

Perfil de egreso del Licenciado/a en Marketing

El licenciado en marketing de ECOTEC es un profesional estratégico con un pensamiento crítico orientado a resultados medibles. Su alta adaptabilidad y visión prospectiva le permiten anticipar tendencias de mercado, diseñando soluciones innovadoras y tecnológicas enfocadas en el valor para el consumidor. Capacitado en investigación autónoma y toma de decisiones éticas, lidera equipos multidisciplinarios con creatividad, resiliencia y responsabilidad, impulsando la competitividad y el crecimiento sostenible de las organizaciones en entornos globales y dinámicos.

Resultados de la evaluación del perfil de egreso

Competencias específicas

Los resultados de la evaluación del perfil de egreso, respecto a las competencias específicas (profesionalizantes) que va a adquirir el profesional en marketing son las siguientes:

| CE | Componentes de CE1: Orientación al cliente y los consumidores | Resultados SEMI-2025 |
|----|--|----------------------|
| C1 | Identifica los principios básicos de orientación al cliente y al consumidor. | 100% |
| C2 | Clasifica las necesidades y deseos del consumidor, mediante el uso de modelos de comportamiento de compra. | 95% |
| C3 | Analiza los factores conductuales del consumidor en los que se apoya la investigación de mercado. | 92% |
| C4 | Evalúa la satisfacción del cliente para el desarrollo de estrategias de marketing efectivas. | 100% |

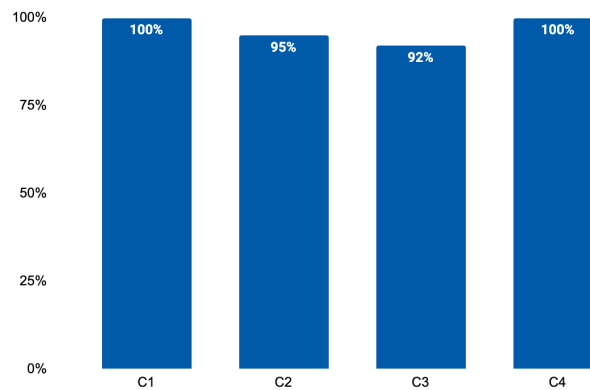
| CE | Componentes de CE2: Visión prospectiva del mercado | Resultados SEMI-2025 |
|----|--|----------------------|
| C1 | Identifica las variables en el comportamiento de un mercado. | 100% |
| C2 | Ejecuta una metodología efectiva para la recolección de datos del mercado. | 94% |
| C3 | Interpreta estudios de mercado basados en las tendencias y del comportamiento del consumidor. | 92% |
| C4 | Desarrolla informes con los datos obtenidos para facilitar la toma de decisiones de marketing. | 100% |

| CE | Componentes de CE3: Adaptabilidad | Resultados SEMI-2025 |
|----|---|----------------------|
| C1 | Identifica las variables que influyen en los cambios del mercado. | 100% |
| C2 | Clasifica estrategias de marketing que responden a las necesidades de las organizaciones. | 97% |
| C3 | Desarrolla soluciones estratégicas que respondan a las necesidades de los consumidores. | 92% |
| C4 | Evalúa los resultados de las soluciones propuestas. | 100% |

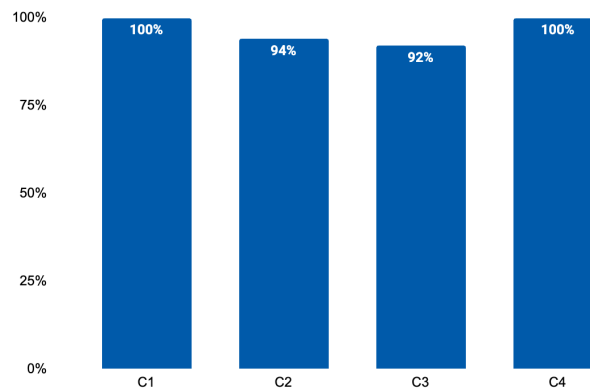
| CE | Componentes de CE4: Orientación a resultados | Resultados SEM1-2025 |
|----|--|----------------------|
| C1 | Identifica los indicadores de marketing orientados al logro de resultados. | 100% |
| C2 | Selecciona métodos de investigación. | 92% |
| C3 | Analiza los indicadores de resultados de la gestión de marketing. | 92% |
| C4 | Evalúa métricas y presupuestos de marketing. | 100% |

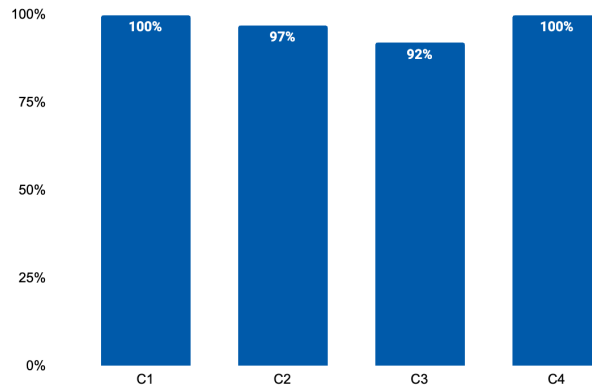
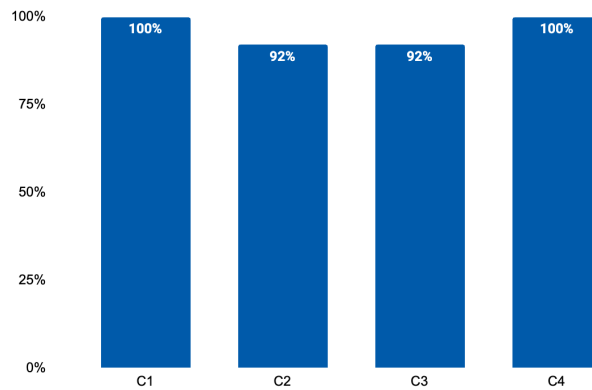
Presentación gráfica de los resultados alcanzados en las competencias transversales y sus componentes (Meta: al menos el 70% de los estudiantes alcanzan el nivel "logro aceptable")

CE1: Orientación al cliente y los consumidores



CE2: Visión prospectiva del mercado



CE3: Adaptabilidad

CE4: Orientación a resultados

Competencias transversales

Los resultados de la evaluación del perfil de egreso, respecto a las competencias transversales que va a adquirir el profesional en marketing son las siguientes:

| CE | Componentes de CTI: Pensamiento crítico | Resultados SEMI-2025 |
|----|--|----------------------|
| C1 | Identifica problemas o situaciones presentadas. | 50% |
| C2 | Interpreta información en diversos contextos. | 99% |
| C3 | Construye argumentos emitiendo juicios fundamentados. | 92% |
| C4 | Aplica soluciones viables en la resolución de problemas complejos. | 100% |

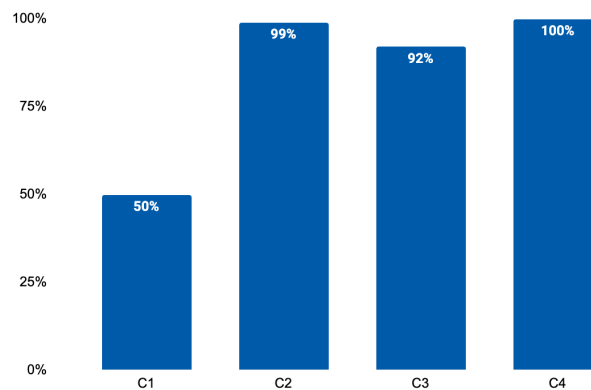
| CE | Componentes de CT2: Liderazgo y trabajo en equipo | Resultados SEMI-2025 |
|----|---|----------------------|
| C1 | Organiza equipos de trabajo colaborativo. | 50% |
| C2 | Asume compromisos con iniciativa y proactividad. | 95% |
| C3 | Desarrolla liderazgo colaborativo y cohesión grupal. | 92% |
| C4 | Lidera toma de decisiones éticas y resolución conjunta de conflictos. | 100% |

| CE | Componentes de CT3: Creatividad e innovación | Resultados SEMI-2025 |
|----|---|----------------------|
| C1 | Expresa ideas originales en contextos diversos. | 100% |
| C2 | Relaciona conceptos abordando problemas con originalidad. | 93% |
| C3 | Desarrolla una actitud abierta y flexible al cambio. | 92% |
| C4 | Implementa soluciones creativas con enfoque crítico. | 100% |

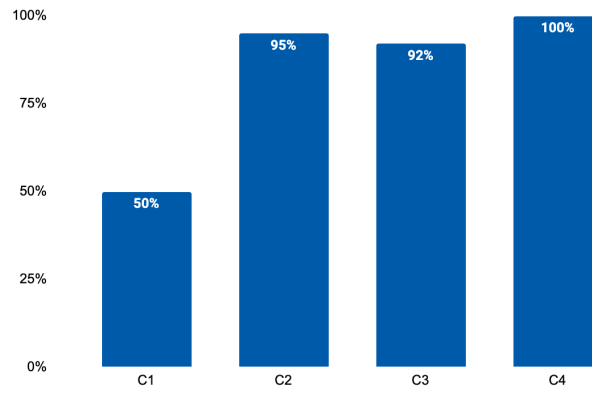
| CE | Componentes de CT4: Investigación | Resultados SEMI-2025 |
|----|--|----------------------|
| C1 | Identifica el problema de investigación. | 100% |
| C2 | Aplica el método de investigación. | 90% |
| C3 | Analiza los resultados de la investigación. | 92% |
| C4 | Elabora un informe final comunicando los resultados de la investigación. | 100% |

Presentación gráfica de los resultados alcanzados en las competencias transversales y sus componentes (Meta: al menos el 70% de los estudiantes alcanzan el nivel "logro aceptable")

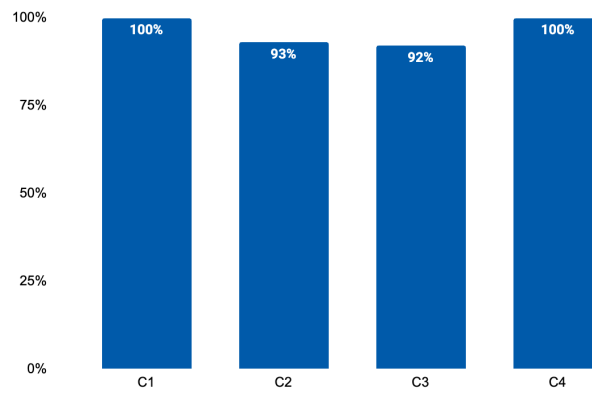
CTI: Pensamiento crítico



CT2: Liderazgo y trabajo en equipo



CT3: Creatividad e innovación



CT4: Investigación

