

	<p style="text-align: center;">FORMULACIÓN Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2018-2021 Plan Operativo Anual 2018 Planes Estratégicos de las Carreras</p>	<p style="text-align: center;">FPEDI-2018/2021- T3 20/09/2017</p> <p style="text-align: center;">FPEDI-2018/2021 TALLER RÉPLICA 03/10/2017</p>
---	--	--

EJES ESTRATÉGICOS	LOGROS
DOCENCIA	Incremento de docentes con maestrías a fin a la cátedra 100% de los docentes con título cuarto nivel
INVESTIGACIÓN	Participación de docentes en ponencias nacionales y extranjeros
	Participación de docentes en proyectos de investigación
	Publicación de artículos en revistas regionales
VINCULACIÓN	Participación de docentes en proyectos de vinculación
GESTIÓN	Convenios con empresas para prácticas, planificación, organización y ejecución de eventos académicos

Fuente: Registro del consenso del equipo de trabajo de la Carrera Licenciatura en Marketing conformado para el desarrollo del taller FPEDI-2018/2021-T3 del 20 de septiembre de 2017 y de los participantes del taller réplica del 3 de octubre de 2017.

	<p align="center">Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2018-2021 Plan Operativo Anual 2018 Planes Estratégicos de las Carreras</p>	<p align="center">FPEDI-2018/2021- T3 20/09/2017</p> <p align="center">FPEDI-2018/2021 TALLER RÉPLICA 03/10/2017</p>
---	---	--

CARRERA: LICENCIATURA EN MARKETING	
Análisis grupal Principales tendencias educativas que impactarían a la Carrera.	
ASPECTO	TENDENCIAS
Educación Superior	1. Aprendizaje colaborativo y cooperativo basado en el pensamiento crítico y resolución de problemas.
	2. Inclusión de estudiantes de diversidad cultural y capacidad especial con un nuevo enfoque pedagógico.
	3. Educación en línea
	4. Biblioteca Virtuales
	5. Intercambio del conocimiento
	6. Convenios interinstitucionales
	7. Participación de organismos internacionales en otorgamientos de becas
	8. Cambios conductuales en preferencia de horario de clase, de nocturna a matutina
	9. Oferta de carreras en línea
	10. Videos tutoriales
	11. Redes sociales (Enseñanza – Aprendizaje)
	12. Incentivos a proyectos de investigación pertinentes a la sociedad
	13. Rediseño de espacios aprendizajes (simuladores de negocios)

Fuente: Resultado del consenso del equipo de trabajo de la Carrera Licenciatura en Marketing conformado para el desarrollo del taller FPEDI-2018/2021-T3 del 20 de septiembre de 2017 y de los participantes del taller réplica del 3 de octubre de 2017.

CARRERA: LICENCIATURA EN MARKETING

CRITERIO GRUPAL

¿Cuál debería ser el cambio estratégico de la Carrera al 2021?

EJES ESTRATÉGICOS	DE 2018	A 2021
DOCENCIA	1. Asesorías virtuales	1. Clases en línea
	2. Dirección y participación de un proyecto en marketing.	2. Dirección y participación de tres proyectos en marketing.
	3. Establecer alianzas para intercambios colectivos académicos, metodologías y experiencias de enseñanza.	3. Intercambios colectivos académicos, metodologías y experiencias de enseñanza.
INVESTIGACIÓN	1. Participación en congresos nacionales e internacionales.	1. Dirección o participación en colectivos académicos de debate para la presentación de avances y resultados de investigación.
	2. Establecer alianzas con instituciones privadas para desarrollar proyectos de estudios de mercado	2. Dirección y participación en proyectos financiados por empresas particulares.
VINCULACIÓN	1. Dirección y participación de un proyecto de vinculación	1. Vinculación con la sociedad a través de proyectos de investigación e innovación con fines empresariales.
GESTIÓN	1. Organización o dirección de eventos académicos nacionales e internacionales	1. Contar con revista especializada
		2. Diseñar proyectos de programas de posgrado en marketing

Fuente: Resultado del consenso del equipo de trabajo de la Carrera Licenciatura en Marketing conformado para el desarrollo del taller FPEDI-2018/2021-T3 del 20 de septiembre de 2017 y de los participantes del taller réplica del 3 de octubre de 2017

CRITERIO GRUPAL	
¿Cuáles son los principales desafíos de la Carrera al 2030?	
EJES ESTRATÉGI COS	DESAFÍOS
DOCENCIA	1. 20% docentes con grado académico Ph.D
INVESTIGACIÓN	1. Publicación de libros
	2. Contar con comités científicos
	3. Revista especializada en marketing
	4. Integrarse en los colectivos de investigación
	5. Publicación en revistas de alto impacto
VINCULACIÓN	1. Consultorías empresariales en marketing
GESTIÓN	1. Alianza estratégica con empresas nacionales e internacionales

Fuente: Resultado del consenso del equipo de trabajo de la Carrera Licenciatura en Marketing conformado para el desarrollo del taller FPEDI-2018/2021-T3 del 20 de septiembre de 2017 y de los participantes del taller réplica del 3 de octubre de 2017.

CRITERIO GRUPAL

Considere que el grupo es el responsable de la carrera:

1. ¿Qué le pedirían a la UNEMI para cubrir las necesidades de la carrera?
2. ¿Qué compromisos asumirían con la carrera a partir de los requerimientos realizados?

Requerimientos/necesidades de la Carrera	Compromisos con la Carrera
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para docentes en programas de especialización afín a la cátedra 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad del proceso de enseñanza – aprendizaje • Actualización de programas analíticos
<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con empresas para prácticas pre-profesionales para que se desarrollen específicamente en el área de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofertar profesionales más competitivos en su campo laboral.
<ul style="list-style-type: none"> • Laboratorio de simulación de negocios (infraestructura, hardware, software) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad del proceso de enseñanza – aprendizaje • Ofertar profesionales más competitivos en su campo laboral.
<ul style="list-style-type: none"> • Becas docentes para estudios doctorales 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar mayor producción científica
<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento para eventos académicos y científicos, proyectos de investigación y vinculación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Congresos nacionales e internacionales, proyectos de investigación y vinculación
<ul style="list-style-type: none"> • Aulas para clases con su respectivo equipamiento mobiliario y tecnológico 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad del proceso de enseñanza – aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en idiomas extranjero para docentes de la carrera 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad del proceso de enseñanza – aprendizaje • Ofertar profesionales más competitivos en su campo laboral. • Actualización de programas analíticos
<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje técnico del idiomas ingles en los estudiantes de la carrera 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofertar profesionales más competitivos en su campo laboral.
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la planta docente titular de la carrera 	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditar la carrera
<ul style="list-style-type: none"> • Centro de Consultorías empresariales en marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la vinculación con la comunidad empresarial

Fuente: Resultado del consenso del equipo de trabajo de la Carrera Licenciatura en Marketing conformado para el desarrollo del taller FPEDI-2018/2021-T3 del 20 de septiembre de 2017 y de los participantes del taller réplica del 3 de octubre de 2017.