facebook.com/?q=#/luis.fuentesgarcia.18>

➤ **Watt sap**

Alexandra Gaibor 0988445932

Luis Fuentes 0981275003

Posteriormente de las 18 personas que respondieron la encuesta existen 7 graduados que se encuentran trabajando bajo relación de dependencia con un jefe superior inmediato al que llamamos empleador, a quien se le aplico otra encuesta para medir el grado de desempeño del graduado en el área de trabajo.

De la misma forma se tomó como referencia a 6 profesionales de la rama de Ingenieros en Marketing graduados en otras Universidades del País para recoger diversas opiniones del perfil de egreso que poseen.

Por medio de las encuestas aplicadas se pudo obtener información relacionada sobre aspectos personales, competencias adquiridas, datos laborales y de carácter social así como las falencias encontradas durante el desempeño de las actividades laborales, requerimiento de actualizaciones de contenidos anteriormente estudiados, valoración del personal docente con el que cuenta dicha carrera, haciendo una valoración de la infraestructura y tecnología logrando conseguir información referencial actualizada de cada uno de los graduados.

### 3.6.2. Tercera Fase

#### **ENCUESTA REALIZADA A LOS GRADUADOS DE LA CARRERA**

Para desarrollar esta fase se tomó como referencia las 18 encuestas aplicadas a los graduados para analizar ciertos aspectos de vital importancia que se detallan a continuación:

- Se pudo recolectar información del sector laboral donde se desempeñan los graduados tanto en el sector público como del privado.
- Datos que permiten establecer la relación de las actividades del puesto de trabajo con la carrera que estudiaron los graduados.
- Conocer la cobertura que posee la empresa donde los graduados prestan sus servicios.
- Identificar el nivel de plan de estudios con el que recibieron su formación académica los graduados.
- Datos que permiten medir el nivel de satisfacción de los graduados respecto de los docentes que posee dicha carrera.
- Saber si la infraestructura y tecnología con la que cuenta la Universidad es adecuada para la formación profesional de los graduados en marketing.
- Realizar una valoración de las competencias adquiridas por parte de los graduados en las aulas de clases.

**Se pudo recoger información valiosa de aquellos aspectos que los graduados creen que se puedan mejorar durante el proceso de formación profesional de la carrera.**

- Actualización de tecnología con laboratorios modernos
- Actualización de nuevas tendencias y estrategias de marketing
- Remodelación de infraestructura que sea óptima para el desarrollo de actividades académicas
- Mayor énfasis en la elaboración de proyectos
- Diseño gráfico
- Administración del talento humano
- Promover un cultura de emprendimiento
- Contabilidad

- Imagen corporativa
- Docentes especializados en el área de marketing
- Libros de marketing actualizados y especializados en la biblioteca
- Inglés
- Publicidad avanzada
- Vinculación con las comunidades
- La apertura de las instituciones para realizar las prácticas pre-profesionales dentro y fuera de la Provincia.
- Actualizar malla de acuerdo a las exigencias del mercado laboral
- Incentivo a los proyectos realizados por los estudiantes y dar seguimiento

**Los graduados en marketing expresan que al momento requieren actualizaciones de conocimiento en:**

- Sercop.- Es decir cómo manejar el Servicio de Contracción Pública
- Seminarios avanzados de diseño gráfico
- Cursos de marketing de ventas
- Seminario de publicidad digital
- El buen vivir
- Seminario de tributación
- Seminario del manejo adecuado del talento humano
- Cursos de atención al cliente
- Cursos básicos de inglés
- Seminario del manejo de sistemas informáticos
- Cursos para la aplicación de estrategias de comunicación
- Capacitaciones en neo marketing
- Plan de negocios
- Plan de publicidad y promoción
- Segmentación de mercado
- Comercio electrónico
- Seminario de investigación de mercados
- Seminario de proyectos
- Manejo de “skype”, Quipux

**Muchos de los graduados emitieron un comentario adicional de la carrera de marketing:**

- Mayor número de prácticas pre – profesionales en el área misma de marketing.
- Mejoramiento de la biblioteca es decir que se actualice en libros específicos de marketing
- Que los docentes cuenten con el conocimiento requerido para el perfil de dicha carrera
- Mejorar la malla curricular de acuerdo a la malla de otra universidades
- Dar prioridad a la carrera de marketing
- Evaluar constantemente el desempeño de los docentes en las aulas de clases
- Promocionar y difundir la carrera de marketing para que exista mayor interés de la comunidad universitaria por dicha
- Incrementar laboratorios para las respectivas prácticas

**ENCUESTA REALIZA A LOS EMPLEADORES DE LOS GRADUADOS**

Se pudo aplicar esta encuesta a siete empleadores de los cuales se pudo recolectar información relevante en cuanto al desempeño de los graduados:

- Cumplimiento de expectativas y necesidades del graduado en la institución.
- El nivel de formación académica que brinda la Universidad Estatal de Bolívar para la resolución de problemas en el área de trabajo.
- La práctica de principios éticos de los graduados.
- La capacidad de los graduados para contribuir en trabajos de investigación.
- Competencias que requieren las instituciones por parte de los graduados.

**ENCUESTA REALIZADA A LOS PROFESIONALES DE LA RAMA**

Esta encuesta se aplicó a seis profesionales de lo cual se logró recolectar aspectos importantes como:

- Calificar las habilidades de los profesionales graduados en la Universidad Estatal de Bolívar por parte de los Ingenieros en marketing.

- Aspectos básicos de la formación académica recibida dentro de una Institución de Educación Superior.

**Aspectos para mejorar la calidad de la carrera:**

- Contar con docentes especialistas en el área, que tengan experiencia en el campo ocupacional dictando casos prácticos
- Mayor número de prácticas para generar mayor experiencia de los estudiantes en el mercado laboral
- Reestructurar la malla curricular, de acuerdo a las exigencias del mercado.

### 3.6.2.1. Plan De Mejoras Y Rediseño De La Carrera De Marketing

Debilidad encontrada	Objetivo para mejorar	Indicador del logro	Actividades a realizar	Responsable de la actividad	Plazo
Existe un gran número de graduados en marketing que se encuentran desempleados.	Buscar los mecanismos necesarios por parte de los funcionarios de la universidad para implementar la bolsa de empleo.	Reducir la tasa de desempleo de los graduados en dicha carrera.	Buscar instituciones que requieran del profesional en marketing para firmar convenios que permitan que los graduados ingresen al mercado laboral.	Rector. Decano(a) de la Facultad. Director(a) de la Escuela de Gestión Empresarial.	Permanente con reportes semestrales.
Falta de prácticas de laboratorio realizadas debido a que no existen la disponibilidad de laboratorios.	Incrementar programas actualizados con la debida organización para el uso de los laboratorios existentes.	Aumentar los conocimientos teóricos mediante la aplicación práctica.	Realizar reuniones de trabajo para la realización de un cronograma ordenado por fechas y días para que los estudiantes realicen las debidas prácticas.	Decano(a) de la Facultad. Director(a) de la Escuela de Gestión Empresarial.	Durante el primer semestre del año 2015

Sistema de Prácticas Pre-Profesionales deficiente.	Corregir falencias dentro del sistema.	Ubicar a los estudiantes en la respectiva área de estudio al realizar dichas prácticas dentro de una institución.	Monitoreo constante y permanente de los pasantes. Realizar una evaluación a los pasantes al momento de finalizar el periodo de prácticas.	Decano(a) de la Facultad. Director(a) de la Escuela de Gestión Empresarial. Coordinar de Prácticas de la carrera.	Permanente con reporte mensual.
Falta de Bibliografía actualizada y especializada	Adquirir libros actualizados de la rama marketing.	Mayor disponibilidad de documentos bibliográficos para el desarrollo de investigaciones.	Coordinar con los directivos de la carrera y responsables de la biblioteca. Hacer las respectivas gestiones para la adquisición.	Rector. Administrador Financiero. Decano(a) de la Facultad. Director(a) de la Escuela de Gestión Empresarial. Directora de la biblioteca.	Primer semestre del año 2015
Falta de docentes capacitados en el	Capacitar en temas de	Docentes que aportan	Coordinar con las respectivas autoridades	Decano(a) de la Facultad.	Durante el primer

<p>área de Marketing.</p>	<p>actualidad a los docentes existentes.</p>	<p>notablemente al proceso de formación profesional.</p>	<p>para tramitar cursos en temas relevantes del área. Invitar a los docentes a que formen parte de los cursos de actualización.</p>	<p>Director(a) de la Escuela de Gestión Empresarial. Docentes del área.</p>	<p>semestre del año 2015.</p>
<p>Perfil de egreso poco satisfactorio.</p>	<p>Mejorar el currículo de la carrera.</p>	<p>Los graduados mejoren su desempeño laboral en el puesto de trabajo.</p>	<p>Nombrar a talento humano responsable. Realizar reuniones de trabajo. Analizar la malla curricular. Eliminar asignaturas innecesarias. Incorporar nuevas asignaturas de acuerdo a las necesidades del mercado laboral.</p>	<p>Comisión de rediseño de carrera Director(a) de la Escuela de Gestión Empresarial.</p>	<p>Durante el primer semestre del año 2015.</p>

<p>Requerimiento de actualización de conocimientos a graduados</p>	<p>Realizar un programa de capacitación continua en temas de interés que al momento requieran los graduados.</p>	<p>Graduados con conocimientos acordes a las necesidades que posean.</p>	<p>Identificación de las necesidades de actualización de los graduados. Invitación a los graduados que requieran actualizar sus conocimientos. Realización de seminarios, cursos, capacitaciones, etc.</p>	<p>Decano(a) de la Facultad. Director(a) de la Escuela de Gestión Empresarial.</p>	<p>Cada 6 meses de una manera permanente.</p>
--	--	--	--	--	---

### 3.6.2.2. Matriz De Malla Curricular Para Su Mejoramiento

<b>ASIGNATURAS MÁS IMPORTANTES PARA LA FORMACION PROFESIONAL</b>	<b>ASIGNATURAS QUE DEBEN INCREMENTARSE</b>	<b>ASIGNATURAS QUE DEBEN ELIMINARSE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planificación Estratégica</li> <li>➤ Investigación de mercado- plan de negocios</li> <li>➤ Plan de ventas</li> <li>➤ Evaluación de proyectos</li> <li>➤ Presupuestos</li> <li>➤ Recursos humanos</li> <li>➤ Administración financiera</li> <li>➤ Atención al cliente</li> <li>➤ Merchandising</li> <li>➤ Marketing digital</li> <li>➤ Entorno socioeconómico</li> <li>➤ Estadística</li> <li>➤ Neo marketing</li> <li>➤ Marketing estratégico</li> <li>➤ Planificación de proyectos</li> <li>➤ Contabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diseño gráfico profesional con sus programas actuales</li> <li>➤ Inteligencia de mercado</li> <li>➤ Recursos humanos (Administración)</li> <li>➤ Ética profesional</li> <li>➤ Geo Marketing</li> <li>➤ Marketing interactivo y de servicios</li> <li>➤ Economía industrial y teoría de juegos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Administración de Marketing</li> <li>➤ Realidad cultural, socio económico y ecología del país</li> <li>➤ Universidad ética e institucional</li> </ul>

### 3.6.2.3. Base Actualizada De Los Graduados De La Carrera De Marketing

N.-	Nombres y Apellidos	CI	Telf.	Movil	Fecha de Nacimiento	<a href="#">E-Mail</a>	Domicilio	Año Graduación	Lugar de Trabajo	Personas con Discapacidad
1	Agulongo Uchubanda Virginia Elizabeth	0201918257	03-2650473	0967645328	21-02-1988	<a href="mailto:cliuchbanda@gmail.com">cliuchbanda@gmail.com</a>	San Pablo- Barrio la Merced	2011	Sin Empleo	no
2	Andrade Carvajal Adrian Bladimir	0201922374	03-2985308	0985356597	24 de mayo	<a href="mailto:aadrianbladimir@yahoo.com">aadrianbladimir@yahoo.com</a>	Guaranda- 24 de Mayo	2011	Junta de Artesanos	no
3	Armijos Salazar Jadira Marlene	0201621182	03-2988136	0983403526	21-05-1983	<a href="mailto:shasho21@live.com">shasho21@live.com</a>	Chimbo	2011	Sin Empleo	no
4	Ayme Sinchigalo Livia Marlene	0201896990	03-2982180	0999686843	08-07-1985	<a href="mailto:lmartene85@gmail.com">lmartene85@gmail.com</a>	Guaranda- Primavera	2011	MIESS	no
5	<b>Barragan Monar Mayra Patricia</b>	<b>0201917754</b>	<b>03-2989411</b>	<b>0991002250</b>		<a href="mailto:patvbm_87@yahoo.es">patvbm_87@yahoo.es</a>	<b>San Miguel</b>	<b>2011</b>		<b>no</b>
6	Cardenas Carrillo Doris Elizabeth	0201931961	03-2983735	0980056017	25-11-1986	<a href="mailto:_doris-by1@hotmail.com">_doris-by1@hotmail.com</a>	Guaranda	2011	SECAP	no
7	Chasi Amangandi Norma Isabel	0201906096	03-2980821	0967379747	20-09-1986	<a href="mailto:norma.chasi@yahoo.com">norma.chasi@yahoo.com</a>	Guaranda-Maldonado y selva Alegre	2011	Multiservicios Andy	no
8	Chimbo Chimbo Segundo Pedro	0201799095		0999518828		<a href="mailto:peterchimbo@gmail.com">peterchimbo@gmail.com</a>	Guanujo	2011	Sin Empleo	no
9	Chimborazo Manobanda Luis German	0201844669	02-471544	0990632451		<a href="mailto:luchimes95@gmail.com">luchimes95@gmail.com</a>	Guaranda	2011		no
10	Corro Portilla Maribel Del Carmen	0201728300	03-2 206142	0988318176	17-12-1982	<a href="mailto:marycor_82@yahoo.es">marycor_82@yahoo.es</a>	Guaranda- Av. Gabriel Secaira	2011	FDPB	no
11	Lasluisa Barragan Jenny Elizabeth	0201980000	03-2206425	0980382819	01-03-1990	<a href="mailto:jenny_lb09@yahoo.es">jenny_lb09@yahoo.es</a>	Guanujo- Complejo Deportivo	2013	Programa Buen Vivir Rural	no
12	Llumiguano Arevalo Martha Alexandra	0201845492	03-2982572	0980785188	25-03-1986	<a href="mailto:alexandra_llumiguano@yahoo.com">alexandra_llumiguano@yahoo.com</a>	Guaranda-San Batolo	2011	Negocio Propio o Familiar	no
13	Manobanda Calero Maria Flor	0201930658		0989288863		<a href="mailto:florymar08@yahoo.es">florymar08@yahoo.es</a>	Guaranda	2011		no
14	Perez Guevara Maria Fernanda	0201536067	03-2980437	0980360173	19-04-1982	<a href="mailto:mikimon2913@yahoo.es">mikimon2913@yahoo.es</a>	Guaranda	2011	Consejo de la Judicatura de Bolivar	no
15	Quiroz Becerra Jefferson Estuardo	0201667060	03-2988981	0982512250	04-11-1984	<a href="mailto:quirozjeff@yahoo.es">quirozjeff@yahoo.es</a>	La Asunción	2012	Negocio Propio o Familiar	no
16	Rea Rochina Miryan Beatriz	0202079208	02-2517882	0939639714	16-06-1989	<a href="mailto:mirybet_16@yahoo.es">mirybet_16@yahoo.es</a>		2013	Sin Empleo	no
17	Silva Villegas Alberto Ramiro	0201948007	03-3011602	0986616801	08-07-1987	<a href="mailto:silvavillegas4@gmail.com">silvavillegas4@gmail.com</a>	San Miguel	2012	Negocio Propio o Familiar	no
18	Vistin Chafra Lida Mercedes	0201929957	03-2983836	0982828439	03-09-1983	<a href="mailto:lidaiulio@yahoo.es">lidaiulio@yahoo.es</a>	Guaranda-Ciudadela Marcopamba	2011	ECONOFAR	no
19	Vistin Chafra Maria Fernanda	0201915741	03-2983836	0969209734		<a href="mailto:vistinchama@yahoo.es">vistinchama@yahoo.es</a>	Guaranda	2011		no

### 3.6.2.4. Base De Datos De Los Profesionales De La Rama

N.-	Nombres y Apellidos	Título Profesional	Telf.	E-Mail	Institución donde Obtuvo el Título	Nombre de la Institución que Labora	Cargo	Experiencia profesional del área
1	Paola Jessenia Jara Mirallas	Ingeniera en Marketing	0980449722	<a href="mailto:pao-gap@hotmail.com">pao-gap@hotmail.com</a>	ESPOCH	COAC San José Ltda.	Ejecutiva de Mercado	6 años
2	María Fernanda Llanos Saltos	Ingeniera en Marketing	0983342709	<a href="mailto:ferllanosaltos@gmail.com">ferllanosaltos@gmail.com</a>	ESPOCH	SECAP	Instructora	5 años
3	Israel Alarcón	Ingeniero en Marketing	0981689559	<a href="mailto:iramrt@hotmail.com">iramrt@hotmail.com</a>	ESPOCH	COAC Guaranda Ltda.	Jefe de Negocios	2 años
4	Ricardo Arellano	Ingeniero en Marketing	0998636424	<a href="mailto:riar.love@hotmail.com">riar.love@hotmail.com</a>	ESPOCH	COAC Guaranda Ltda.	Jefe de Marketing	2 años
5	Charles Paúl Viscarra Armijos	Ingeniero en Marketing	0991460644	<a href="mailto:charlesviscarra84@yahoo.com">charlesviscarra84@yahoo.com</a>	ESPOCH	Universidad Estatal de Bolívar	Docente	5 años
6	William Bernardo García Chavez	Ingeniero en Marketing	0994222810	<a href="mailto:williamflacogarcia@gmail.com">williamflacogarcia@gmail.com</a>	ESPOCH	COAC Guaranda Ltda.	Supervisor de Crédito	3 años

### 3.7. PLAN OPERATIVO DE LA PROPUESTA

<b>Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>
Organización de la información obtenida	Alexandra Gaibor Luis Fuentes	Guaranda	4 de Marzo del 2015
Elaboración del informe de seguimiento a graduados	Alexandra Gaibor Luis Fuentes	Guaranda	10 de Marzo del 2015
Revisión y corrección del respectivo informe	Alexandra Gaibor Luis Fuentes	Guaranda	24 de Marzo del 2015
Invitación a los estudiantes de la carrera de marketing para la sociabilización del informe de seguimiento a graduados	Alexandra Gaibor Luis Fuentes	Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática	7 de Abril del 2015
Sociabilización del informe de seguimiento a graduados con los estudiantes de la carrera	Alexandra Gaibor Luis Fuentes	Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática	15 de Abril del 2015

### **3.8. RESULTADOS ESPERADOS**

Con la propuesta Informe del seguimiento a graduados de la Carrera de Marketing de la Universidad Estatal de Bolívar esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Cumplir con el indicador de seguimiento a graduados que en la actualidad toda carrera debe poseer.
- Servirá para que sea tomada en cuenta por parte de las autoridades para realizar las mejoras respectivas en dicha carrera en cuanto a perfil de egreso.
- Se logrará contribuir de cierta manera al proceso de evaluación de la carrera.
- Servirá para detectar falencias existentes dentro de la carrera e ir las corrigiendo posteriormente de acuerdo a las necesidades prioritarias que se presenten.

### **3.9. Conclusiones**

En el informe se detalla aquellas asignaturas importantes para la formación que debe tener un profesional de este perfil.

Existen requerimientos de actualización de conocimientos de los graduados en ciertos temas de vital importancia para ellos.

Se detalla aquellas debilidades encontradas durante el proceso académico de los graduados.

### **3.10. Recomendaciones**

Que sean tomadas en cuenta las asignaturas planteadas en la propuesta para mejorar la malla curricular.

Realizar seminarios, cursos, capacitaciones tomando como referencia las necesidades de actualización de los graduados.

Tomar en cuenta las mejoras propuestas en la matriz de mejora del seguimiento a graduados de la carrera.

### 3.11. BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de <http://www.ueb.edu.ec/index.php/inicio/nosotros>
- (s.f.). Obtenido de <http://www.ueb.edu.ec/index.php/inicio/nosotros>
- (s.f.). Obtenido de Mandato Constituyente No. 14  
<http://www.superley.ec/pdf/mandatos/14.pdf2>
- (s.f.). Obtenido de <http://www.ueb.edu.ec/index.php/>.
- (s.f.). Obtenido de <http://www.ueb.edu.ec/index.php/>.
- (s.f.). Obtenido de <http://www.ueb.edu.ec/index.php/oferta/ciencias-administrativas>
- (2014). *Diseño Curricular de la Carrera de Licenciatura en Marketing con enfoque Holístico Configuracional* Pag.4.
- (2014). *Diseño Curricular de la Carrera de Licenciatura en Marketing con enfoque Holístico Configuracional*. Pag.3. Guaranda.
- Bonvecchio De Aruani, M. (2006). *Evaluación de los Modelos de Aprendizaje*. Buenos Aires: 2da Edición.
- Casanova, M. (1999). *Manual de Evaluación Educativa*. Madrid, la Muralla.
- CEAACES. (2013). *Sistema de mejoramiento de carreras y modelos* .
- CEAACES. (2013). *SISTEMA DE MEJORAMIENTO DE CARRERAS* .
- Constituyente, A. N. (2008). *Constitución de la República*. Montecristi.
- Constituyente, A. N. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito.
- Díaz Barriga, A. (1990). *Metodología del Diseño Curricular para Educación Superior*. México, Trillas. .
- Díaz, L. F. (2001). *Evaluación de las Carreras Universitarias*. PDF, Costa Rica.
- (s.f.). *DISEÑO CURRICULAR DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN MARKETING CON ENFOQUE HOLÍSTICO CONFIGURACIONAL*. Pag.5.
- (s.f.). *Diseño Curricular de la carrera de Licenciatura en Marketing con enfoque holístico configuracional* .
- Giuseppe, I. (1985). *Hacia una didáctica general dinámica*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Malagón, L. (2003). Pertinencia en la Educación Superior, Elementos para su Comprensión. *Revista De la Educación Superior.*, 32, 127.

- Narváez, C. (S/A). *La evaluación en carreras científicas: del concepto a la concreción*. Formato en PDF, Universidad del desarrollo, Concepción, Chile.
- Perdomo Dayana-Camacho Hermelinda. (s.f.). *Definición de pertinencia*. PDF, Universidad Panamericana del Puerto- Universidad de Zulia .
- Perdomo Dayana-Camacho Hermelinda. (S/A). *Definición de pertinencia*. PDF, Universidad Panamericana del Puerto- Universidad de Zulia.
- Quizhpe, V. (2012). *Diseño Curricular de la Carrera de Licenciatura en Marketing con Enfoque Holístico Configuracional*. Guaranda.
- Quizhpe, V. (2012). *Diseño Curricular de la Carrera de Licenciatura en Marketing con Enfoque Holístico Configuracional*. Guaranda.
- Quizhpe, V. (2012). *Proyecto de Carrera*. Guaranda.
- Quizhpe, V. (2014). *Plan de Mejoras*. Guaranda.
- Quizhpe, V. (2014). *Plan de Mejoras*. Guaranda.
- Quizhpe, V. (2014). *Plan de Mejoras*. Guaranda.
- Quizhpe, V. (2014). *Plan de Mejoras Marketing*. Guaranda .
- Universitario, H. C. (2004). *Reglamento de la Comisión de Evaluación Interna*. Guaranda.
- Zapata, M. (S/A). Recuperado el Octubre de 2014, de [www.mzapata.uncu.edu.ar/upload/tipos-de-evaluacion.pdf](http://www.mzapata.uncu.edu.ar/upload/tipos-de-evaluacion.pdf)

## Anexo N° 1. Encuesta a Graduados



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTION**  
**EMPRESARIAL E INFORMATICA**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA CP**  
**FICHA DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS DE LA CARRERA DE**  
**MARKETING**

**Objetivo.-** mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje, siendo importante conocer su opinión sobre diversos aspectos de la Titulación de tercer nivel que recibió dentro de la Institución.

**Instrucción:** Pedimos tu colaboración, actualizando la presente ficha con la máxima veracidad.

El tratamiento estadístico de las respuestas garantiza la absoluta confidencialidad de tus opiniones:

### A. Datos personales

<b>Nombres</b>			
<b>Apellidos</b>			
<b>Número de Cédula</b>		<b>Teléfono</b>	
<b>Fecha de Nacimiento</b>		<b>Celular</b>	
<b>Correo electrónico</b>			
<b>Dirección de domicilio</b>			
<b>Dir. Red social</b>			
<b>Año de Graduación en la UEB</b>		<b>2013 ( )</b>	<b>2014 ( )</b>
<b>Capacidad Especial</b>	<b>Carnet</b>	<b>Si ( )</b>	<b>No ( )</b>
<b>Tipo de discapacidad</b>		<b>% Discapacidad.</b>	

### B. Hoja de vida

Registre los títulos obtenidos luego de haber sido titulado por la Universidad Estatal de Bolívar:

<b>Nivel</b>	
<b>Título</b>	
<b>Especialidad</b>	
<b>Institución que le otorga</b>	
<b>Fecha de obtención</b>	
<b>Duración estudios (años-horas)</b>	
<b>El documento es afín al obtenido en la UEB</b>	

### C. Situación laboral:

<b>Clase de Empleo</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>Empleado a tiempo completo</b>		
<b>Empleado a medio tiempo</b>		
<b>Empleado a tiempo completo y Estudiante de Postgrado</b>		
<b>Empleado a medio tiempo y Estudiante de Postgrado</b>		
<b>Negocio Propio o Familiar</b>		
<b>Negocio Propio o Familiar y Estudiante de Postgrado</b>		

Sin Empleo		
------------	--	--

Nombre lugar de trabajo:			
Sector:	Pública ( ) Privada ( ) ONG ( ) Propio ( )		
Cargo:			
Situación laboral: marque con una x			
Servicios profesionales ( ) Contrato ( ) Nombramiento ( )			
Dirección		Fono:	
Departamento		Email:	
Jefe inmediato:		Fono:	
Fecha de Ingreso:		Fecha de salida	
		Remuneración Mensual:	

<b>¿Qué tiempo transcurrió entre su fecha de graduación y su primer trabajo?</b>	
1-4 meses	
5-8 meses	
9-12 meses	
Más de 1 año	

<b>¿Qué tan relacionado está su empleo con la carrera que estudió?</b>	
Directamente Relacionado	
Indirectamente Relacionado	
Nada Relacionado	

<b>Las actividades de la empresa donde usted labora tiene una cobertura</b>	
Local	
Regional	
Nacional	
Multinacional	

¿Otra institución en la que laboro y su cargo?


#### D. VALORACIÓN ACADÉMICA

A continuación indique, marcando con una cruz en la casilla correspondiente, su grado de satisfacción con los siguientes aspectos de la titulación:

Valoración del plan de estudios	Alto	Aceptable	Bajo
Contenidos del plan de estudios			
Organización del plan de estudios			
Prácticas de laboratorio realizadas			
Prácticas pre profesionales			
Disponibilidad de laboratorios			
Bibliografía especializada y actualizada			

<b>Valoración de la docencia</b>	Alto	Aceptable	Bajo
Nivel de conocimiento en la asignatura			
Metodología utilizada en el proceso de enseñanza – aprendizaje			
Actitud del docente ante el estudiante			

<b>Valoración de la infraestructura y tecnología.</b>	Alto	Aceptable	Bajo
Infraestructura			
Tecnología			

### **Valoración de las competencias adquiridas**

Valore el grado los siguientes aspectos formativos que han sido potenciados durante el proceso de enseñanza – aprendizaje previo a tu titulación.

<b>Valoración</b>	Alto	Aceptable	Bajo
La malla curricular recibida aporta al desempeño del trabajo actual			
Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones en el lugar de trabajo			
Capacidad para desarrollar aprendizaje autónomo			
Desarrollo del pensamiento crítico			
Capacidad de comunicación oral y escrita			

### **Carencias encontradas en la formación recibida**

Enumere aquellos aspectos en los que crees que se podría mejorar la formación recibida


**Indique ¿Cuál es el requerimiento de actualización de conocimiento que requiere al momento?**


**Agradeceremos cualquier comentario adicional**


**Muchas gracias por tu colaboración**



## Anexo N° 2. Encuesta a Empleadores

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTION  
EMPRESARIAL E INFORMATICA

**Objetivo.-** recopilar información sobre el criterio de los empleadores respecto al desempeño de los graduados en la carrera de Marketing de la Universidad Estatal de Bolívar

Su criterio personal sobre la formación académica, nos ayuda a mejorar, la calidad de educación de nuestra Universidad

**Nombre de la Institución** \_\_\_\_\_

**Sector:** Público ( ) Privado ( )

**Cargo del Empleador** \_\_\_\_\_

1. **¿El perfil profesional del graduado de esta Carrera llena las expectativas y necesidades de su institución?**  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
2. **¿La formación recibida por los graduados de la Carrera, les facilita identificar, plantear y resolver problemas de la función que desempeñan?**  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
3. **¿La Carrera le ha invitado a usted a participar en actividades de carácter académico?**  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
4. **¿Existe vinculación permanente entre su Institución y la Carrera?**  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
5. **¿Su institución ha solicitado a la Carrera, le realice asesorías y/o consultorías?**  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
6. **¿Se encuentra Usted satisfecho con la formación brindada a los profesionales de la U.E.B que laboran en su institución?**  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

7. **¿Los profesionales graduados de la carrera tienen capacidad de asumir principios éticos y respetar los principios de otros?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

8. **¿Los graduados de la Carrera contribuyen positivamente a la preservación y difusión de la cultura local y nacional?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9. **¿Los graduados de la Carrera contribuyen en trabajos de investigaciones que requiera su institución?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

10. **¿Qué competencias requiere su institución del profesional graduado de la UEB para alcanzar sus objetivos?**

Capacidad de planificación \_\_\_\_\_

Capacidad de resolución de conflictos \_\_\_\_\_

Capacidad de toma de decisiones \_\_\_\_\_

Capacidad de empatía \_\_\_\_\_

Capacidad de monitoreo y evaluación \_\_\_\_\_

Manejo de talento humano \_\_\_\_\_

Negociación y coordinación con sociedad \_\_\_\_\_

Trabajo en equipo \_\_\_\_\_

Trabajo bajo presión \_\_\_\_\_

OTROS


11. **¿Cómo evalúa el desempeño del profesional graduado de la UEB que trabaja en su Institución?**

Muy bueno                      Bueno                      Malo

12. **¿Reconocería la contratación de los graduados de esta Carrera a otras Instituciones?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

### Anexo N° 3. Encuesta a Profesionales de la Rama



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### FICHA DE SEGUIMIENTO A PROFESIONALES DE LA RAMA

**OBJETIVO:** Determinar la opinión que tienen los profesionales en relación al perfil profesional de egreso que demanda el campo ocupacional.

**INSTRUCCIONES:** Sírvase contestar de la manera más comediada y con la mayor veracidad el siguiente cuestionario, para ello lea detenidamente cada pregunta, responda y marque con una X dentro del paréntesis la respuesta que usted considere adecuada.

Su criterio personal, contribuye a mejorar la calidad de educación de nuestra Universidad.

#### DATOS PERSONALES

<b>Nombres y Apellido:</b>	
<b>Título Profesional:</b>	
<b>Teléfono de Contacto</b>	
<b>Correo Electrónico:</b>	
<b>Institución donde obtuvo el título de 3<sup>er</sup> nivel</b>	

#### DATOS LABORALES

<b>Nombre de la Institución en que labora:</b>	
<b>Cargo que desempeña:</b>	
<b>Experiencia Profesional en el área (Años):</b>	

#### EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS

Califique las habilidades de los profesionales que laboran en su área, graduados en la UEB.

<b>Habilidades Generales</b>	<b>Muy necesaria</b>	<b>Necesaria</b>	<b>No Necesaria</b>
Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones en el lugar de trabajo.			
Desarrollo del pensamiento crítico.			
Capacidad de comunicación oral y escrita.			
Aportan al equipo de trabajo con generación de ideas.			
Capacidad de manejar eficientemente recursos financieros y materiales.			
Demuestren organización en las actividades que			

desempeñan.			
Planifican sus actividades previas a su ejecución, con el fin de lograr los objetivos.			
Facilidad para conformar y desenvolverse en equipos de trabajo.			
<b>Habilidades Especificas</b>	<b>Muy necesaria</b>	<b>Necesaria</b>	<b>No Necesaria</b>
Capacidad para identificar, analizar y evaluar problemáticas que permitan el diseño de estrategias de mercadeo y publicidad adecuados y competitivos.			
Comprender y estudiar la coyuntura de precios de mercadeo nacional e internacional.			
Habilidad para investigar el entorno del mercado para identificar el nivel de competencia; las necesidades, deseos y demanda del cliente.			
Fomentar la capacidad de auto aprendizaje y formación continua.			

#### ESTADO ACTUAL Y PROSPECTIVA DE LA CARRERA

PREGUNTAS	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN 3
A su criterio los profesionales de la carrera de Ingeniería en Marketing son:	Muy Necesario	Necesario	Poco necesario
El perfil de egreso de la carrera cubre los requisitos del campo ocupacional actual.	Si	No	Tal vez
En general la malla curricular cubrió sus expectativas de formación profesional.	En gran parte	Parcialmente	No
Considera que las prácticas pre-profesionales son necesarias para la formación profesional de su carrera.	Si	No	Mediana mente

**¿Qué asignaturas fueron las más importantes para su formación profesional?**


**¿Qué asignaturas se deberían incrementar en la malla curricular los requerimientos actuales?**


**¿Qué asignaturas se deberían eliminarse de la malla?**


**¿Qué recomendaría para mejorar la calidad de la carrera?**

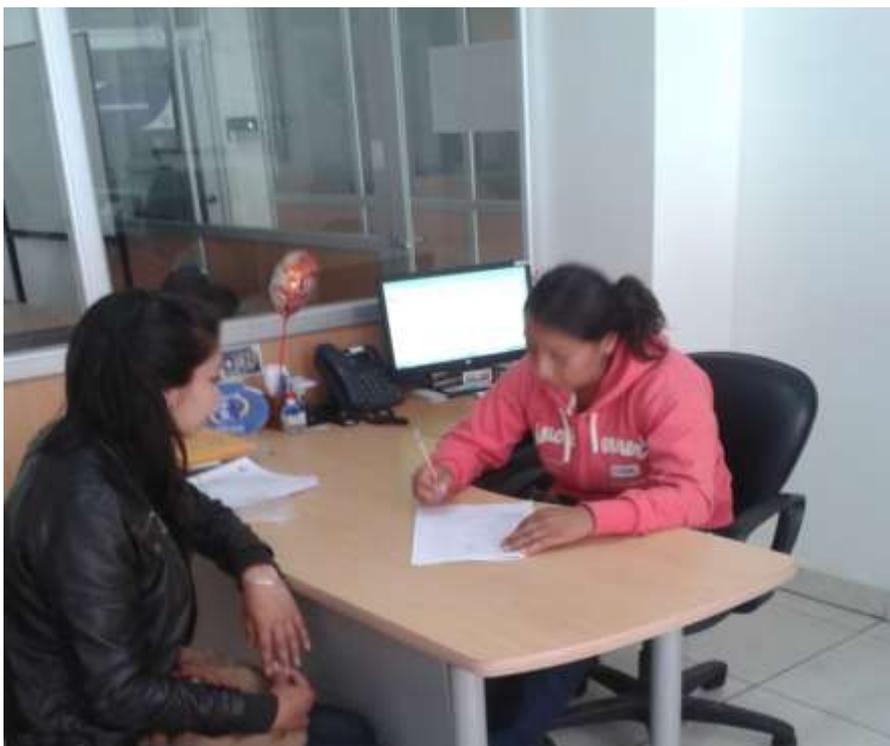

**¿Cuál sería su recomendación para el mejoramiento del perfil de egreso de la carrera?**


**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

#### Anexo N° 4. Fotos en Encuestas a los Graduados



**Foto1:** Luis Fuentes efectuando la entrevista a una graduada de la U.E.B



**Foto2:** Alexandra Gaibor efectuando la entrevista a una graduada de la U.E.B



**Foto 3:** Alexandra Gaibor efectuando la entrevista a una graduada de la U.E.B



**Foto 4:** Luis Fuentes efectuando la entrevista a una graduada de la U.E.B

## Anexo N° 5. Fotos Encuestas a Empleadores



**Foto4:** Alexandra Gaibor y Luis Fuentes efectuando la entrevista a una empleadora de los graduados.



**Foto:** Alexandra Gaibor y Luis Fuentes efectuando la entrevista a una empleadora de los graduados.

<https://secure.orkund.com/view/14001940-11234713-B00907AF057F020BEE5F0A04697X03-1040mD1C5vylgqfMTa1o4Hm1bV18f6edkda710b1v55Z1U1vml7Wqj0MFL6z5W0uue5>

**URKUND** egarcia@egarcia

<b>Document</b> <a href="#">TRABAJO DE GRADUACION PERTINENCIA MARKETTING.pdf</a> ID13999904 <b>Submitted</b> 2018-04-17 13:27 (-06:00) <b>Submitted by</b> lfuentes@hoomx.es <b>Receiver</b> egarcia.web@analysis.orkund.com <b>Message</b> TRABAJO DE GRADUACION LUIS FUENTES - JANETH GABOR <a href="#">show full message</a> <span style="color: yellow;">8%</span> of this approx. 32 pages long document consists of text present in 10 sources	<b>List of sources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="http://www.mdaosta.unca.edu.ar/ugmed/temas-de-evaluacion.pdf">http://www.mdaosta.unca.edu.ar/ugmed/temas-de-evaluacion.pdf</a></li> <li><a href="#">Tesis LOBE.docx</a></li> <li><a href="#">JORGE LUIS BERTHIAU BERTHIAU GONZALO NUÑEZ DIRECTOR CIENTIFICO PROYECTO</a></li> <li><a href="#">Tesis FINAL MERCADOS CORRECCION 2018B20.docx</a></li> <li><a href="http://mls.orcn.gov.ec/repositorio/web/index.php/produccion/1414/guapabador">http://mls.orcn.gov.ec/repositorio/web/index.php/produccion/1414/guapabador</a></li> </ul> <b>Alternative sources</b>
---	--

---

55%
Active
Urkund's archive: UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR - Tesis Final.docx
55%

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA ESCUELA DE GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.F. "TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA" - PERTINENCIA EN LA EVALUACION DEL ENTORNO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA DE MARKETING DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR, DURANTE LOS AÑOS 2013-2014." AUTORES:**  
  
**FUENTES GARCIA LUIS ALFREDO GABOR LUCIO JANETH ALEXANDRA DIRECTOR LIC. ENRIQUE GARCIA PARES ACADEMICOS LIC. ROCIO NUÑEZ LIC. GONZALO PAREDES GUARANDA, ECUADOR AÑO 2018 II II. DEDICATORIA**  
  
**La perseverancia lleva al éxito, con profundo amor quiero dedicar este trabajo de graduación a Dios.**  
  
 por guardar día a día mi camino, a mis padres quienes son mi mayor motivación, y con su apoyo, consejos, comprensión me ayudan a vencer cada adversidad que se presenta, pues gracias a ellos me he convertido en un hombre exitoso que triunfa y alcanza sus metas. A mi hermana quien con su sonrisa me anima constantemente a seguir adelante. A mi compañera de tesis, por su colaboración decidida para el desarrollo óptimo del trabajo. Luis Fuentes. Este trabajo dedico a Dios, por darme la dicha de vivir y la fuerza para seguir adelante frente a obstáculos y

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA ESCUELA DE GESTION EMPRESARIAL CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.F. TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.F. TEMA: "PERTINENCIA EN LA EVALUACION DEL ENTORNO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.F. DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR, DURANTE LOS AÑOS 2013 - 2014"**  
  
**MONTE CASTILLO ALEX MIGUEL POAQUIZA POAQUIZA JOSE AURELIO DIRECTOR LIC. ENRIQUE GARCIA PARES ACADEMICOS LIC. ROCIO NUÑEZ LIC. GONZALO PAREDES.**  
  
**GUARANDA- ECUADOR AÑO 2018. II. DEDICATORIA Con profundo amor y fe dedico este trabajo en primer lugar a DIOS.**