

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX
LÓPEZ**

CARRERA DE MARKETING DIGITAL



ESPAMMFL

**ESTUDIO DE PERTINENCIA PARA LA OFERTA
DE LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL DE
LA ESPAM MFL**

COMISIÓN PARA LA CREACIÓN DE NUEVA OFERTA ACADÉMICA

CARRERA DE MARKETING DIGITAL

CALCETA-ECUADOR



PERTINENCIA

En el Ecuador para que la educación superior contribuya a identificar y solucionar los problemas de sociedad, se requiere que sea pertinente y de calidad; es decir, irrumpir y actuar con responsabilidad y compromiso en la producción, desarrollo y difusión del conocimiento en todas sus formas y, expresiones promoviendo su aplicación en todas las esferas constitutivas de la sociedad.

Realizar un estudio de pertinencia es un factor importante cuando se desea analizar los procesos educativos en la educación superior, en busca de la calidad educativa como profesional, permitiendo formar profesionales de alta calidad humana y académica que contribuyan al desarrollo del país.

La Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), en que consiste el principio de pertinencia:

Art. 107.- Principio de pertinencia.- 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 de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello, las instituciones de educación superior articularán 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 profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; 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.

Art. 8.- Fines de la Educación Superior.- La educación superior tendrá los siguientes fines: a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica, de las artes y de la cultura y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas; b) Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico; c) Contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional; d) Formar académicos y profesionales responsables, en todos los campos del conocimiento, con conciencia ética y solidaria, capaces de



contribuir al desarrollo de las instituciones de la República, a la vigencia del orden democrático, y a estimular la participación social; e) Aportar con el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo previsto en la Constitución y en el Plan Nacional de Desarrollo; f) Fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del ambiente y promuevan el desarrollo sustentable nacional en armonía con los derechos de la naturaleza constitucionalmente reconocidos, priorizando el bienestar animal; g) Constituir espacios para el fortalecimiento del Estado Constitucional, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico; h) Contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o vinculación con la sociedad; i) Impulsar la generación de programas, proyectos y mecanismos para fortalecer la innovación, producción y transferencia científica y tecnológica en todos los ámbitos del conocimiento; j) Reconocer a la cultura y las artes como productoras de conocimientos y constructoras de nuevas memorias, así como el derecho de las personas al acceso del conocimiento producido por la actividad cultural, y de los artistas a ser partícipes de los procesos de enseñanza en el Sistema de Educación Superior; k) Desarrollar, fortalecer y potenciar el sistema de educación intercultural bilingüe superior, con criterios de calidad y conforme a la diversidad cultural; y, l) Fortalecer la utilización de idiomas ancestrales y expresiones culturales, en los diferentes campos del conocimiento

Es por esto que las instituciones de educación superior (IES) articulan su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, la innovación y diversificación de profesiones, a las tendencias del mercado laboral local, regional y nacional, a las tendencias demográficas y la vinculación y las políticas nacionales de ciencia y tecnología.

El consejo de educación superior, establece en su modelo, opciones de aprendizaje de carreras con modalidades presenciales y semipresenciales para las instituciones de educación superior, manteniendo el criterio de pertinencia.

La carrera de marketing digital estará articulada con los siguientes objetivos y políticas del plan de creación de oportunidades 2021-2025 en sus objetivos:



Objetivo 2. Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional

Política:

2.3. Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional.

Objetivo 7. Potenciar las capacidades de la ciudadanía y promover una educación innovadora, inclusiva y de calidad en todos los niveles.

Política:

7.4 Fortalecer el sistema de educación Superior bajo los principios de libertad, autonomía responsable, igualdad de oportunidades, calidad y pertinencia; promoviendo la investigación de alto impacto

La demanda académica de las carreras a nivel superior está determinada por las necesidades que el entorno requiere para la formación de profesionales, con la capacidad de intervenir en situaciones empresariales del país y mejorar la calidad de vida de la población, aportando al desarrollo sostenible.

Se debe tomar en cuenta las necesidades del sector y el país como las tendencias del mercado ocupacional, tomando en consideración que la oferta de profesionales cubra la demanda de las empresas privadas y públicas, que los contenidos sean pertinentes con respecto a los conocimientos, habilidades, destrezas y valores con los cuales se forme el perfil profesional.

Las empresas han venido experimentando transformaciones desde diferentes aspectos, todo esto, lleva a evaluar con más rigor cuales son los conocimientos que se necesitan en la actualidad para poder incluirlos en los nuevos conceptos de marketing digital y así, poder integrar todos los recursos que se encuentran presentes en las empresas.

En la actualidad se vive en una era digital, convirtiendo a las redes sociales, páginas web y blogs, en plataformas para comercializar y dar a conocer diferentes productos o servicios que ofrecen las empresas.



El marketing en las empresas es un factor de suma importancia para el crecimiento de las mismas, ya que a través de este se posee la marca en la mente del consumidor, esto no parece estar claro todavía, dada la dificultad de medir su impacto estratégico táctico en el desempeño del negocio.

Las redes sociales se han convertido en una forma de comunicación en el Ecuador y sus empresas para explorar nuevos caminos para potenciar estas plataformas y así posicionar sus marcas. Esta herramienta se ha convertido en clave para crear relaciones, negociaciones y fidelizar clientes, en un espacio virtual.

En el campo laboral, la competitividad cada vez es más agresiva, ya que las empresas se encuentran en constante innovación, desarrollan nuevos productos con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor. No solamente se encuentran en el mercado nacional, sino que estos tienden a expandirse de forma internacional por la demanda, lo que hace al marketing digital una herramienta ventajosa para cruzar fronteras, y para ello es necesario contar con profesionales con capacidades en esta área del conocimiento.

El formar profesionales capaces de diseñar e implementar estrategias de marketing digital, con el apoyo de programas, redes sociales y plataformas de internet, generando una publicidad estratégica para atraer al cliente y la realización de un buen branding.

El contexto empresarial y laboral, es cada vez más competitivo, y necesita de profesionales cuya formación sea determinada y práctica, haciendo que el desarrollo de habilidades permita enfrentar con éxito los cambios y tendencias actuales en la empresa ecuatoriana. Actualmente, nos enfrentamos a muchos cambios en la tecnología y el marketing no se queda atrás ya que va de la mano con la misma. Cada vez, la sociedad se encuentra en constante evolución creando desarrollos tecnológicos como el internet, comunicaciones móviles, banda ancha, satélite, entre otros. Dando así paso a la comunicación a nivel mundial, aspecto que involucra al marketing digital ya que en la actualidad las plataformas digitales son las que se están utilizando como herramienta para impulsar la comercialización de productos o creación de marcas.

Siendo el marketing digital en las empresas un factor de suma importancia para el crecimiento de las mismas, ya que a través de esta se posee la marca en la mente del consumidor, esta parece ser que no está clara todavía, dada la dificultad de medir su



impacto estratégico o táctico en el desempeño del negocio. Aun así, el impacto del marketing en el desempeño empresarial no deja de ser un papel fundamental.

Las redes sociales se han convertido en una forma de comunicación en el Ecuador y sus empresas para explorar nuevos caminos para potenciar estas plataformas y así posicionar sus marcas. Es una herramienta clave para crear relaciones, negociaciones y fidelizar a los clientes, en un espacio virtual-social al mismo tiempo. El marketing está pasando por un cambio con opciones sorprendentes y dinámicas para la difusión de mensajes, como el marketing viral. En este campo, es indispensable que los gestores de las marcas, en este caso los profesionales, adquieran nuevos conocimientos, competencias y habilidades para optimizar las estrategias, recursos y por ende tener buenos resultados.

La solución a la tensión mencionada, es formar profesionales en Marketing que sea capaces de diseñar e implementar estrategias de marketing digital, con el apoyo de programas, redes sociales y plataformas de internet, generando una publicidad estratégica para atraer al cliente. Todo esto, con la aplicación de conocimientos y de la práctica que lleva el estudio, contribuirá a mejorar la publicidad de la empresa, PYMES, fundación o institución gubernamental, aportando al crecimiento y reconocimiento de la misma.

El profesional en Marketing digital, conocerá las principales herramientas digitales, aprenderá los conceptos técnicos necesarios para poder implementar estas herramientas en el campo laboral sin ningún problema y las mismas irán de la mano con la planeación estratégica.

La carrera de Marketing digital enfoca su estudio con el desarrollo tecnológico y contribuir a la creación de la marca de las empresas, PYMES, fundaciones o instituciones gubernamentales, tomando en consideración las redes sociales, páginas web y demás plataformas que están vinculadas al ejercicio profesional.

La carrera de Marketing digital formará profesionales con la capacidad de dirigir negocios por medio de la Internet, haciendo uso de varias herramientas tecnológicas y estrategias de mercadeo, para abarcar nuevos nichos de mercado y posicionar la marca de la empresa, conduciendo de forma adecuada las relaciones entre la empresa y sus clientes.



La carrera de Marketing Digital busca formar un profesional que conozca la realidad socio-económica del país, capacitado para detectar los cambios en su entorno y el impacto de las decisiones dentro del ámbito del marketing, aplicando plataformas tecnológicas de internet para crear publicidades innovadoras y estrategias para las empresas ecuatorianas. Todo esto, considerando en su estructura curricular aquellas asignaturas que sean necesarias para la consecución de los objetivos, políticas y metas del plan de creación de oportunidades y el contexto empresarial.

La carrera de Marketing Digital, tiene sus bases de estudio en el **Marketing** como parte del desarrollo de las empresas ecuatorianas a través de plataformas de internet para que sean reconocidas no sólo a nivel nacional, sino que se abran caminos en otros países; con el fin de comercializar productos no petroleros e innovadores y contribuir al desarrollo del país de la mano de la **planeación estratégica** para apoyar la toma de decisiones de las empresas o PYMES fortalecer el **emprendimiento** nacional.