

Plan de marketing para la carrera Administración de Empresas en una Universidad del Ecuador

PROBLEMA

La institución pública de educación superior enfrenta un desafío crítico derivado de las restricciones presupuestarias y del proceso de admisión burocrático, que limitan su capacidad para satisfacer la creciente demanda de educación en áreas específicas.

OBJETIVO GENERAL

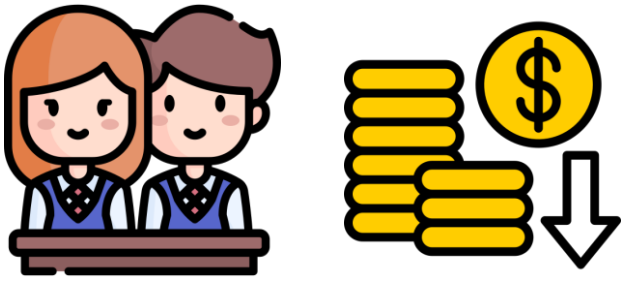
Diseñar un plan de marketing para la implementación de un nuevo programa de pregrado autofinanciado en una institución de educación superior del Ecuador, mediante el análisis interno y externo de la institución.

PROPUESTA



RESULTADOS

Sociodemográficos



66% (258 encuestados)

Motivación



43% (180 encuestados)

- ☒ Herramientas digitales
- ☒ Programas de innovación
- ☒ Contacto con la empresa

Tendencias	Modalidad	Necesario
- Convenios y pasantías internacionales. - Contacto y vinculación con la empresa.	- Híbrida. - Práctica en la carrera. - Horarios flexibles.	- Cursos especializados. - Habilidades blandas.

CONCLUSIONES

- La universidad tiene fortalezas institucionales, pero enfrenta limitaciones financieras.
- Se diseñará un programa con una malla curricular actualizada y práctica, y un precio competitivo de \$5,000.00, junto con becas y planes de pago flexibles.
- Para los estudiantes el interés por carreras que les brinden oportunidades de trabajar y contacto con las empresas son de suma importancia.
- El uso de las herramientas digitales en el campo de la administración de empresas forma un buen perfil para los egresados.
- Se incluirán campañas digitales y redes sociales, y ajustes continuos para garantizar el éxito.