



INFORME DE RESULTADOS

**UNIDAD DE SEGUIMIENTO A
GRADUADOS**

**FACULTAD DE MARKETING Y
COMUNICACIÓN**

Diciembre 2014

PROCESO DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS

1. Metodología utilizada

La unidad de seguimiento a graduados utiliza los medios de comunicación y Tecnologías de Información (TICS) disponibles para sistematizar y dinamizar el proceso, como son el Correo electrónico, Comunicación telefónica (Fija o Celular) y Redes Sociales, cumpliendo las siguientes actividades:

- 📌 Promover de manera permanente a través de redes sociales o medios de comunicación, la actualización de datos de los graduados.
- 📌 Gestionar que todos los graduados de la Universidad ECOTEC, completen la encuesta de seguimiento a graduados, disponible en el sitio web.
- 📌 Realizar un seguimiento periódico a los graduados con la finalidad de actualizar la información relacionada con su actividad laboral.
- 📌 Fomentar la participación de los graduados en los eventos, conferencias y diferentes actividades institucionales.
- 📌 Informar a los graduados de los convenios interinstitucionales que mantiene la Universidad ECOTEC, así como de los servicios disponibles como la Banca laboral para los graduados que no se encuentren laboralmente activos.

La encuesta utilizada como método de recolección de datos, la misma que se actualizo con la finalidad de abarcar más aspectos que permitan conocer la trayectoria profesional del graduado, analizar sus competencias adquiridas, su percepción acerca de la Universidad, recursos, docentes y calidad de educación, así como preferencias de estudios de postgrado. La encuesta está ubicada en el sitio web de la Universidad ECOTEC: <http://alumni.ECOTEC.edu.ec/login>.

Una vez culminado el periodo de gestión, la información es procesada a través de la herramienta informática de la Universidad ECOTEC, alojada en un repositorio de su propiedad desde la cual pueden acceder las autoridades como decanos, encargados etc. La

herramienta permite procesar la información para obtener los informes y estadísticas necesarias para optimizar y mejorar la oferta académica, actualizar o reformar si las autoridades lo estiman pertinente, para garantizar que los graduados de la Universidad ECOTEC, cuenten con las competencias básicas y profesionales requeridas por el mercado laboral, e indispensables para elevar las oportunidades laborales de nuestros graduados.

El análisis de los informes y estadísticas de los resultados del proceso de seguimiento a graduados es entregado a las autoridades de la Universidad ECOTEC como son Rectorado, Vicerrectorado, y la Dirección de Planificación Institucional; y posterior a su aprobación son publicados en el sitio web de la universidad ECOTEC.

UNIDAD DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS

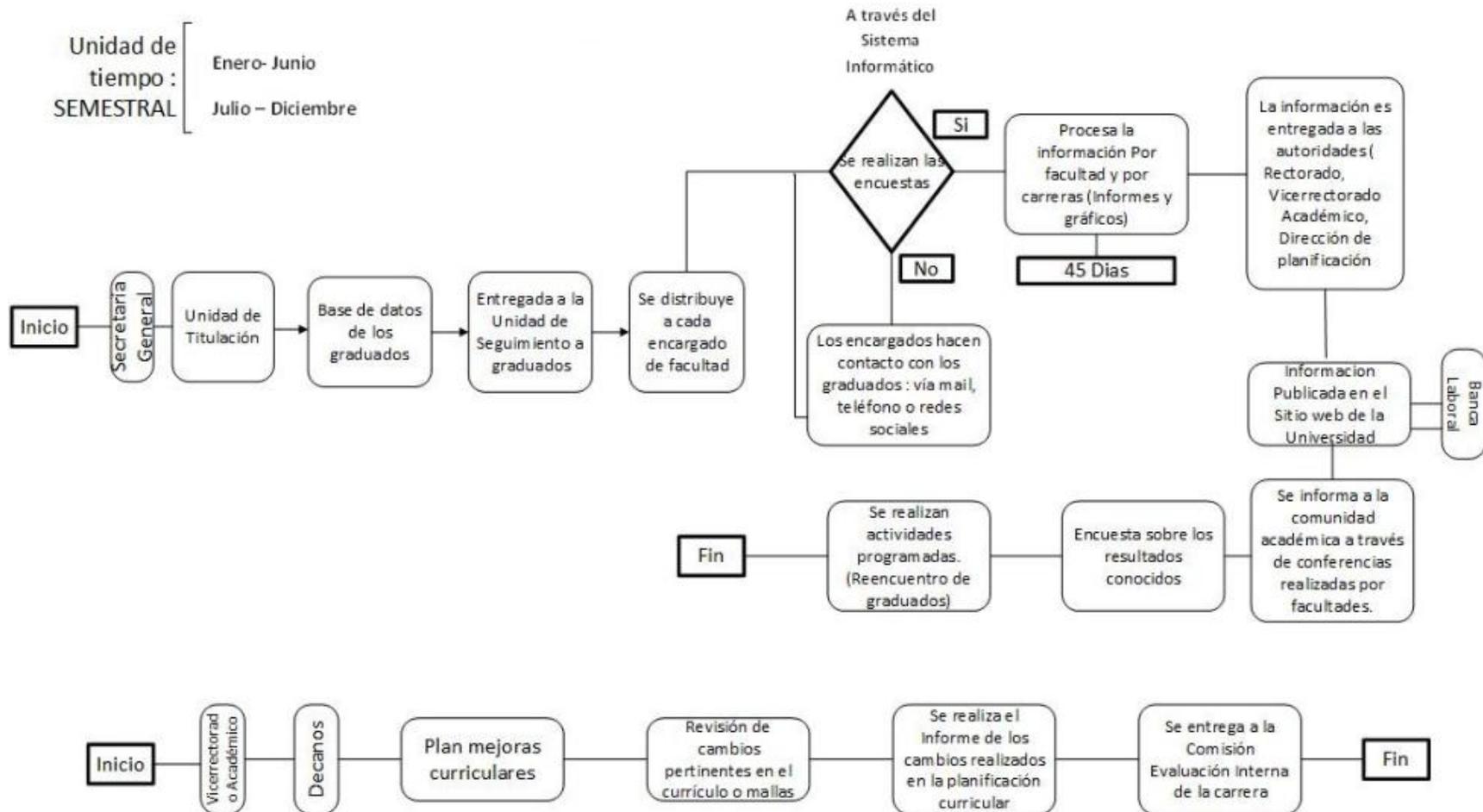


Figura Nº. 1. Diagrama de Flujo de procesos de la Unidad de Seguimiento a graduados



**FACULTAD DE MARKETING Y
COMUNICACIÓN**

**PRESENTACIÓN DE
RESULTADOS DE LA
FACULTAD**

Diciembre 2014

Antecedentes

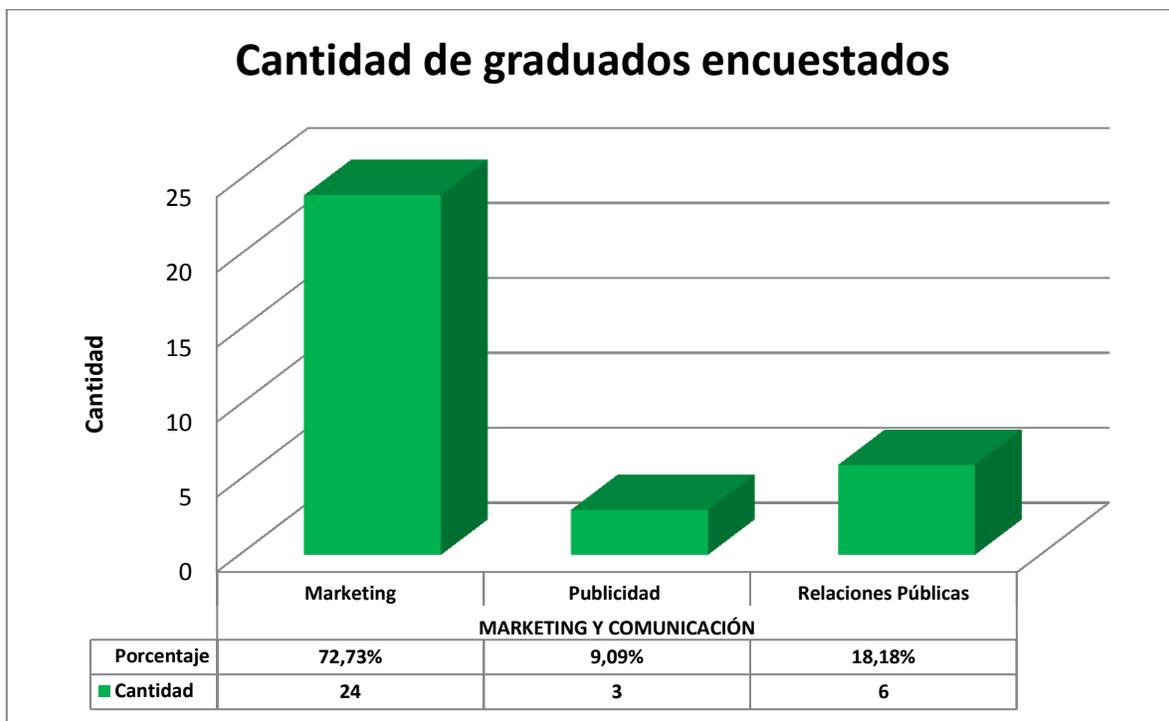
En el segundo proceso de seguimiento a graduados (Diciembre 2014), la facultad de Marketing y Comunicación graduó a 34 estudiantes en total, desglosados de la siguiente manera:

Carreras	Cantidad
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	24
MARKETING	24
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN	10
PUBLICIDAD	4
RELACIONES PÚBLICAS	6
Total general	34

1. Información general

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Gráfica 1: "Cantidad de Encuestados"
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Cantidad	Porcentaje
MARKETING Y COMUNICACIÓN	33	100,00%
Marketing	24	72,73%
Publicidad	3	9,09%
Relaciones Públicas	6	18,18%
Total general	33	100,00%



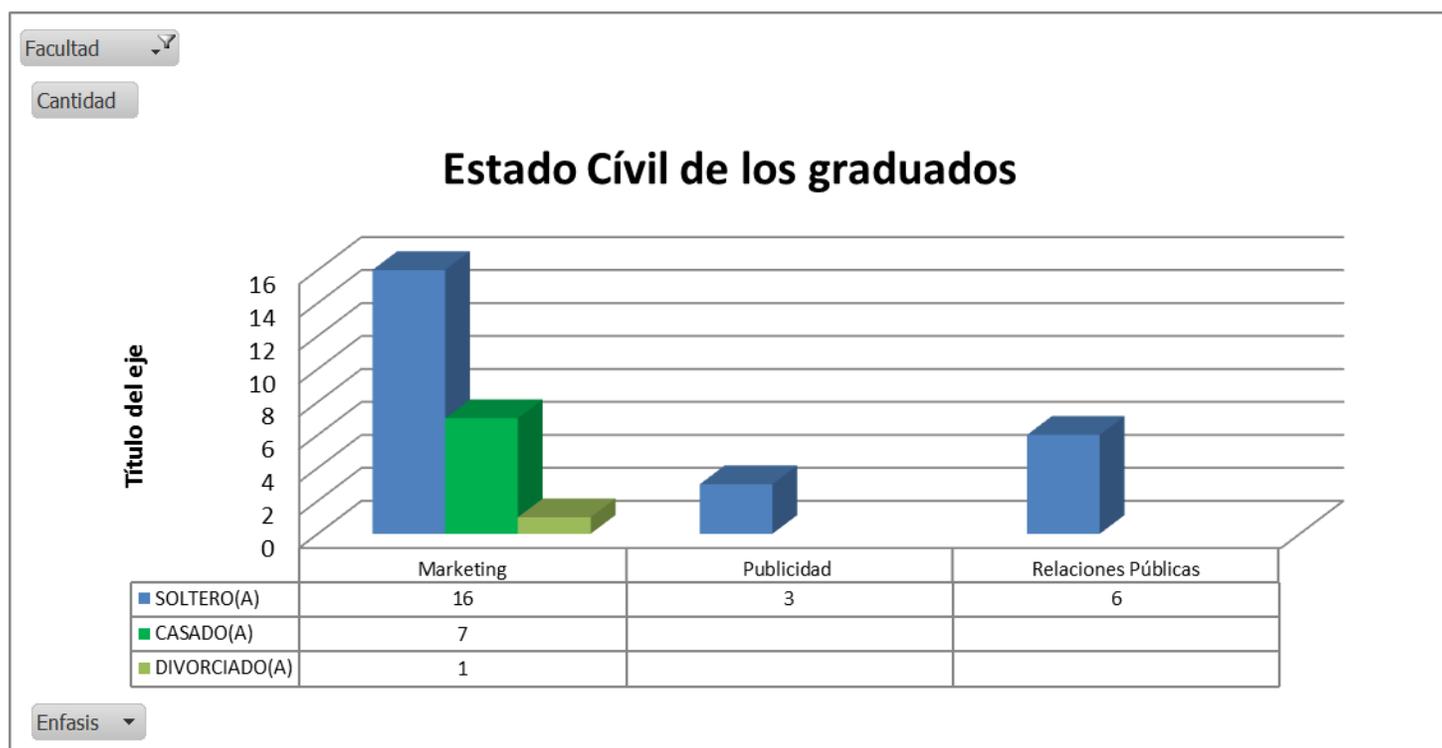
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 72% de los graduados de la facultad de Marketing y Comunicación son de la carrera de Marketing mientras que el 9% son de Publicidad y RRPP el 18%, mientras que Comunicación Empresarial no cuenta con graduados.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 2: “Estado Civil de los graduados encuestados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	SOLTERO(A)		CASADO(A)		DIVORCIADO(A)		Total	Total
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
MARKETING Y COMUNICACIÓN	25	75,76%	7	21,21%	1	3,03%	33	100,00%
Marketing	16	48,48%	7	21,21%	1	3,03%	24	72,73%
Publicidad	3	9,09%		0,00%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	6	18,18%		0,00%		0,00%	6	18,18%
Total general	25	75,76%	7	21,21%	1	3,03%	33	100,00%



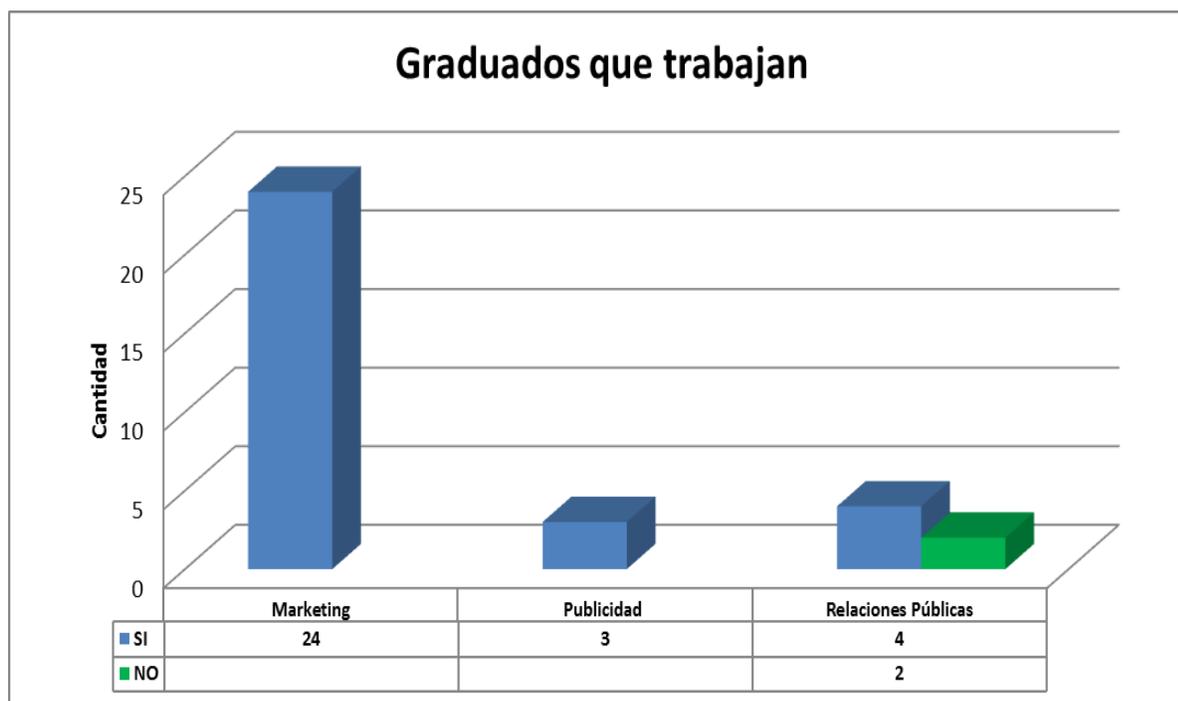
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 75% de los graduados son solteros que representa a 25 encuestados, mientras que el 21% (7) representa a casados y 1 es divorciado.

Situación laboral actual

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 3: “Cantidad de Graduados que trabajan actualmente”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Situación laboral				Total Cantidad	Total Porcentaje
	SI		NO			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNI	31	93,94%	2	6,06%	33	100,00%
Marketing	24	72,73%	0	0,00%	24	72,73%
Publicidad	3	9,09%	0	0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	4	12,12%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	31	93,94%	2	6,06%	33	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

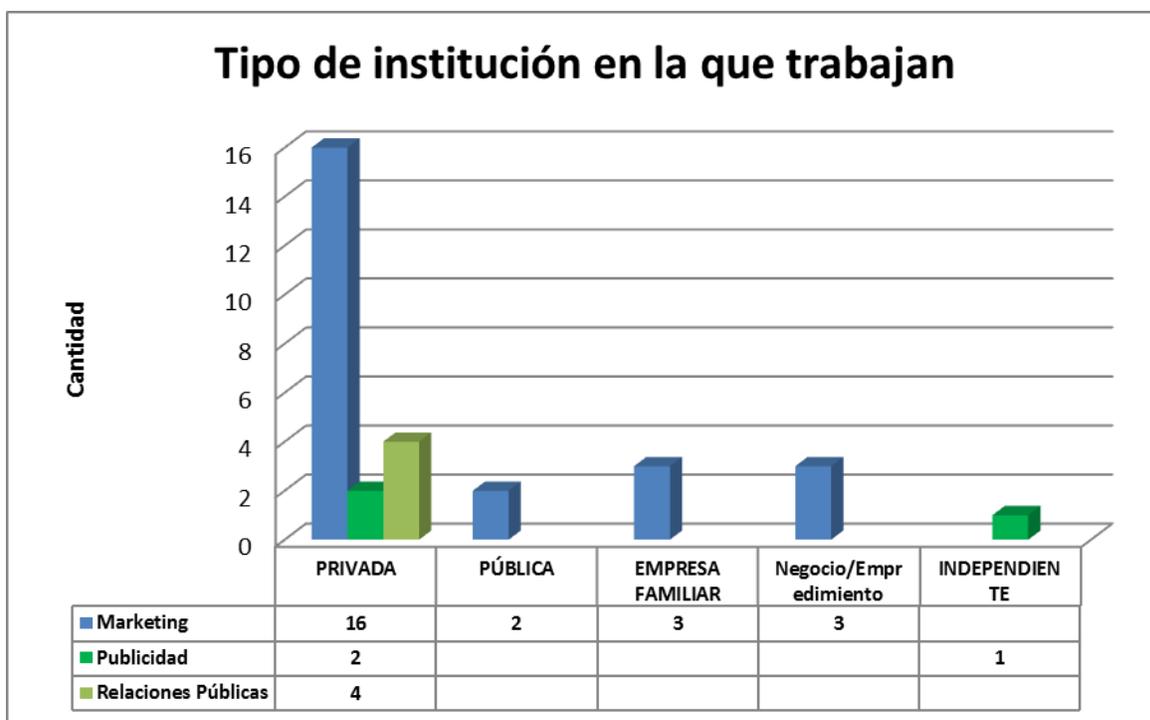
El 93% de los graduados de la facultad d Marketing y Comunicación que representa a 31 encuestados está laborando actualmente, mientras que el 6% (2) no se encuentra laborando.

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 4: “Tipo de institución en la que trabajan los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad MARKETING COMUNICACIÓN

Tipo Empresa	Carreras						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
PRIVADA	16	52%	2	6%	4	13%	22	71%
PÚBLICA	2	6%		0%		0%	2	6%
EMPRESA FAMILIAR	3	10%		0%		0%	3	10%
Negocio/Empredimiento	3	10%		0%		0%	3	10%
INDEPENDIENTE		0%	1	3%		0%	1	3%
Total general	24	77%	3	10%	4	13%	31	100%



Fuente: USG

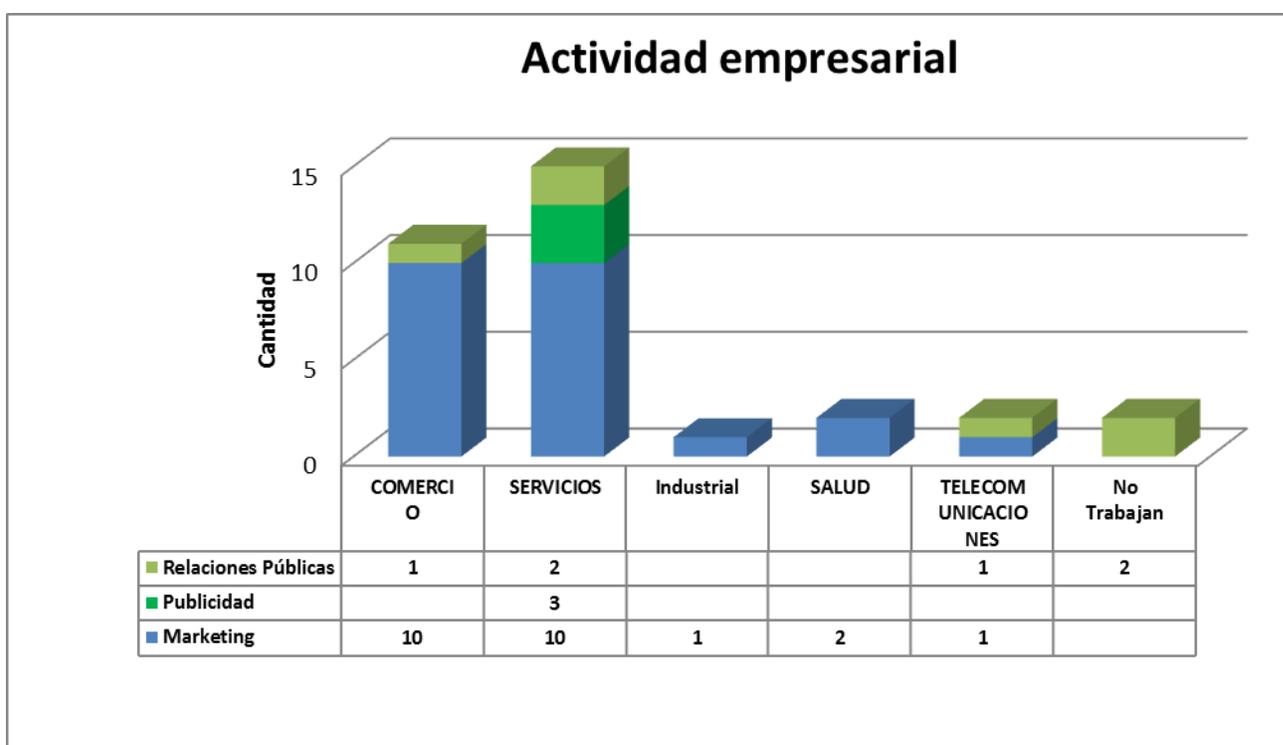
Elaborado por: USG

El 71% de los graduados (22) laboran en el sector privado, el 10% tienen negocio propio o familiar, el 6% laboran en el sector público y el 1% son independiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 5: “Actividad económica de la empresas”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad

Actividad Empresarial	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
COMERCIO	10	30%		0%	1	3%	11	33%
SERVICIOS	10	30%	3	9%	2	6%	15	45%
Industrial	1	3%		0%		0%	1	3%
SALUD	2	6%		0%		0%	2	6%
TELECOMUNICACIONES	1	3%		0%	1	3%	2	6%
No Trabajan		0%		0%	2	6%	2	6%
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%



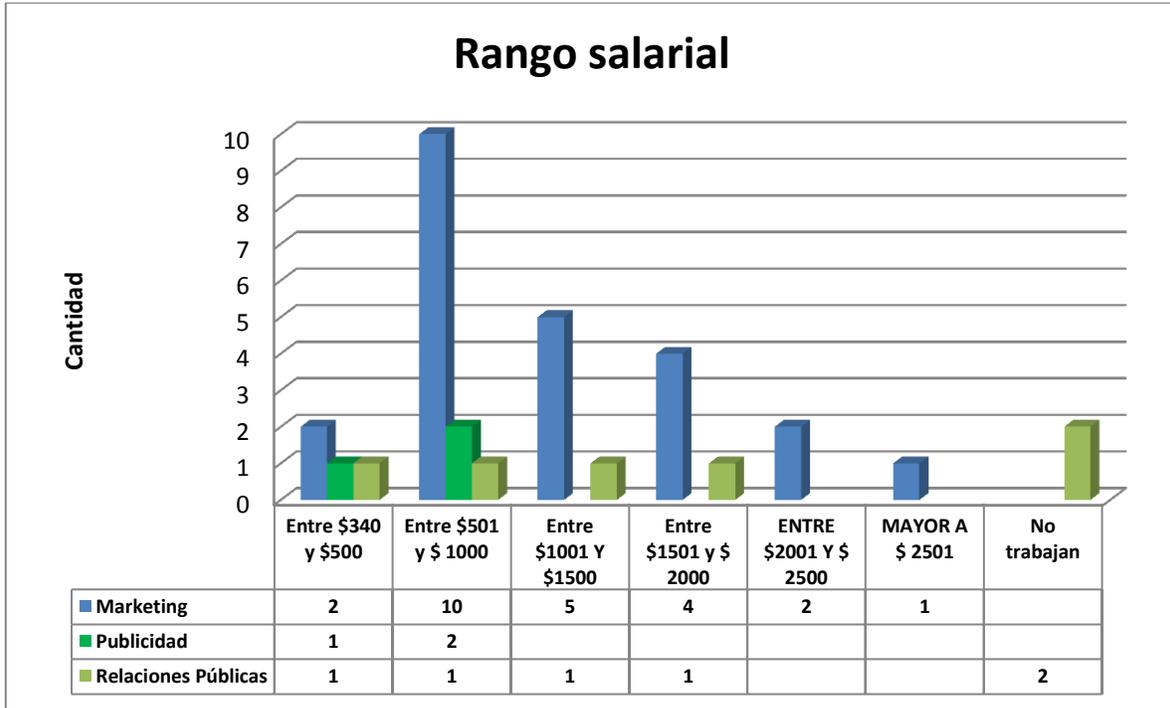
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 49% de los encuestados (15) laboran en empresas de servicio, el 33% (11) laboran en el sector comercial, y el 6% (2) laboran en salud y telecomunicaciones, y el otro 6% no labora.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 6: “Rango salarial”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad

Rango Salarial	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Entre \$340 y \$500	2	6,06%	1	3,03%	1	3,03%	4	12,12%
Entre \$501 y \$ 1000	10	30,30%	2	6,06%	1	3,03%	13	39,39%
Entre \$1001 Y \$1500	5	15,15%		0,00%	1	3,03%	6	18,18%
Entre \$1501 y \$ 2000	4	12,12%		0,00%	1	3,03%	5	15,15%
ENTRE \$2001 Y \$ 2500	2	6,06%		0,00%		0,00%	2	6,06%
MAYOR A \$ 2501	1	3,03%		0,00%		0,00%	1	3,03%
-		0,00%		0,00%	2	6,06%	2	6,06%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



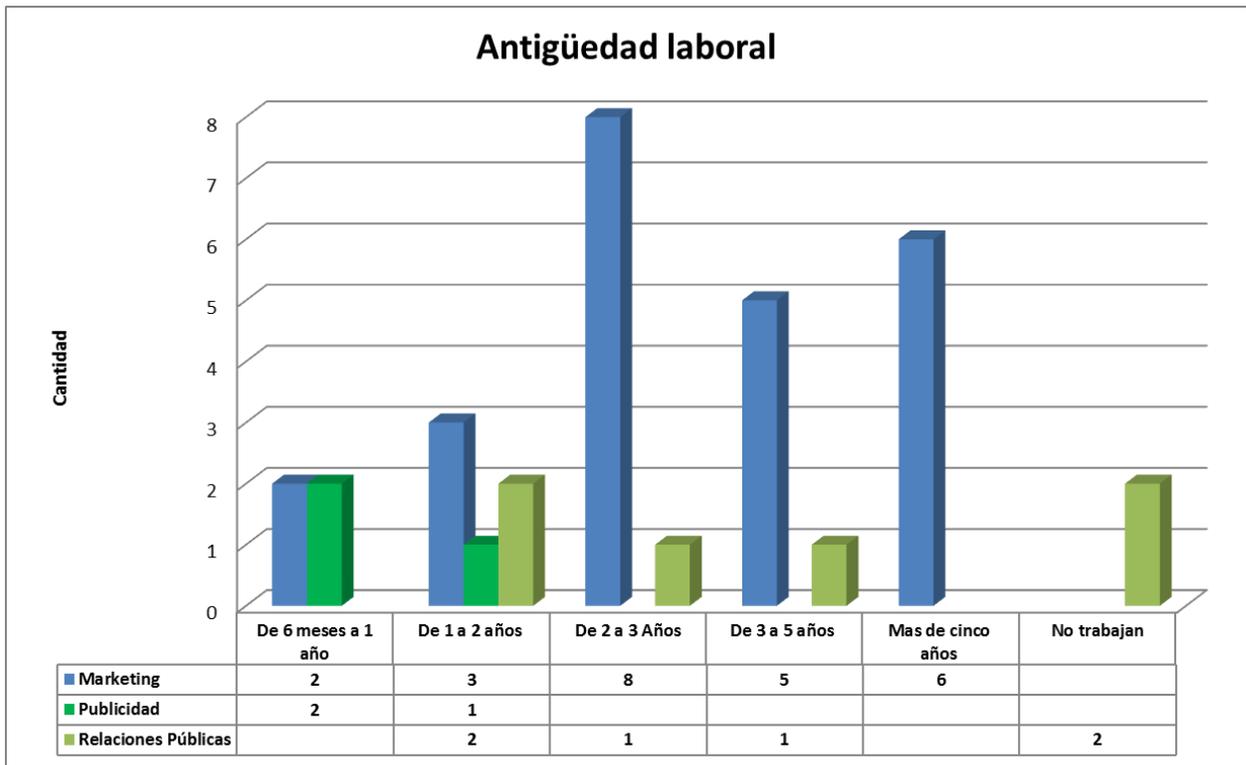
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 39% de los graduados (13) ganan sueldos de 501 – 1000, el 18% (6) ganan de 1001 – 1500, el 15% (5) ganan de 1501- 2000, el 12% (4) gana de 340 – 500, el 6% está dividido entre sueldos de 2001 – 2500 y que no laboran, mientras que el 3% (1) gana más de 2501.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 7: “Antigüedad laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Antigüedad	Carreras						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
De 6 meses a 1 año	2	6,06%	2	6,06%		0,00%	4	12,12%
De 1 a 2 años	3	9,09%	1	3,03%	2	6,06%	6	18,18%
De 2 a 3 Años	8	24,24%		0,00%	1	3,03%	9	27,27%
De 3 a 5 años	5	15,15%		0,00%	1	3,03%	6	18,18%
Mas de cinco años	6	18,18%		0,00%		0,00%	6	18,18%
No trabajan		0,00%		0,00%	2	6,06%	2	6,06%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

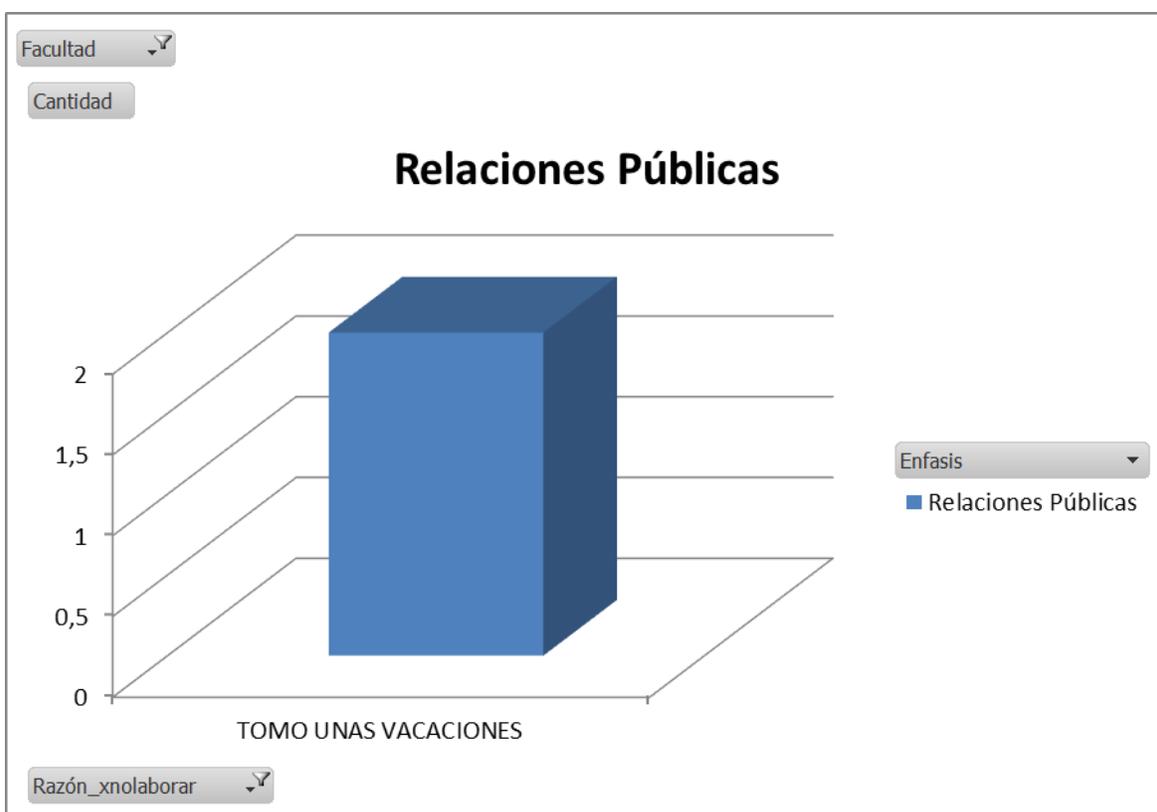
El 27% de los graduados (9) labora de 2 a 3 años, el 18% (6) tiene laborando de 1 a 2 años, de 3 a 5 años y más de 5 años respectivamente, el 12% (4) tiene de 6 meses a 1 año laborando y el 2% no trabaja.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 8: “Razones por la que no laboran”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad

MARKETING Y COMUNICACIÓN

	Carreras		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Relaciones Públicas			
Razones por las que no laboran	Cantidad	Porcentaje		
TOMO UNAS VACACIONES	2	100%	2	100%
Total general	2	100%	2	100%



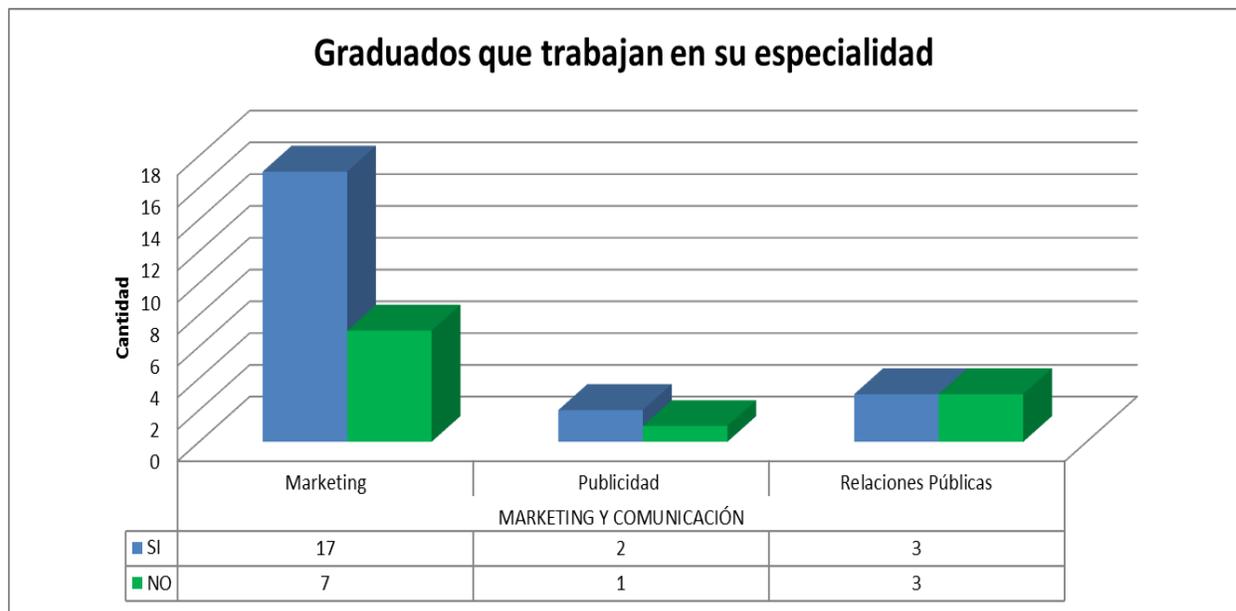
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los encuestados dice que no labora actualmente porque tomó unas vacaciones.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 9: “Cantidad de graduados que trabajan en su especialidad”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación				Total Cantidad	Total Porcentaje
	SI		NO			
	Cantidad	Porcenta	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	22	66,67%	11	33,33%	33	100,00%
Marketing	17	51,52%	7	21,21%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%	3	9,09%
Relaciones Públicas	3	9,09%	3	9,09%	6	18,18%
Total general	22	66,67%	11	33,33%	33	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% de los graduados (22) laboran en su especialidad mientras que el 33% (11) no lo hace.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 10: “Categorías ocupacionales de los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Etiquetas de columna		TRABAJA EN UNA ACTIVIDAD DISTINTA A SU PROFESIÓN		EN EL LIBRE EJERCICIO DE SU PROFESION		INDEPENDIENTE, PERO AJENA A SU PROFESION		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	19	79,17%	2	8,33%	1	4,17%	2	8,33%	24	100,00%
Marketing	15	62,50%	2	8,33%		0,00%	1	4,17%	18	75,00%
Publicidad	1	4,17%		0,00%	1	4,17%		0,00%	2	8,33%
Relaciones Públicas	3	12,50%		0,00%		0,00%	1	4,17%	4	16,67%
Total general	19	79,17%	2	8,33%	1	4,17%	2	8,33%	24	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 79% de los graduados (19) trabajan en su profesión, el 8% labora en una actividad distinta a su profesión e independiente, mientras que el 4% (1) laboran en el libre ejercicio.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 11: “Razones por las que no trabajan en su especialidad”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	FALTA FUENTES DE TRABAJO		ME GUSTAN OTRAS ACTIVIDADES		MOTIVOS ECONÓMICOS		Otros		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2	25,00%	1	12,50%	3	37,50%	2	25,00%	8	100,00%
Marketing	2	25,00%	1	12,50%	1	12,50%	1	12,50%	5	62,50%
Publicidad		0,00%		0,00%	1	12,50%		0,00%	1	12,50%
Relaciones Públicas		0,00%		0,00%	1	12,50%	1	12,50%	2	25,00%
Total general	2	25,00%	1	12,50%	3	37,50%	2	25,00%	8	100,00%

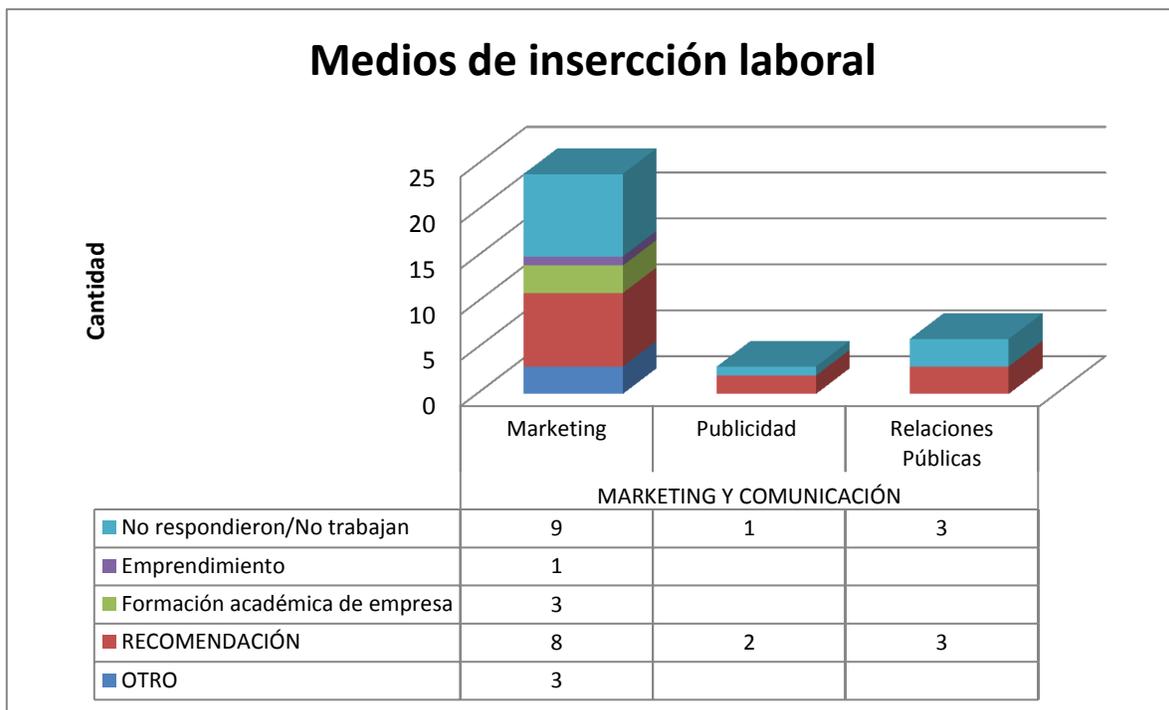


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 37% de los graduados (3) no laboran en su profesión por motivos económicos, mientras que el 25% (2) por falta de fuentes de trabajo y otros motivos, mientras que el 12% (1) le gusta otra actividad.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 12: “Medios de Inserción laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Cantidad	Medio de					
Facultades	OTRO	COMENDACIÓN académica	Emprendimiento	Formación académica de empresa	No respondieron/No trabajan	Total general
MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	13	3	1	13	33
Marketing	3	8	3	1	9	24
Publicidad		2			1	3
Relaciones Públicas		3			3	6
Total general	3	13	3	1	13	33



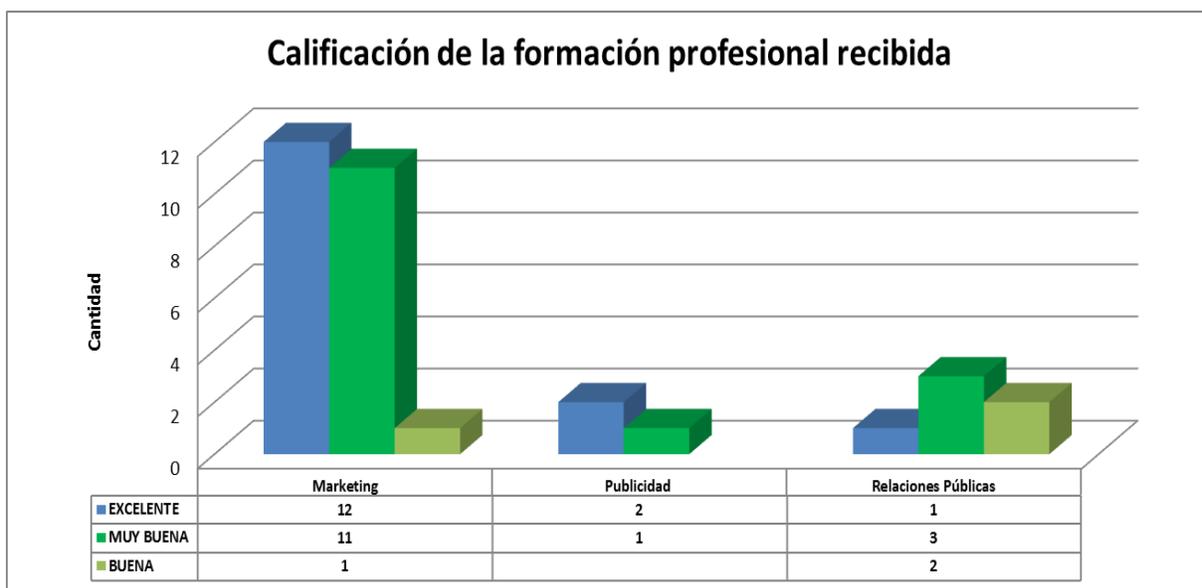
Fuente: USG
Elaborado por: USG

13 graduados no respondieron, también los que no trabajan y los que entraron por una recomendación, 3 de ellos por otros medios y por formación académica de la empresa y 1 por medio del emprendimiento.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 13: “Calificación de su formación profesional”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	EXCELENTE		MUY BUENA		BUENA			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Marketing	12	36,36%	11	33,33%	1	3,03%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%	0	0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	1	3,03%	3	9,09%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	15	45,45%	15	45,45%	3	9,09%	33	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

La calificación de los estudiantes fue del 45% (15) fue excelente al igual que el muy bueno y el 9% (3) dijo que buena.

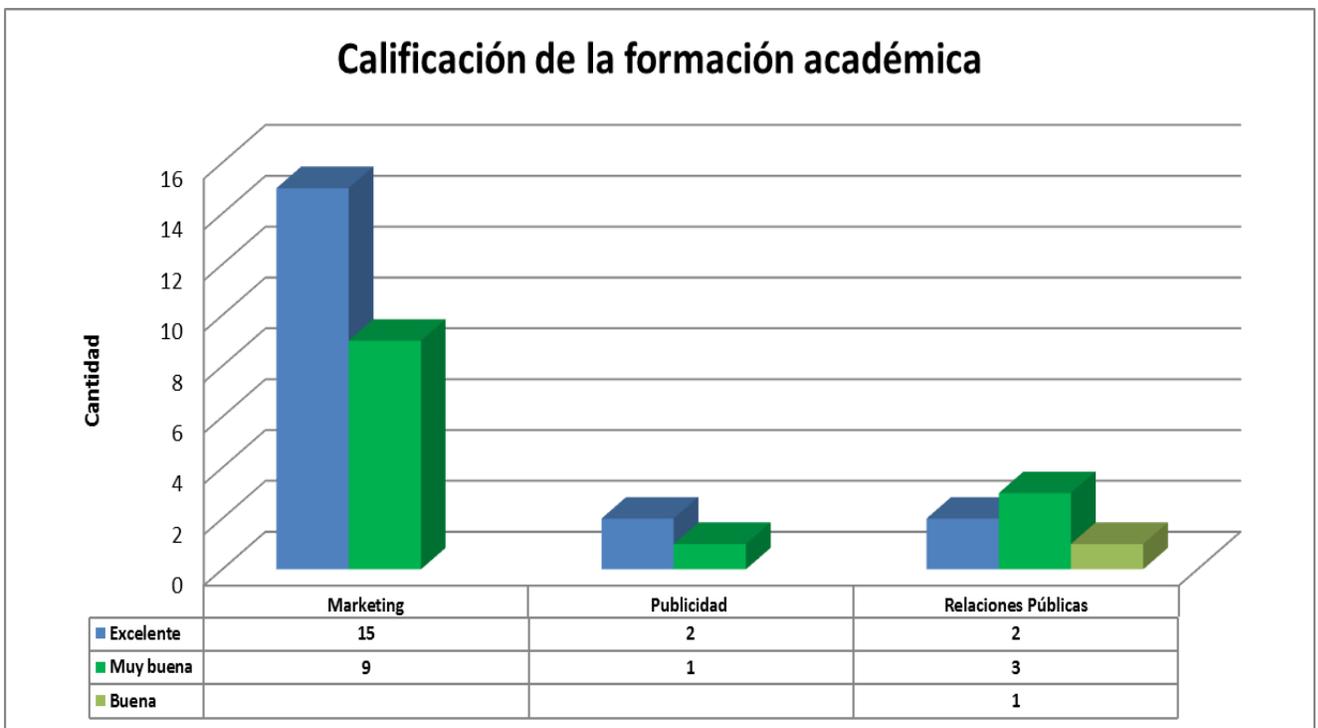
2. Percepción de su formación académica

Facultad Marketing y Comunicación Tabla y Grafico No. 14: “Calificación de la formación académica recibida en la U. Ecotec”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

CARRERAS	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Excelente		Muy buena		Buena			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Marketing	15	45,45%	9	27,27%	0,00%	24	72,73%	
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%	0,00%	3	9,09%	
Relaciones Pública	2	6,06%	3	9,09%	1	3,03%	6	18,18%
Total general	19	57,58%	13	39,39%	1	3,03%	33	100,00%



Fuente: USG

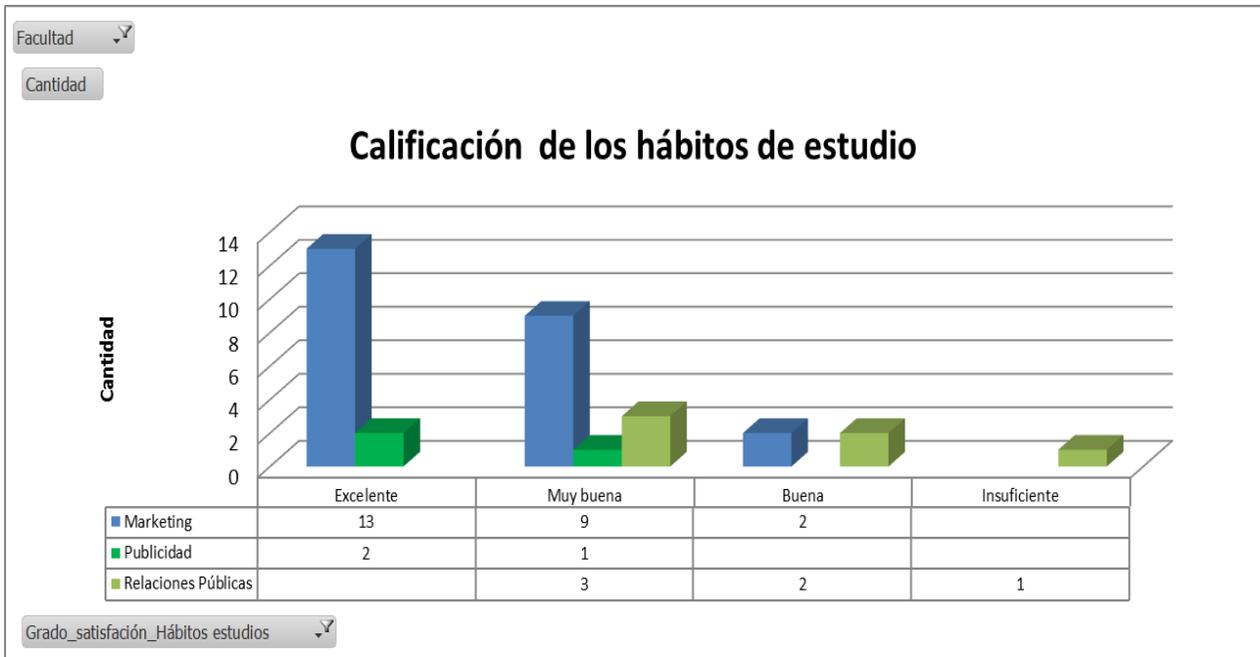
Elaborado por: USG

La formación académica de los graduados fue del 57% (19) excelente, mientras que el 39% (13) fue muy buena y el 3% (1) dijo que fue buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 15: “Calificación de los hábitos de estudio”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING** COMUNICACIÓN

Carreras	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	13	39,39%	2	6,06%		0,00%	15	45,45%
Muy buena	9	27,27%	1	3,03%	3	9,09%	13	39,39%
Buena	2	6,06%		0,00%	2	6,06%	4	12,12%
Insuficiente		0,00%		0,00%	1	3,03%	1	3,03%
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%

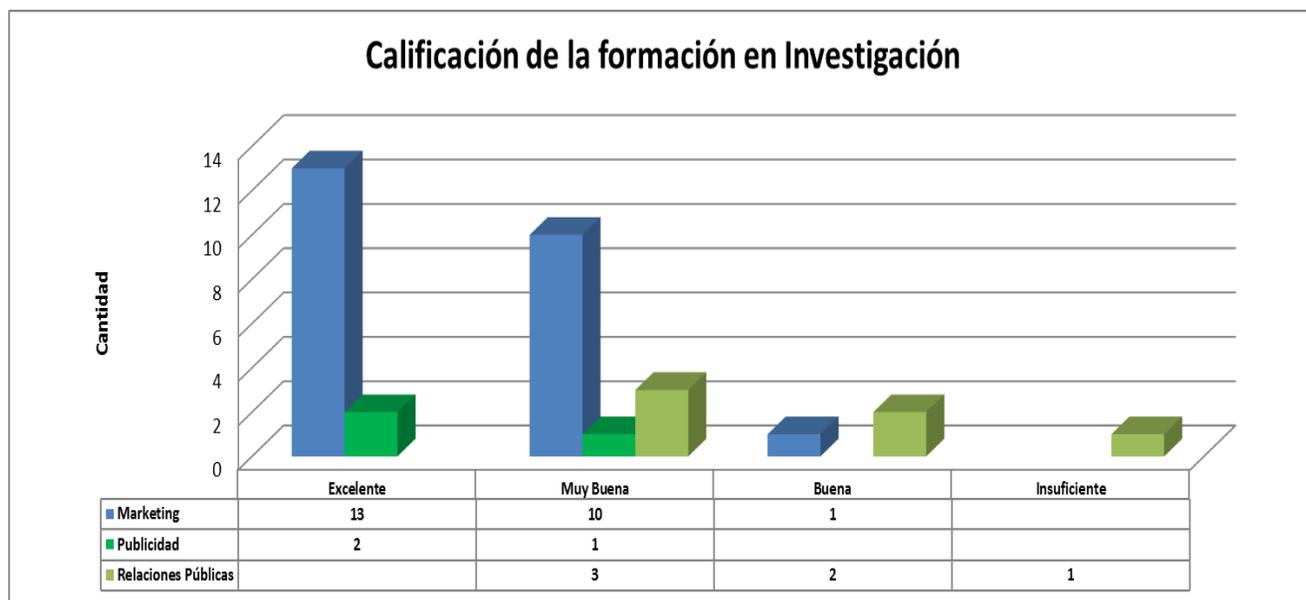


Fuente: USG
Elaborado por: USG

Los hábitos de estudio de los graduados representa el 45% (15) excelente, mientras que el 39% (13) dice que es muy buena, el 12% (4) fue buena, y el 3% (1) fe insuficiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 16: “Calificación de la Formación en Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN								
Calificación	Carreras		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje				
	Excelente	13	39%	2	6%		0%	15	45%	
Muy Buena	10	30%	1	3%	3	9%	14	42%		
Buena	1	3%		0%	2	6%	3	9%		
Insuficiente		0%		0%	1	3%	1	3%		
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%		



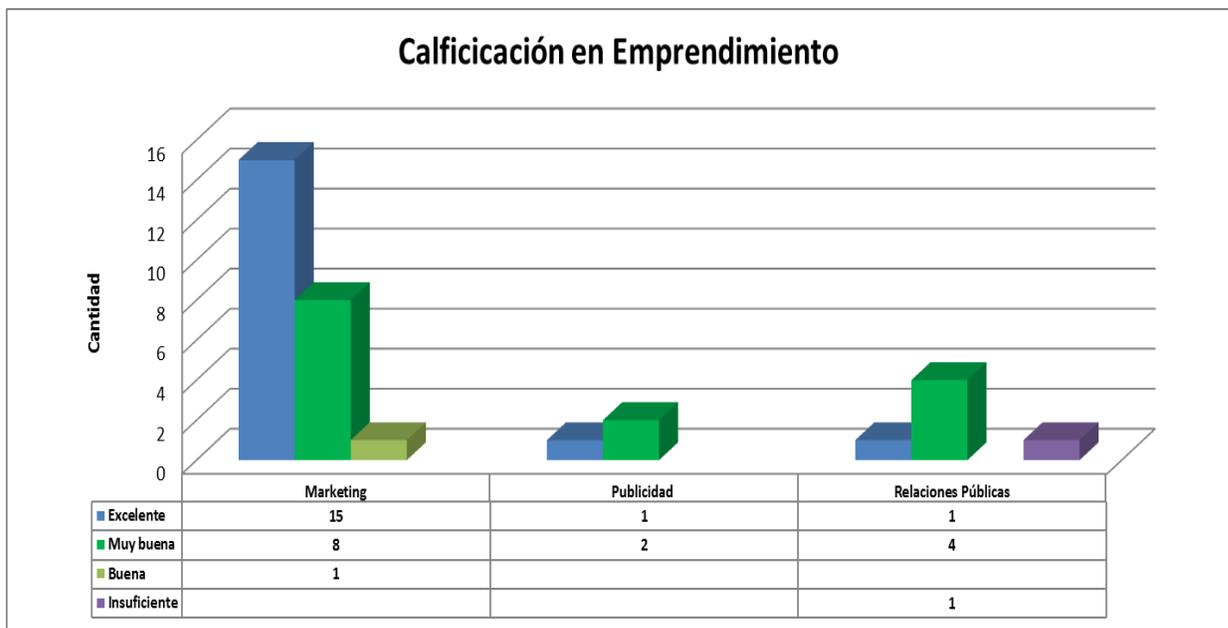
Fuente: USG
Elaborado por: USG

La calificación de investigación los graduados dijo que el 45% (15) le pareció excelente, mientras que el 42% (14) dijo que fue muy buena, el 9% (3) fue buena y el 3% (1) fue insuficiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 17: “Calificación de la formación en Emprendimiento”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación							
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	15	45,45%	1	3,03%	1	3,03%	17	51,52%
Muy buena	8	24,24%	2	6,06%	4	12,12%	14	42,42%
Buena	1	3,03%		0,00%		0,00%	1	3,03%
Insuficiente		0,00%		0,00%	1	3,03%	1	3,03%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

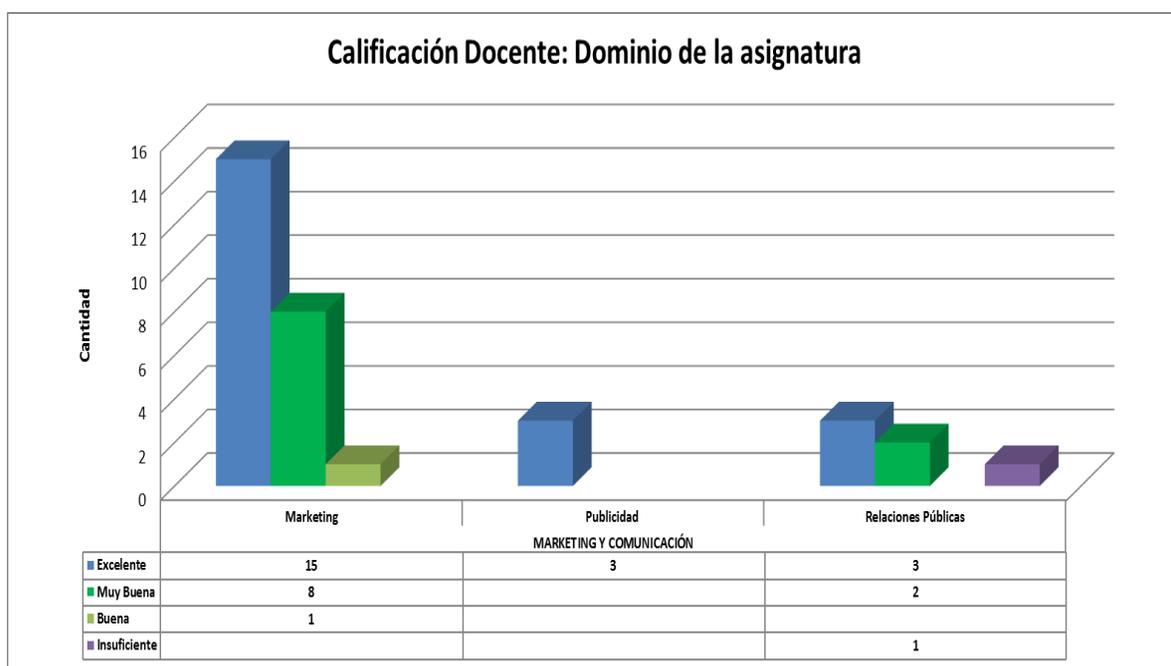
La calificación de emprendimiento el 51% (17) dijo que fue excelente, el 42% (14) dijo que fue muy buena y el 3% dijo que fue buena e insuficiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 18: “Calificación de los docentes: Dominio de la asignatura”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación							
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	15	45,45%	3	9,09%	3	9,09%	21	63,64%
Muy Buena	8	24,24%		0,00%	2	6,06%	10	30,30%
Buena	1	3,03%		0,00%		0,00%	1	3,03%
Insuficiente		0,00%		0,00%	1	3,03%	1	3,03%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 63% (21) de los graduados dijo que el dominio de la asignatura pro parte de los docentes fue excelente, mientras que el 30% (10) fue muy bueno y el 3% (1) fue bueno e insuficiente respectivamente.

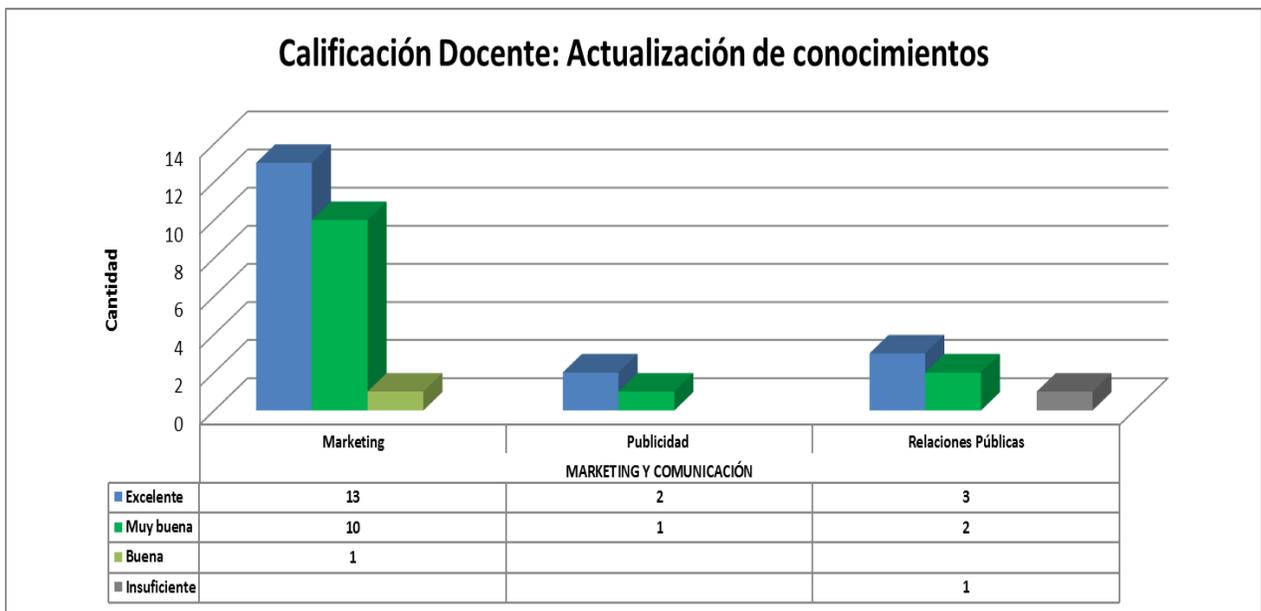
Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 19: “Calificación de los docentes: Actualización de los conocimientos”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	13	39,39%	2	6,06%	3	9,09%	18	54,55%
Muy buena	10	30,30%	1	3,03%	2	6,06%	13	39,39%
Buena	1	3,03%		0,00%		0,00%	1	3,03%
Insuficiente		0,00%		0,00%	1	3,03%	1	3,03%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

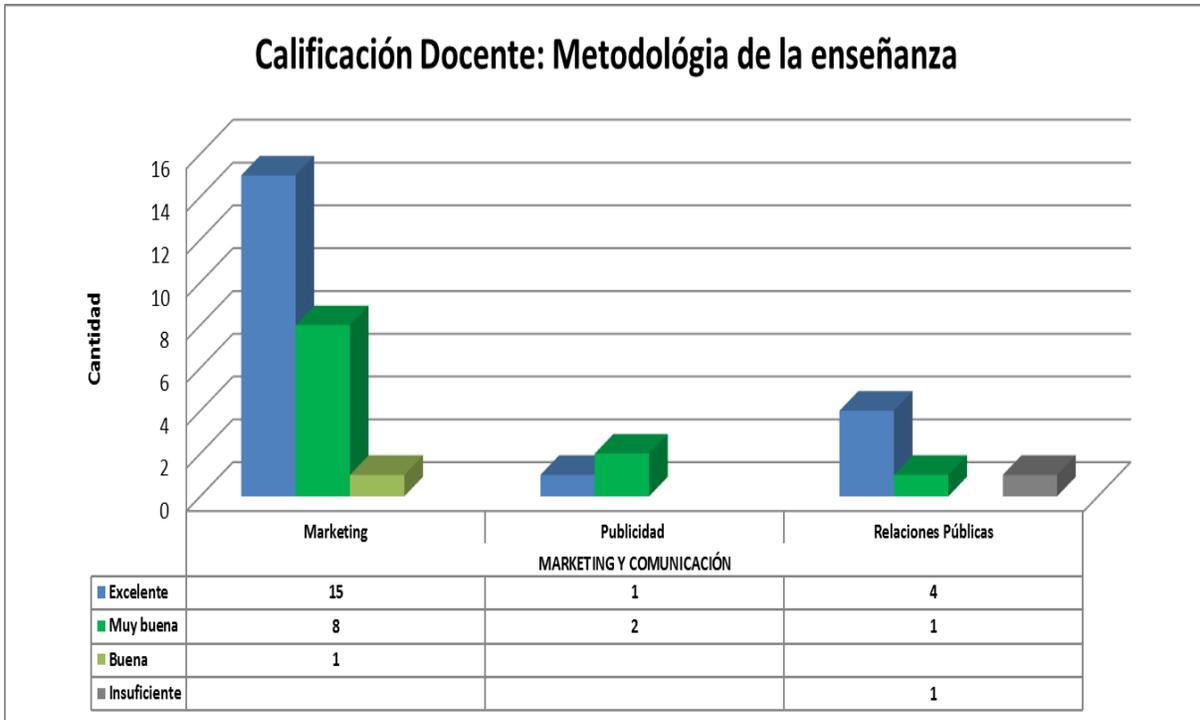
El 54% de los graduados (18) le parece excelente la actualización de conocimientos por parte de los docentes, mientras que el 39% (13) dijo que era muy bueno y el 3% (1) dijo que era bueno e insuficiente respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 20: “Calificación de los Docentes: Metodología de la Enseñanza”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING** **COMUNICACIÓN**

Facultades	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	15	45,45%	1	3,03%	4	12,12%	20	60,61%
Muy buena	8	24,24%	2	6,06%	1	3,03%	11	33,33%
Buena	1	3,03%		0,00%		0,00%	1	3,03%
Insuficiente		0,00%		0,00%	1	3,03%	1	3,03%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%

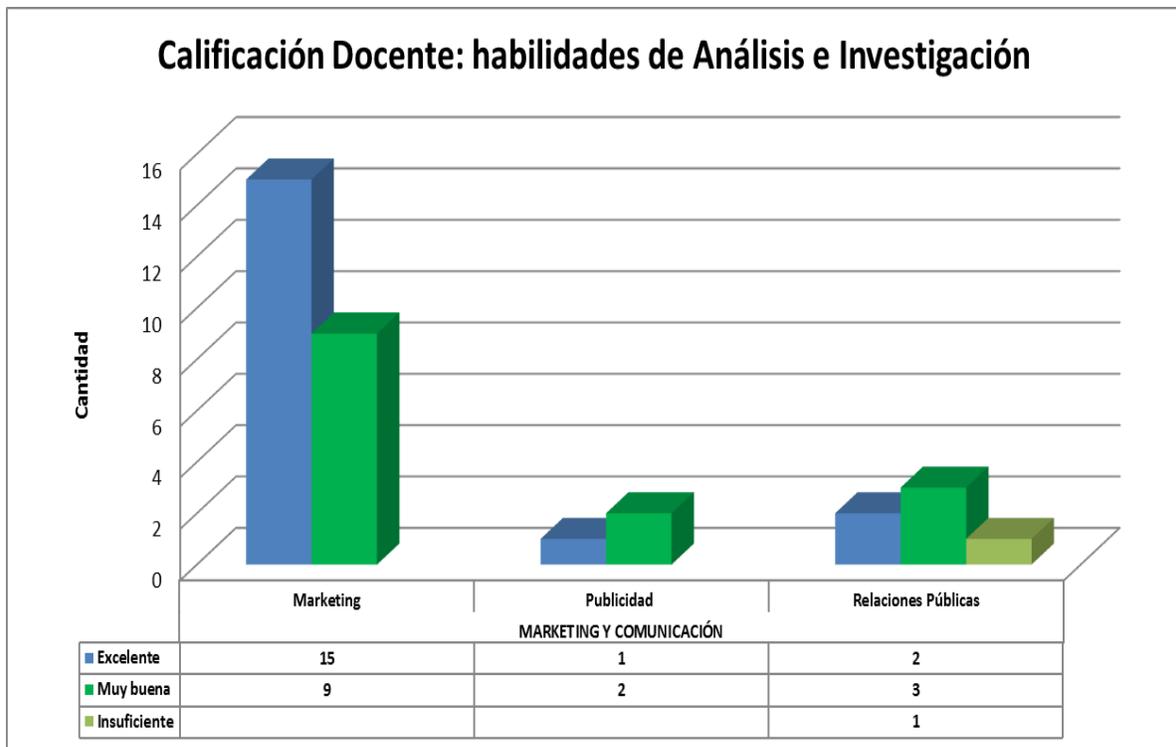


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 60% (20) de los encuestados dijo que la metodología por parte de los docentes fue excelente, mientras que el 33% (11) dijo que fue muy buena y el 3% (1) dijo que fue buena e insuficiente respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 21: “Calificación de los docentes: Fomento de las habilidades de Análisis e Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Excelente		Muy buena		Insuficiente			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	18	54,55%	14	42,42%	1	3,03%	33	100,00%
Marketing	15	45,45%	9	27,27%		0,00%	24	72,73%
Publicidad	1	3,03%	2	6,06%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	2	6,06%	3	9,09%	1	3,03%	6	18,18%
Total general	18	54,55%	14	42,42%	1	3,03%	33	100,00%



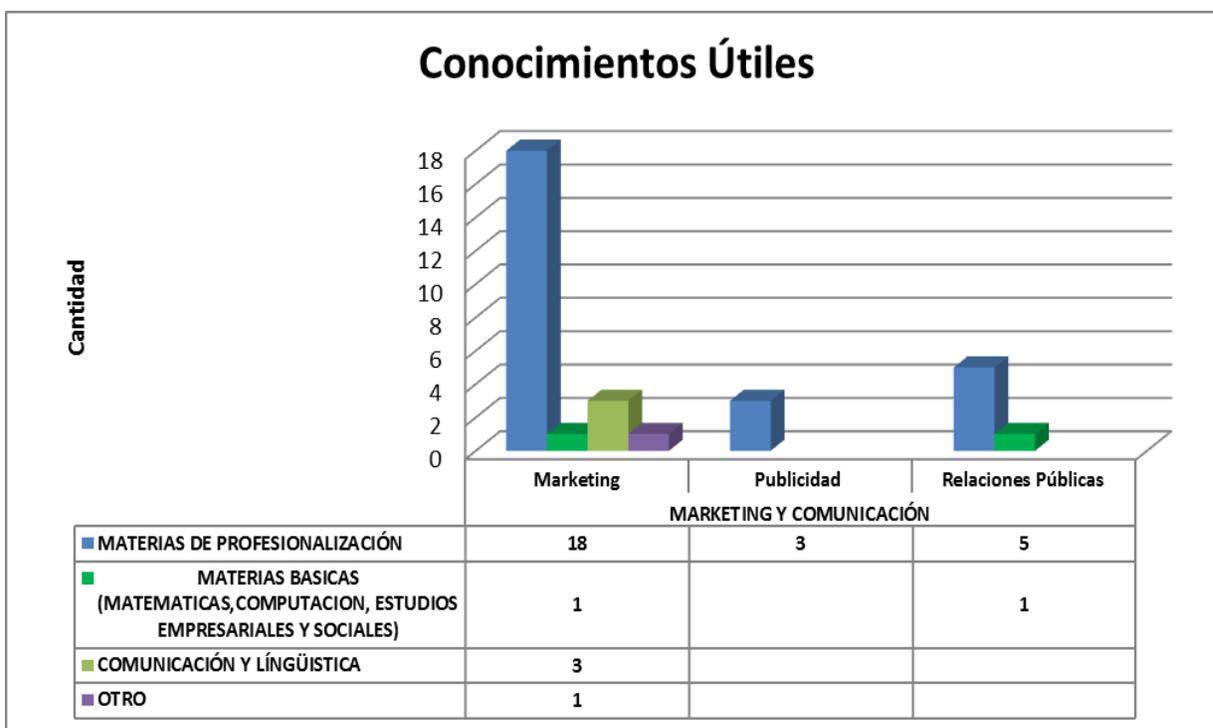
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 54% de los graduados (18) dijo que la capacidad por parte de los docentes para el análisis e investigación fue excelente, el 42% (14) fue muy buena y el 3% (1) fue insuficiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 22: “Conocimientos útiles adquiridos durante la carrera”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING y COMUNICACIÓN**

Conocimientos útiles	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS DE PROFESIONALIZACIÓN	18	56,25%	3	9,38%	5	15,63%	26	81,25%
MATERIAS BASICAS (MATEMATICAS, COMPUTACION, ESTUDIOS EMPRESARIALES Y SOCIALES)	1	3,13%		0,00%	1	3,13%	2	6,25%
COMUNICACIÓN Y LINGÜÍSTICA	3	9,38%		0,00%		0,00%	3	9,38%
OTRO	1	3,13%		0,00%		0,00%	1	3,13%
Total general	23	71,88%	3	9,38%	6	18,75%	32	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

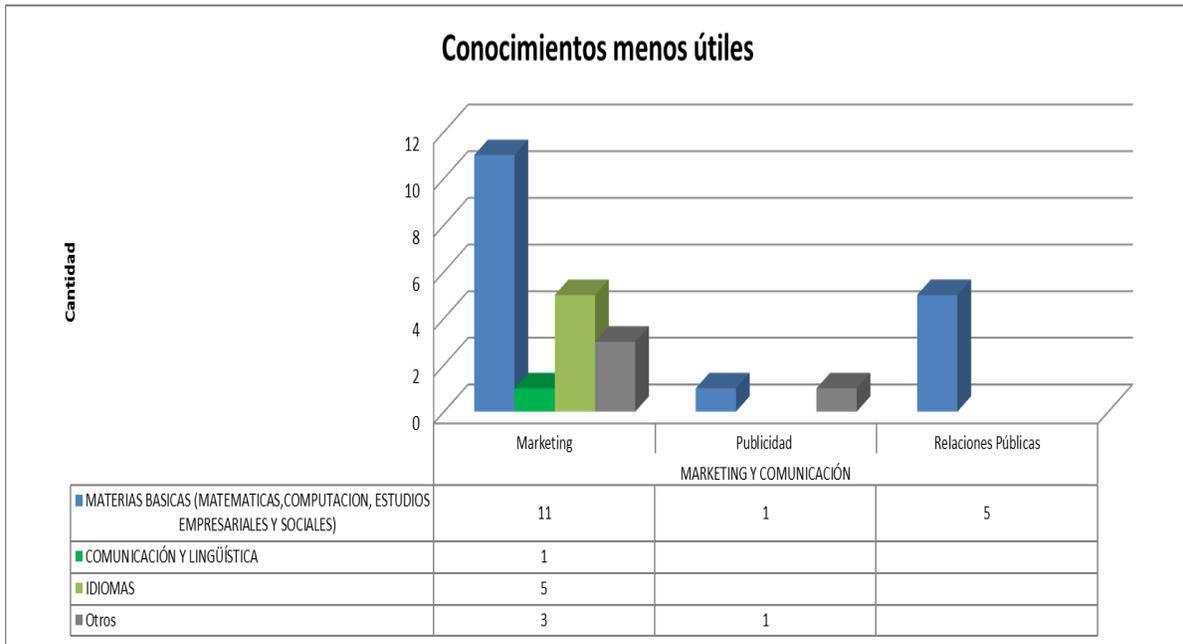
El 71% (23) dijo que los conocimientos más útiles fue las materias de profesionalización, seguido del 18% (6) dijo que comunicación y lingüística mientras que el 9% fue para matemáticas.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 23: “Conocimientos menos útiles adquiridos durante la carrera”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Conocimientos	Carreras						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS BASICAS (MATEMATICAS, COMPUTACION, ESTUDIOS EMPRESARIALES Y SOCIALES)	11	40,74%	1	3,70%	5	18,52%	17	62,96%
COMUNICACIÓN Y LINGÜÍSTICA	1	3,70%		0,00%		0,00%	1	3,70%
IDIOMAS	5	18,52%		0,00%		0,00%	5	18,52%
Otros	3	11,11%	1	3,70%		0,00%	4	14,81%
Total general	20	74,07%	2	7,41%	5	18,52%	27	100,00%



Fuente: USG

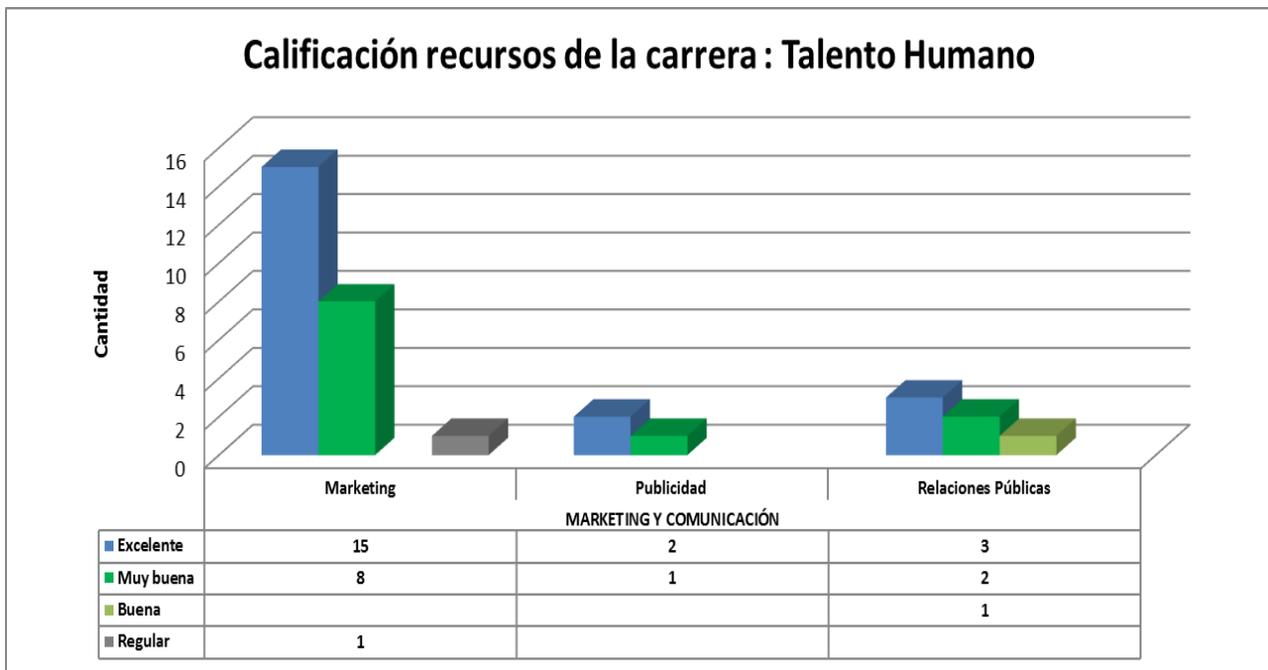
Elaborado por: USG

El 62% de los graduados (17) dijo que los conocimientos menos útiles fue las materias básicas, mientras que el 18% (5) fue idiomas y el 14% (4) otros.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 24: “Evaluación de los recursos de la carrera: Talento Humano”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	20	60,61%	11	33,33%	1	3,03%	1	3,03%	33	100%
Marketing	15	45,45%	8	24,24%		0,00%	1	3,03%	24	73%
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%		0,00%		0,00%	3	9%
Relaciones Públicas	3	9,09%	2	6,06%	1	3,03%		0,00%	6	18%
Total general	20	60,61%	11	33,33%	1	3,03%	1	3,03%	33	100%



Fuente: USG

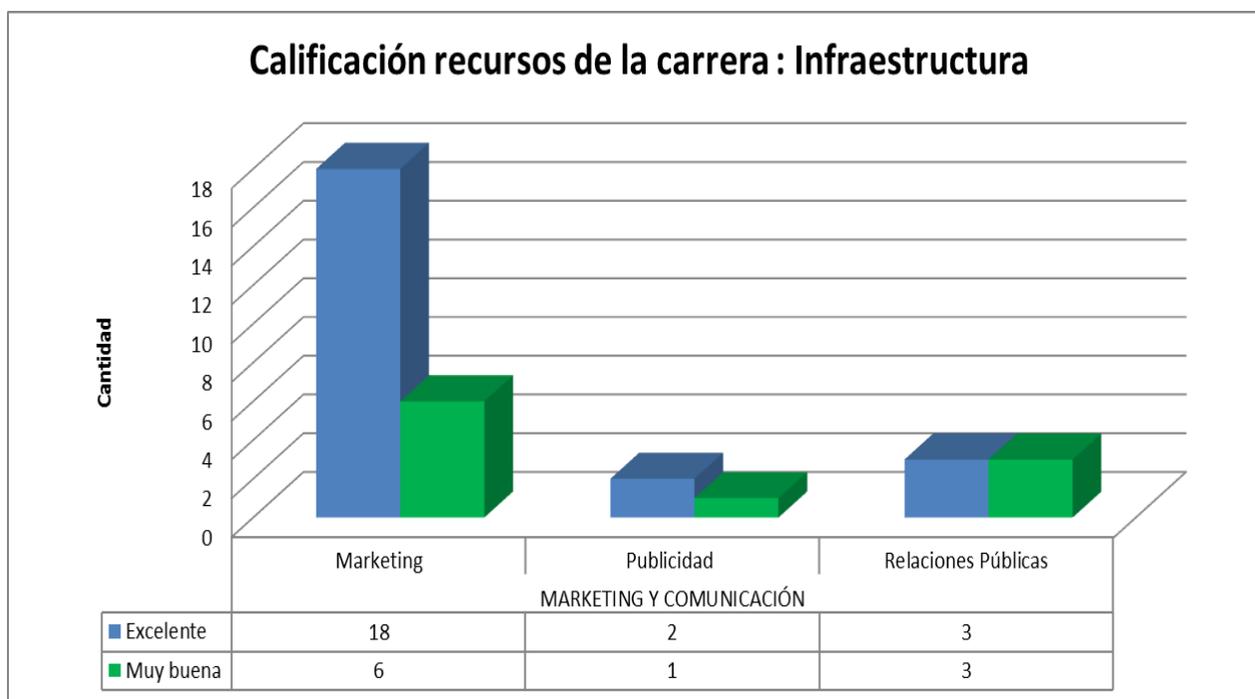
Elaborado por: USG

El 60% (20) de los encuestados con respecto al talento humano dijo que era excelente, mientras que el 33% (11) dijo que era muy bueno y el 3% (1) dijo que era regular y buena respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 25: “Evaluación de los recursos de la carrera:
Infraestructura”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación de los Recursos de la carrera_ Infraestructura				Total Cantidad	Total Porcentaje
	Excelente		Muy buena			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	23	69,70%	10	30,30%	33	100,00%
Marketing	18	54,55%	6	18,18%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%	3	9,09%
Relaciones Públicas	3	9,09%	3	9,09%	6	18,18%
Total general	23	69,70%	10	30,30%	33	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 69% (23) les parece excelente la infraestructura, mientras que el 30% (10) dijo que era muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 26: “Evaluación de los recursos de la carrera: Servicios”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Etiquetas de Columna								Total Cantidad	Total Porcentaje
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	15	45,45%	12	36,36%	3	9,09%	3	9,09%	33	100,00%
Marketing	11	33,33%	8	24,24%	3	9,09%	2	6,06%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%		0,00%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	2	6,06%	3	9,09%		0,00%	1	3,03%	6	18,18%
Total general	15	45,45%	12	36,36%	3	9,09%	3	9,09%	33	100,00%



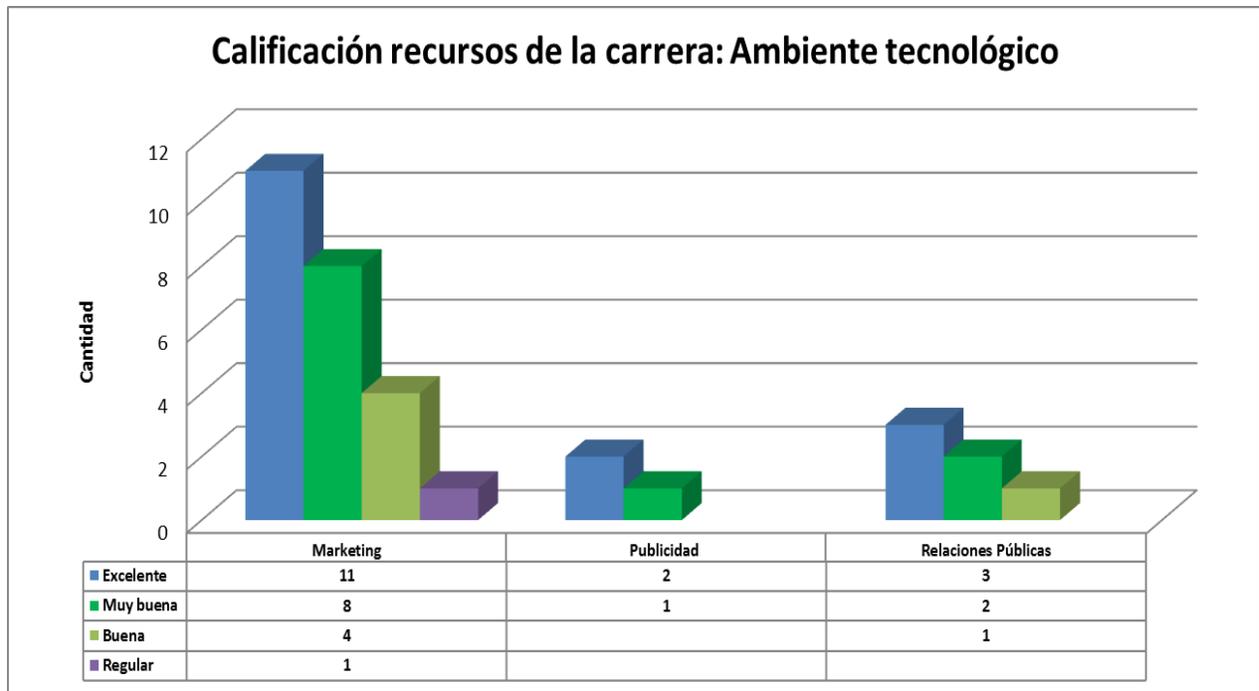
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 45% (15) de los encuestados dijo que los servicios son excelente, mientras que el 36% dijo que es muy bueno, mientras que el 9% (3) dijo que es bueno y regular respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 27: “Evaluación de los recursos de la carrera: Ambiente Tecnológico”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación								Total Cantidad	Total Porcentaje
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	16	48,48%	11	33,33%	5	15,15%	1	3,03%	33	100,00%
Marketing	11	33,33%	8	24,24%	4	12,12%	1	3,03%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%		0,00%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	3	9,09%	2	6,06%	1	3,03%		0,00%	6	18,18%
Total general	16	48,48%	11	33,33%	5	15,15%	1	3,03%	33	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 48% (16) de los graduados con respecto al ambiente tecnológico dice que es excelente, el 33% (11) que es muy buena el 15% (5) dice que es buena y el 3% (1) dice que es regular.

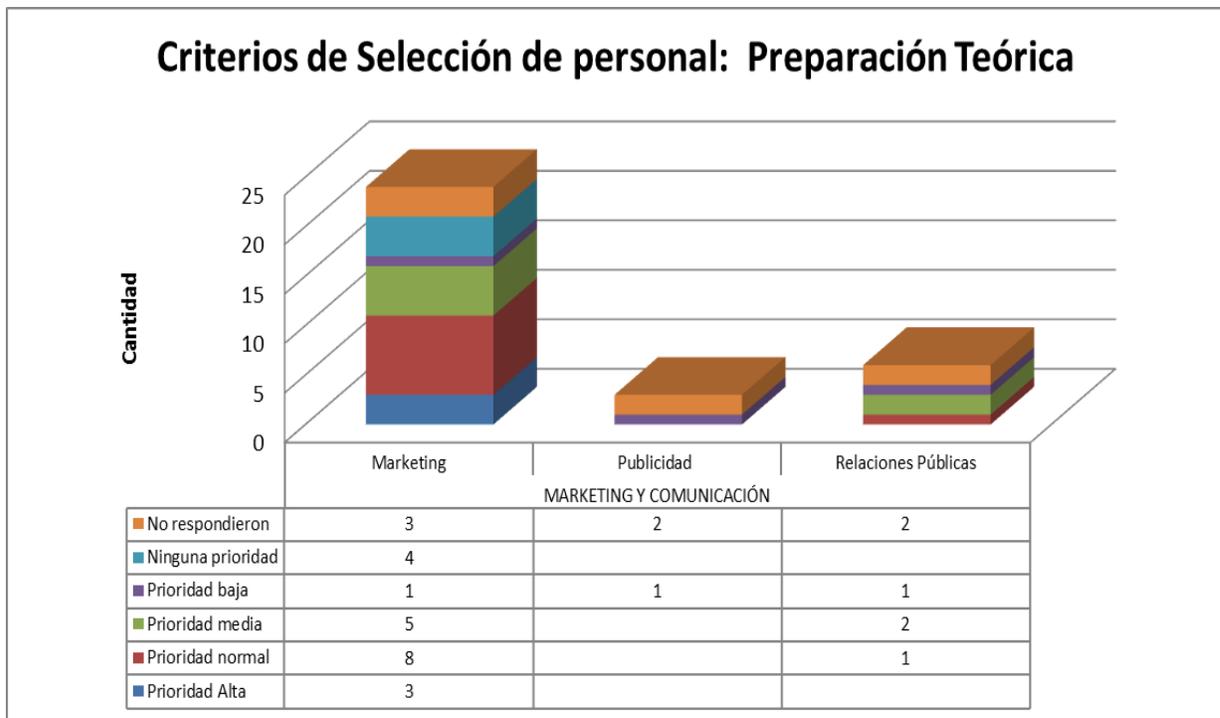
3. Competencias requeridas en el campo laboral vs competencias profesionales adquiridas

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 28: “Evaluación de los criterios de selección de personal: preparación teórica”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Criterios		Prioridad Alta		Prioridad normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	9,09%	9	27,27%	7	21,21%	3	9,09%	4	12,12%	7	21,21%	33	100,00%		
Marketing	3	9,09%	8	24,24%	5	15,15%	1	3,03%	4	12,12%	3	9,09%	24	72,73%		
Publicidad		0,00%		0,00%		0,00%	1	3,03%		0,00%	2	6,06%	3	9,09%		
Relaciones Públicas		0,00%	1	3,03%	2	6,06%	1	3,03%		0,00%	2	6,06%	6	18,18%		
Total general	3	9,09%	9	27,27%	7	21,21%	3	9,09%	4	12,12%	7	21,21%	33	100,00%		



Fuente: USG

Elaborado por: USG

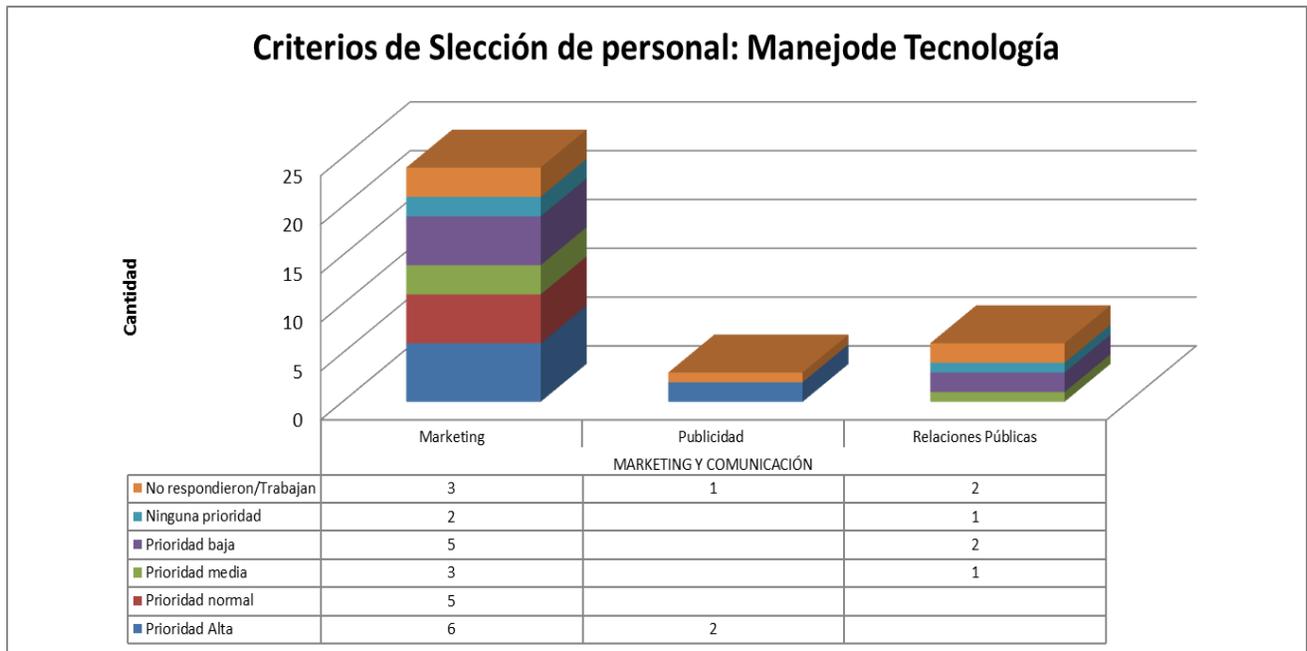
El 27% (9) de los encuestados dice que su prioridad en la preparación teórica es normal, mientras que el 21% (7) tienen una prioridad media y no respondieron respectivamente, el 12% (4) no tienen ninguna prioridad y el 9% (3) tienen una prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 29: “Evaluación de los criterios de selección de personal: manejo de la tecnología”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Prioridad Alta		Prioridad normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron/Trabajan		Total cantidad	Total Porcentaje
	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	8	24,24%	5	15,15%	4	12,12%	7	21,21%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%
Marketing	6	18,18%	5	15,15%	3	9,09%	5	15,15%	2	6,06%	3	9,09%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	1	3,03%	3	9,09%
Relaciones Públicas		0,00%		0,00%	1	3,03%	2	6,06%	1	3,03%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	8	24,24%	5	15,15%	4	12,12%	7	21,21%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



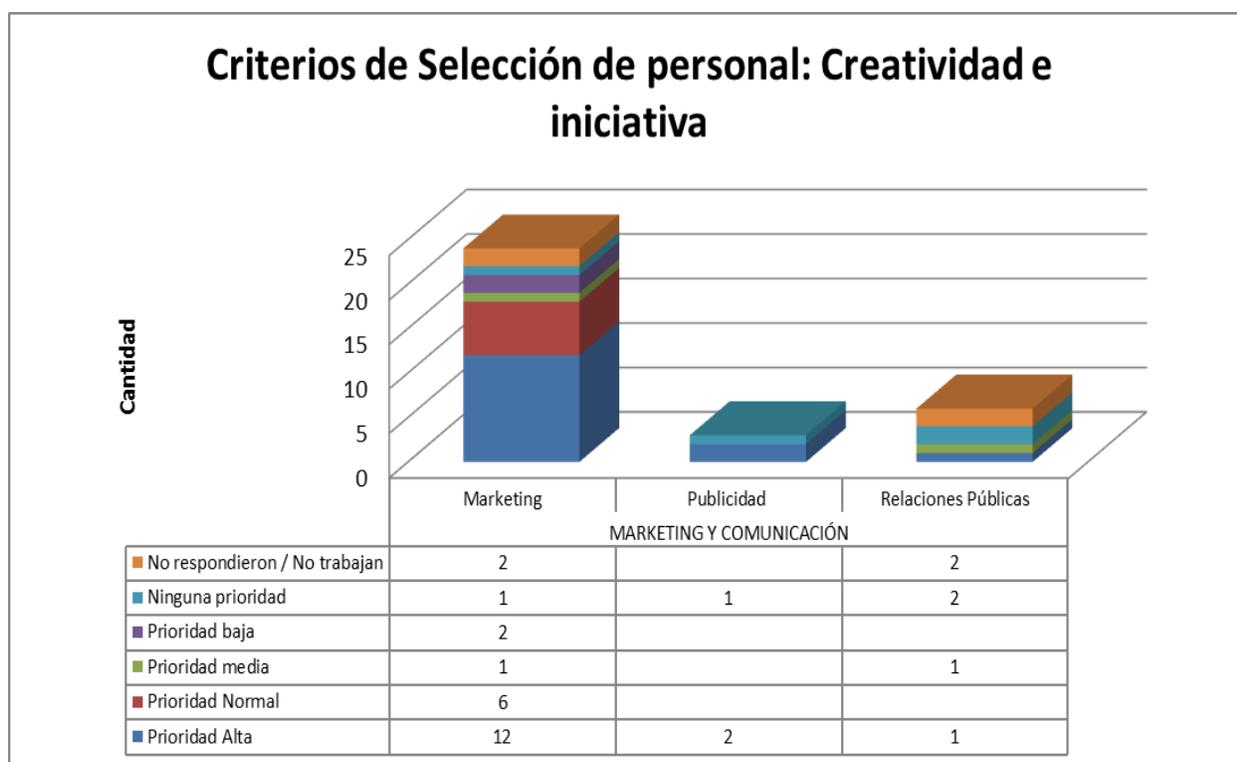
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 24% (8) que la prioridad en lo que respecta al manejo de tecnología es alta, mientras que el 21% (7) es baja, 18% (6) no respondieron, el 15% (5) tienen prioridad normal y el 12% (4) tienen prioridad media.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 30: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Creatividad e iniciativa”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Prioridad Normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron / No trabajan		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	15	45,45%	6	18,18%	2	6,06%	2	6,06%	4	12,12%	4	12,12%	33	100,00%
Marketing	12	36,36%	6	18,18%	1	3,03%	2	6,06%	1	3,03%	2	6,06%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%		0,00%		0,00%		0,00%	1	3,03%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	1	3,03%		0,00%	1	3,03%		0,00%	2	6,06%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	15	45,45%	6	18,18%	2	6,06%	2	6,06%	4	12,12%	4	12,12%	33	100,00%

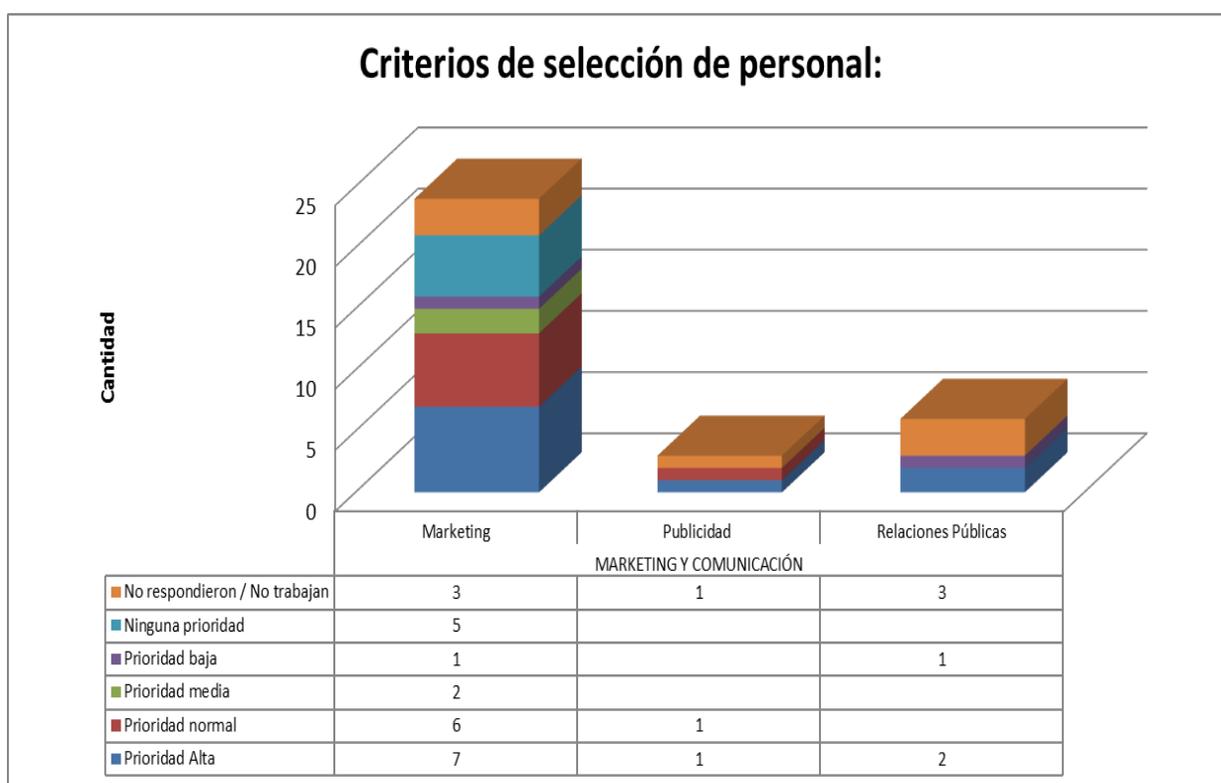


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 45% (15) de los encuestados dijo con respecto a la creatividad e iniciativa que su prioridad es alta, mientras que el 18% (6) tienen prioridad normal, el 12% (4) no tienen prioridad y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 31: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
 Estabilidad emocional”**
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Prioridad normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron / No trabajan		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	10	30,30%	7	21,21%	2	6,06%	2	6,06%	5	15,15%	7	21,21%	33	100,00%
Marketing	7	21,21%	6	18,18%	2	6,06%	1	3,03%	5	15,15%	3	9,09%	24	72,73%
Publicidad	1	3,03%	1	3,03%		0,00%		0,00%		0,00%	1	3,03%	3	9,09%
Relaciones Públicas	2	6,06%		0,00%		0,00%	1	3,03%		0,00%	3	9,09%	6	18,18%
Total general	10	30,30%	7	21,21%	2	6,06%	2	6,06%	5	15,15%	7	21,21%	33	100,00%

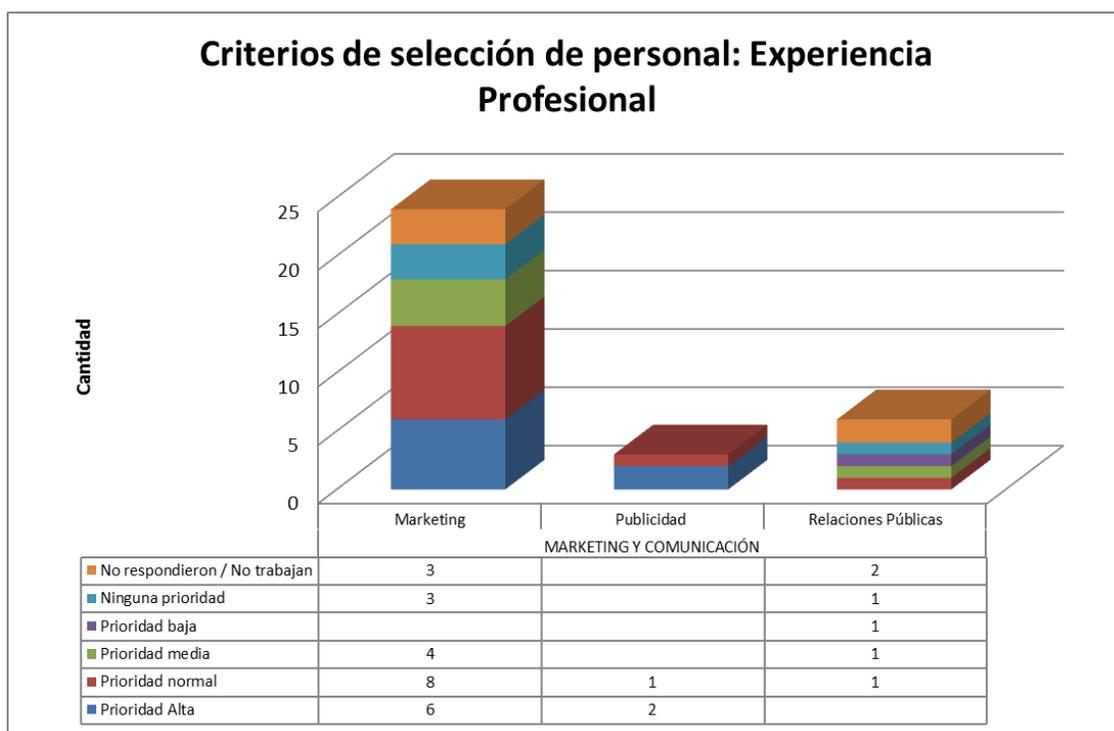


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 30% (10) dijo que el criterio de estabilidad emocional es excelente, mientras que el 21% (7) tienen una prioridad normal y no respondieron respectivamente, el 15% (5) no tienen ninguna prioridad.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 32: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Experiencia profesional”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Criterios												Total Cantidad	Total Porcentaje
	Prioridad Alta		Prioridad normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron / No trabajan			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	8	24,24%	10	30,30%	5	15,15%	1	3,03%	4	12,12%	5	15,15%	33	100,00%
Marketing	6	18,18%	8	24,24%	4	12,12%	0,00%	0,00%	3	9,09%	3	9,09%	24	72,73%
Publicidad	2	6,06%	1	3,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3	9,09%	
Relaciones Públicas		0,00%	1	3,03%	1	3,03%	1	3,03%	1	3,03%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	8	24,24%	10	30,30%	5	15,15%	1	3,03%	4	12,12%	5	15,15%	33	100,00%

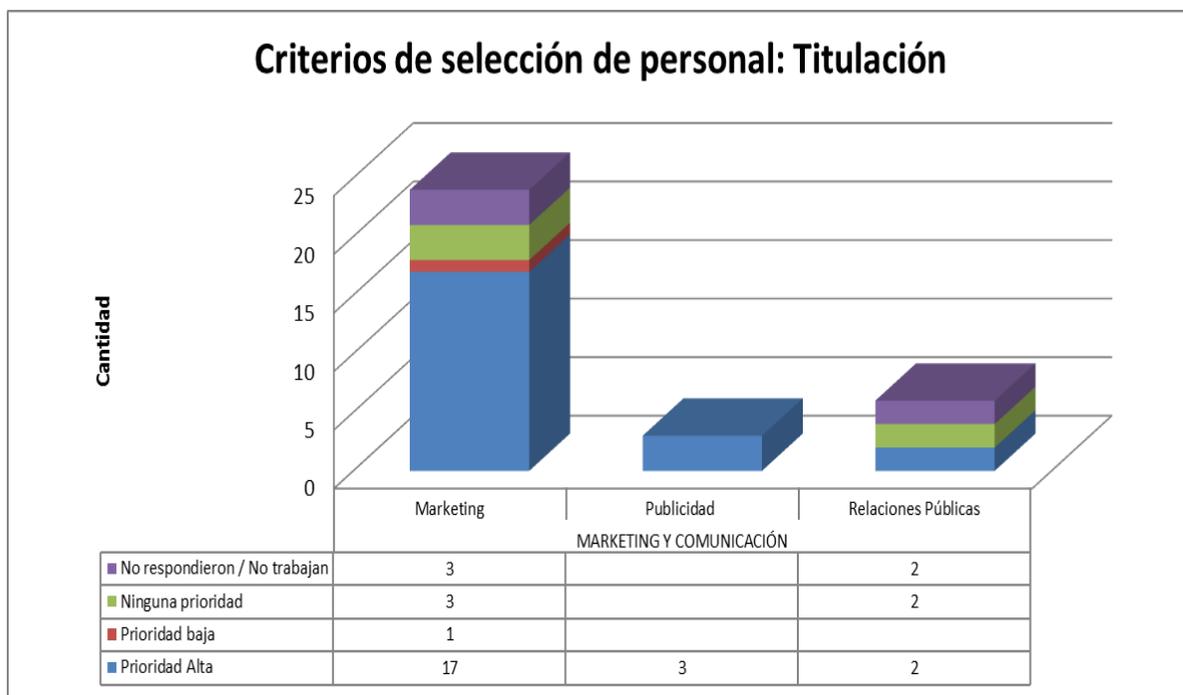


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 30% (10) de los encuestados dijo que su prioridad con respecto a la experiencia profesional es media, mientras que el 24% (8) dijo que es alta y el 15% (5) es normal y no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 33: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Titulación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Criterios de selección								Total Cantidad	Total Porcentaje
	Prioridad Alta		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron / No trabajan			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	22	66,67%	1	3,03%	5	15,15%	5	15,15%	33	100,00%
Marketing	17	51,52%	1	3,03%	3	9,09%	3	9,09%	24	72,73%
Publicidad	3	9,09%		0,00%		0,00%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	2	6,06%		0,00%	2	6,06%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	22	66,67%	1	3,03%	5	15,15%	5	15,15%	33	100,00%

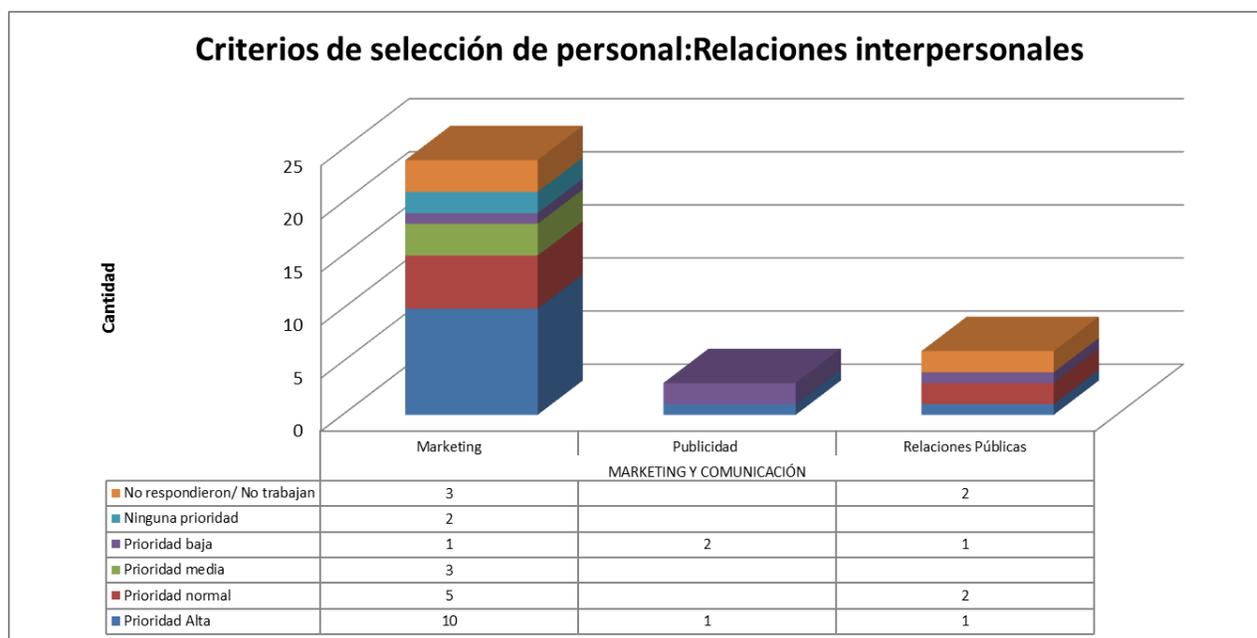


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (22) de los encuestados dijo que la prioridad para la titulación es alta, mientras que el 15% (5) no respondieron y no tenían ninguna prioridad respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 34: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Relaciones interpersonales”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Prioridad normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron/ No trabajan		Total	Total
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
MARKETING Y COMUNICACIÓN	12	36,36%	7	21,21%	3	9,09%	4	12,12%	2	6,06%	5	15,15%	33	100,00%
Marketing	10	30,30%	5	15,15%	3	9,09%	1	3,03%	2	6,06%	3	9,09%	24	72,73%
Publicidad	1	3,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2	6,06%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	1	3,03%	2	6,06%	0,00%	0,00%	1	3,03%	0,00%	0,00%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	12	36,36%	7	21,21%	3	9,09%	4	12,12%	2	6,06%	5	15,15%	33	100,00%

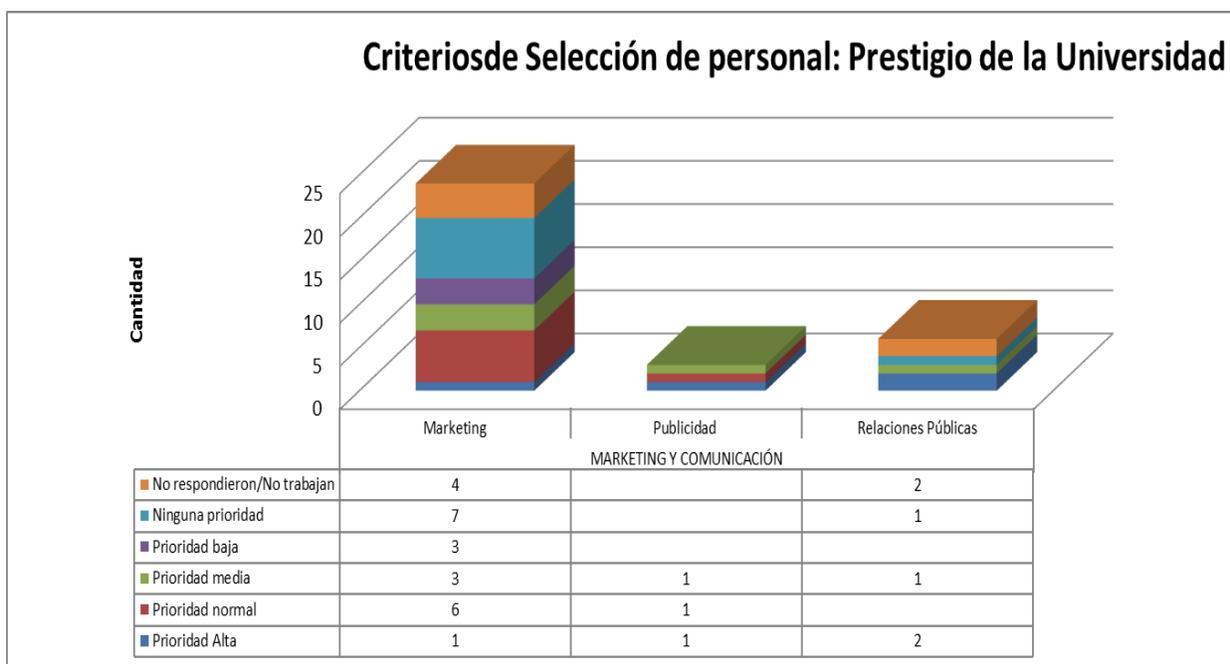


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 36% de los encuestados (12) dijo que la prioridad es alta con respecto a las relaciones interpersonales, mientras 21% (7) la prioridad es normal, el 12% (4) tiene una prioridad baja.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 35: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Prestigio de la Universidad”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Prioridad normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron/No trabajan		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	4	12,12%	7	21,21%	5	15,15%	3	9,09%	8	24,24%	6	18,18%	33	100,00%
Marketing	1	3,03%	6	18,18%	3	9,09%	3	9,09%	7	21,21%	4	12,12%	24	72,73%
Publicidad	1	3,03%	1	3,03%	1	3,03%		0,00%		0,00%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas	2	6,06%		0,00%	1	3,03%		0,00%	1	3,03%	2	6,06%	6	18,18%
Total general	4	12,12%	7	21,21%	5	15,15%	3	9,09%	8	24,24%	6	18,18%	33	100,00%

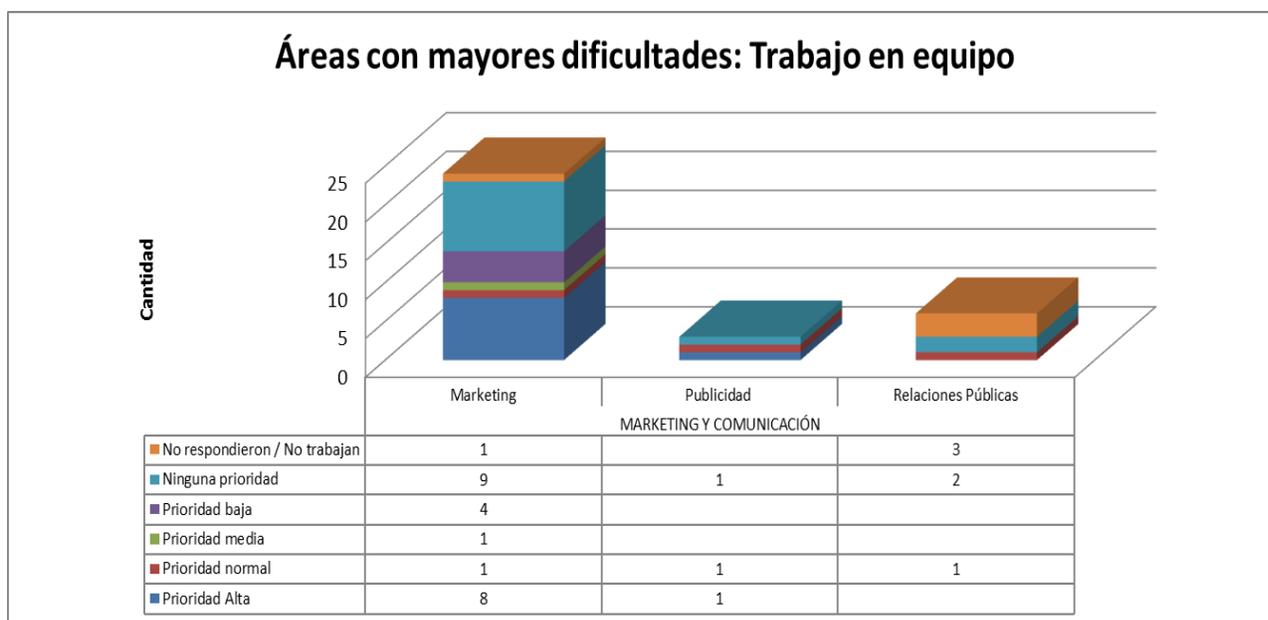


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 24% de los encuestados (8) la prioridad en el prestigio de la Universidad no les pareció tan relevante, mientras que el 21% (7) dijo que era una prioridad normal, mientras que el 15% (6) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 36: “Áreas con mayores dificultades: Trabajo en equipo”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Prioridad normal		Prioridad media		Prioridad baja		Ninguna prioridad		No respondieron / No trabajan		Total Cantidad	Total Porcentajes
	Cantidad	Porcentajes	Cantidad	Porcentajes	Cantidad	Porcentajes	Cantidad	Porcentajes	Cantidad	Porcentajes	Cantidad	Porcentajes		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	9	27,27%	3	9,09%	1	3,03%	4	12,12%	12	36,36%	4	12,12%	33	100,00%
Marketing	8	24,24%	1	3,03%	1	3,03%	4	12,12%	9	27,27%	1	3,03%	24	72,73%
Publicidad	1	3,03%	1	3,03%		0,00%		0,00%	1	3,03%		0,00%	3	9,09%
Relaciones Públicas		0,00%	1	3,03%		0,00%		0,00%	2	6,06%	3	9,09%	6	18,18%
Total general	9	27,27%	3	9,09%	1	3,03%	4	12,12%	12	36,36%	4	12,12%	33	100,00%



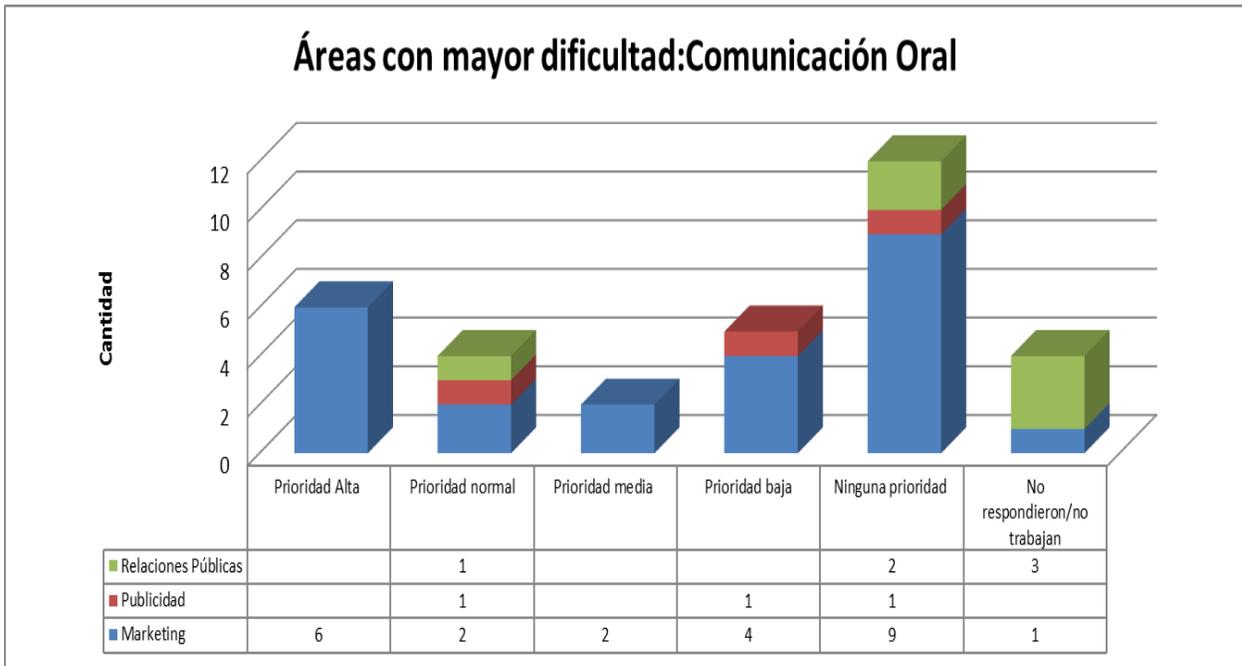
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 32% (12) dijo no tener ninguna prioridad con respecto al trabajo en equipo, mientras que el 27% (9) dijo tener una prioridad alta y el 12% (4) dijo tener una prioridad baja y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 38: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Oral”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN							
Etiquetas de color		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje			
Prioridad Alta	6	18,18%		0,00%		0,00%	6	18,18%	
Prioridad normal	2	6,06%	1	3,03%	1	3,03%	4	12,12%	
Prioridad media	2	6,06%		0,00%		0,00%	2	6,06%	
Prioridad baja	4	12,12%	1	3,03%		0,00%	5	15,15%	
Ninguna prioridad	9	27,27%	1	3,03%	2	6,06%	12	36,36%	
No respondieron/no trabajan	1	3,03%		0,00%	3	9,09%	4	12,12%	
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%	



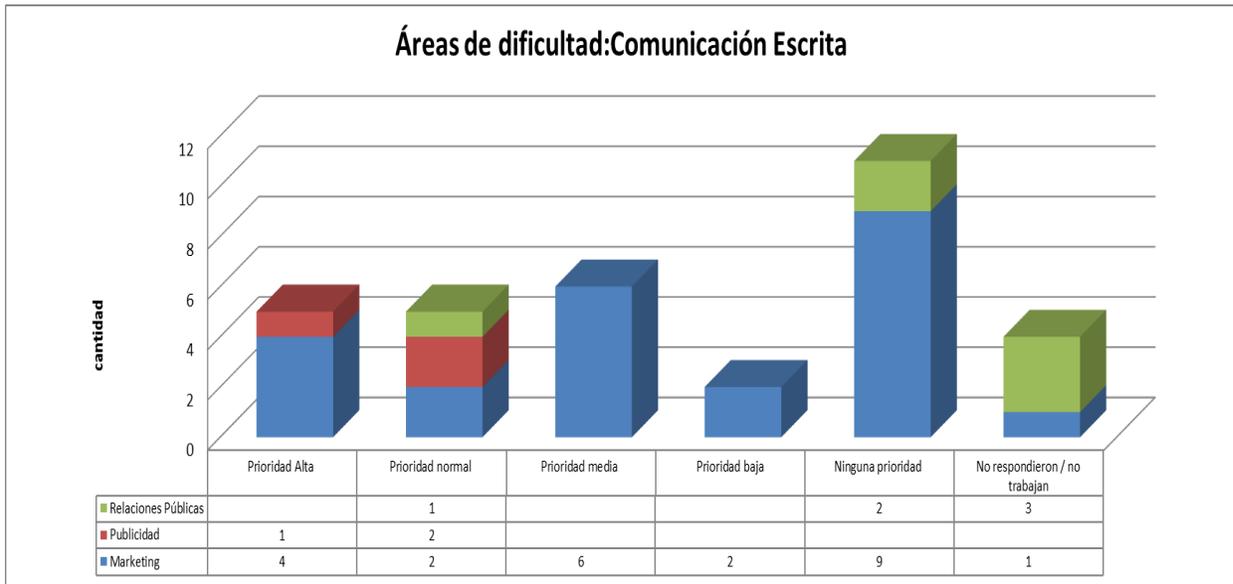
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 36% (12) dijo no tener ninguna prioridad, mientras que el 18% (6) tiene una prioridad alta con respecto a la comunicación oral y el 15% (5) tiene una prioridad baja.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 39: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN							
Etiquetas de columna		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta		4	12,12%	1	3,03%		0,00%	5	15,15%
Prioridad normal		2	6,06%	2	6,06%	1	3,03%	5	15,15%
Prioridad media		6	18,18%		0,00%		0,00%	6	18,18%
Prioridad baja		2	6,06%		0,00%		0,00%	2	6,06%
Ninguna prioridad		9	27,27%		0,00%	2	6,06%	11	33,33%
No respondieron / no trabajan		1	3,03%		0,00%	3	9,09%	4	12,12%
Total general		24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%

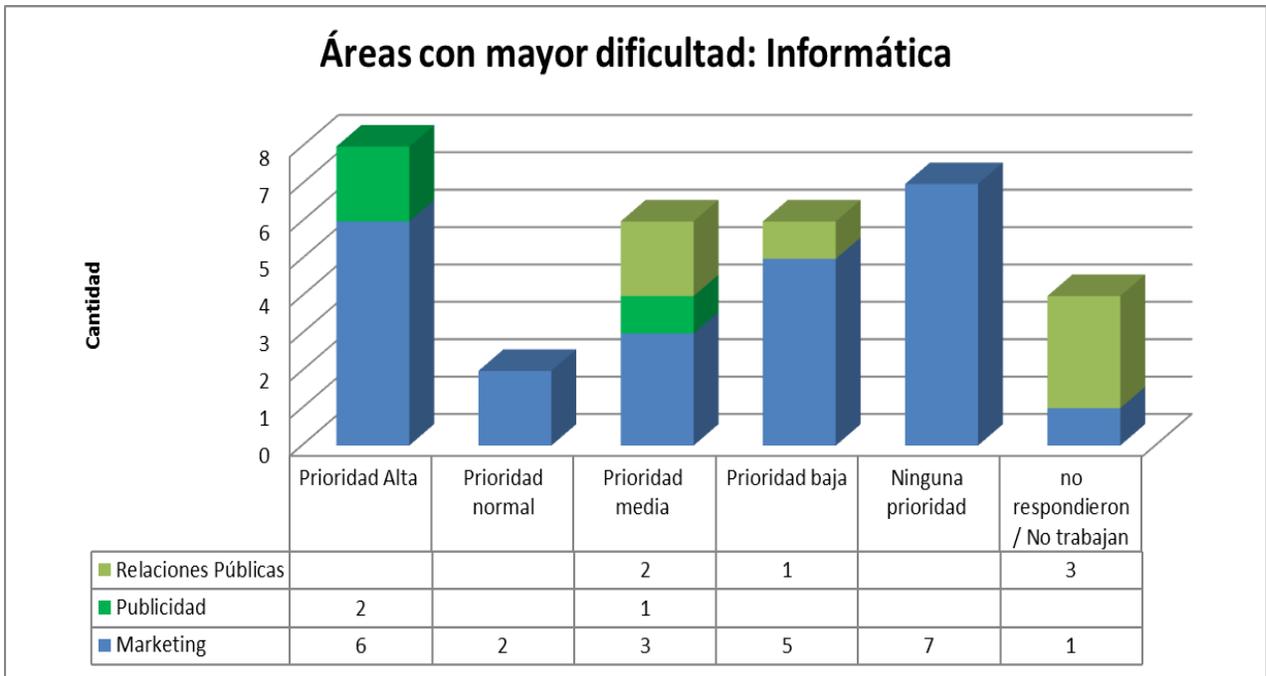


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (11) de los graduados dijo no tener ninguna prioridad, mientras que el 18% (6) dijo tener una prioridad media con respecto a la comunicación escrita y el 15% (5) dijo tener una prioridad normal.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 40: “Áreas con mayores dificultades: Informática”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING y COMUNICACIÓN							
Áreas		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje			
Prioridad Alta	6	18,18%	2	6,06%		0,00%	8	24,24%	
Prioridad normal	2	6,06%		0,00%		0,00%	2	6,06%	
Prioridad media	3	9,09%	1	3,03%	2	6,06%	6	18,18%	
Prioridad baja	5	15,15%		0,00%	1	3,03%	6	18,18%	
Ninguna prioridad	7	21,21%		0,00%		0,00%	7	21,21%	
no respondieron/ No trabajan	1	3,03%		0,00%	3	9,09%	4	12,12%	
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%	

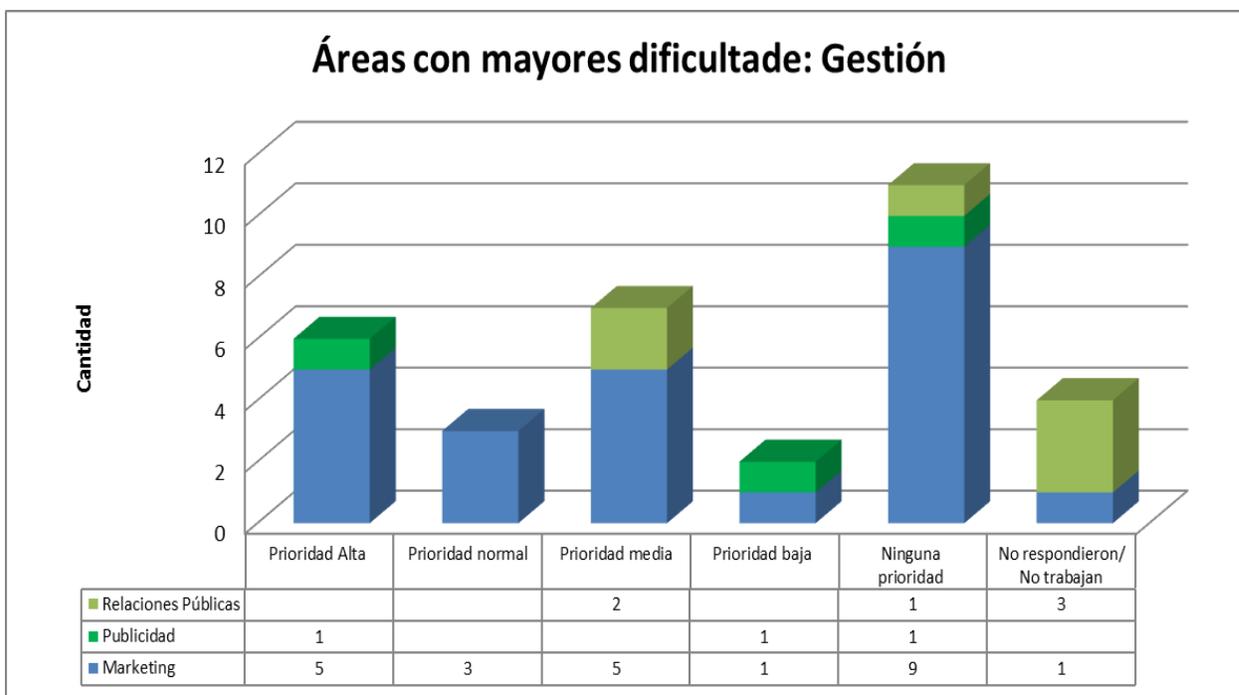


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 24% (8) de los encuestados dijo que en el área de informática existe una prioridad alta, mientras que el 21% (7) no consideran ninguna prioridad y el 18% (6) lo consideran como media y normal respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 41: “Áreas con mayores dificultades: Gestión”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING		COMUNICACIÓN						
FACULTADES	Etiquetas de		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	5	15,15%	1	3,03%					6	18,18%
Prioridad normal	3	9,09%		0,00%					3	9,09%
Prioridad media	5	15,15%		0,00%	2	6,06%			7	21,21%
Prioridad baja	1	3,03%	1	3,03%		0,00%			2	6,06%
Ninguna prioridad	9	27,27%	1	3,03%	1	3,03%			11	33,33%
No respondieron/ No trabajan	1	3,03%		0,00%	3	9,09%			4	12,12%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%			33	100,00%

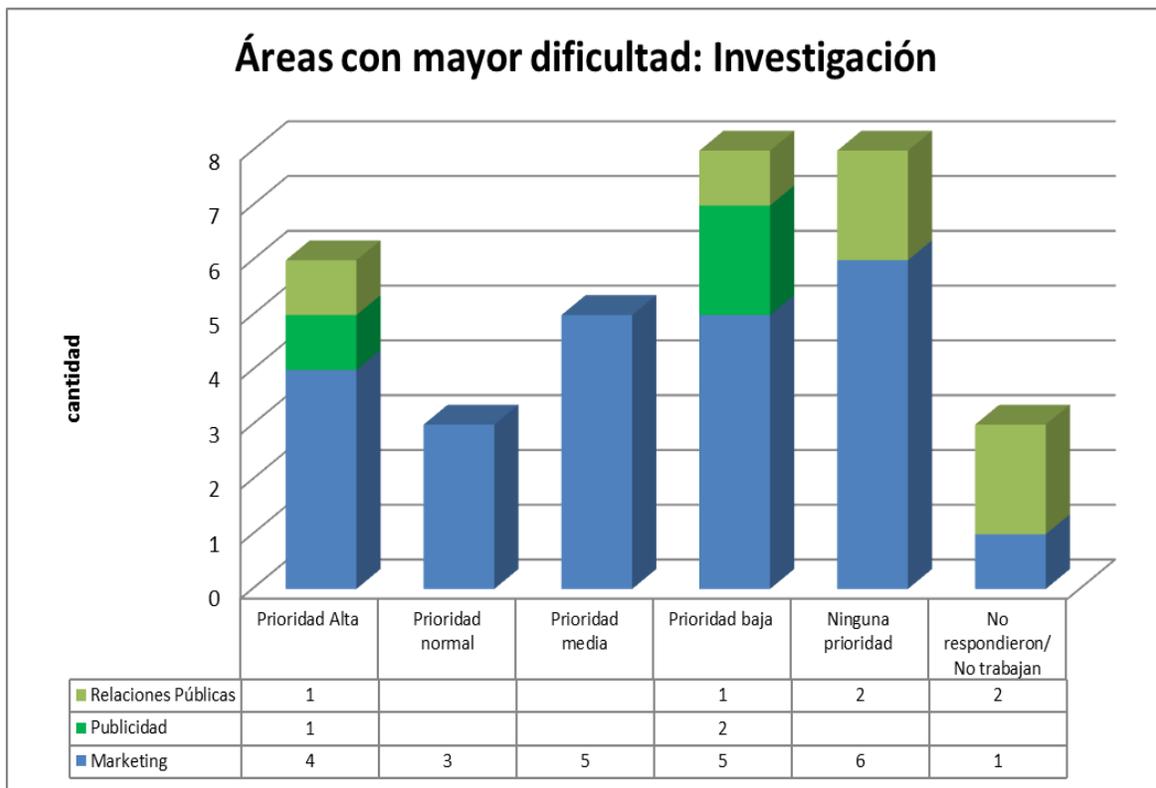


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (11) dijo no tener ninguna prioridad con respecto a la gestión, mientras que el 21% (7) dijo tener una prioridad media y el 18% (6) tiene una prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 42: “Áreas con mayores dificultades: Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Etiquetas de col		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje			
Prioridad Alta	4	12,12%	1	3,03%	1	3,03%	6	18,18%	
Prioridad normal	3	9,09%		0,00%		0,00%	3	9,09%	
Prioridad media	5	15,15%		0,00%		0,00%	5	15,15%	
Prioridad baja	5	15,15%	2	6,06%	1	3,03%	8	24,24%	
Ninguna prioridad	6	18,18%		0,00%	2	6,06%	8	24,24%	
No respondieron/ No trabajan	1	3,03%		0,00%	2	6,06%	3	9,09%	
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%	



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 24% de los encuestados (8) dijo tener una prioridad baja y ningún tipo de prioridad con respecto a la investigación, mientras que para el 18% (6) dijo que era una prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 43: “Evaluación de la competencia específica N°.1”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 1

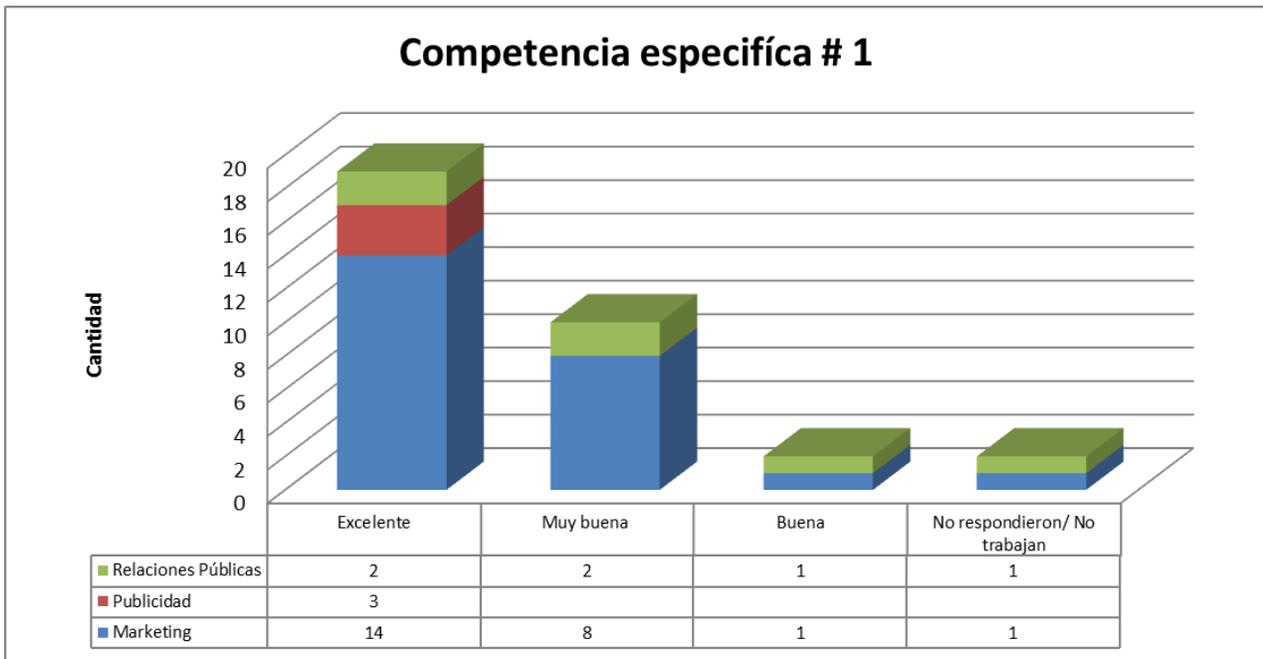
Comunicación empresarial: Establece diagnósticos, diseña estrategias correctas y ejecuta las acciones convenientes con una visión global, potenciando sus habilidades comunicativas.

Marketing: Analiza las condiciones del mercado, mediante técnicas de investigación pertinentes y explora escenarios posibles del marketing.

Publicidad: Planea y realiza proyectos para medios interactivos por medio de la observación, análisis, interpretación y evaluación de la información publicitaria y propagandas.

Relaciones Públicas: Planifica, implementa y evalúa acciones para optimizar las relaciones de organizaciones públicas y privadas con sus diferentes públicos.

Facultad MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Etiquetas de columna									
		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje			
Excelente	14	42,42%	3	9,09%	2	6,06%	19	57,58%	
Muy buena	8	24,24%		0,00%	2	6,06%	10	30,30%	
Buena	1	3,03%		0,00%	1	3,03%	2	6,06%	
No respondieron/ No trabajan	1	3,03%		0,00%	1	3,03%	2	6,06%	
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%	



Fuente: USG
Elaborado por: USG

Con respecto a la evaluación específica 1, el 57% (19) de los encuestados dijo que era excelente, mientras que el 30% (10) dijo que era muy buena y el 6% (2) dijo que era baja y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 44: “Evaluación de la competencia especifica N°.2”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 2

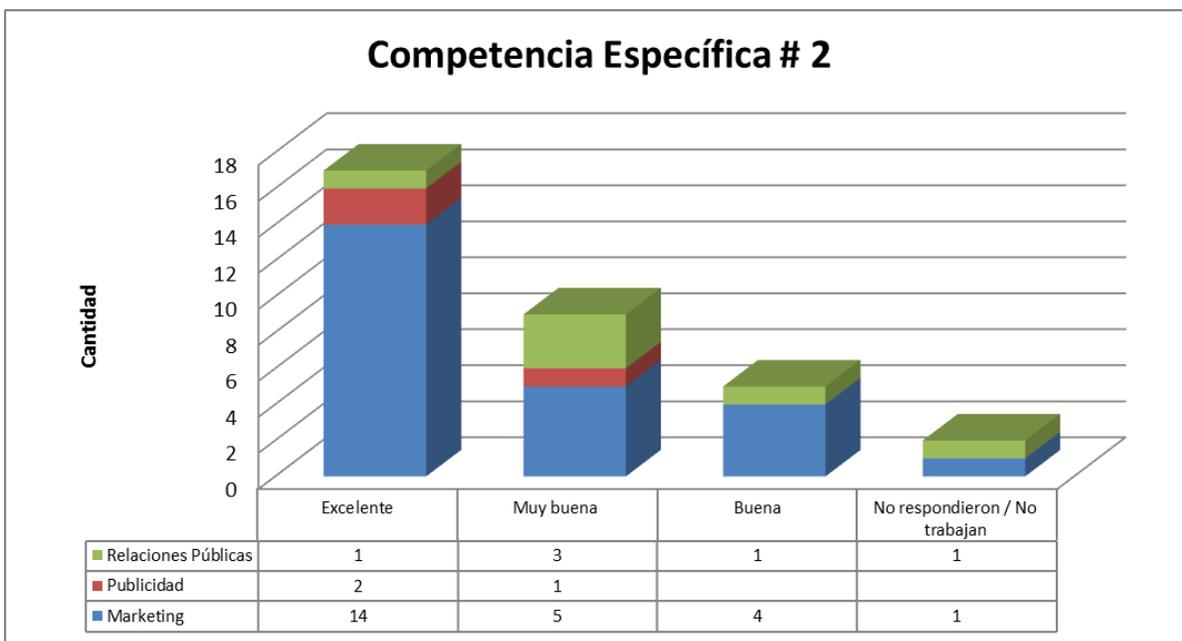
Comunicación empresarial: Gestiona la imagen corporativa de la empresa o marca que representa en comunidades virtuales y redes sociales.

Marketing: Diseña las estrategias de productos, precios, promoción y plaza.

Publicidad: Conocimiento y dominio global de las funciones publicitarias como la planificación, asesoramiento y estrategias de producción dirigidas a la completa satisfacción del servicio al cliente.

Relaciones Públicas: Organiza eventos especiales y acciones comunitarias que potencien positivamente la imagen de la organización que representa.

Facultad								
MARKETING Y COMUNICACIÓN								
Competencia								
Marketing			Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	14	42,42%	2	6,06%	1	3,03%	17	51,52%
Muy buena	5	15,15%	1	3,03%	3	9,09%	9	27,27%
Buena	4	12,12%		0,00%	1	3,03%	5	15,15%
No respondieron / No trabajan	1	3,03%		0,00%	1	3,03%	2	6,06%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

En la competencia específica 2 el 51% (17) dijo que era excelente, el 27% (9) dijo que era muy buena y el 15% (5) dijo que era buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 45: “Evaluación de la competencia especifica N°.3”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 3

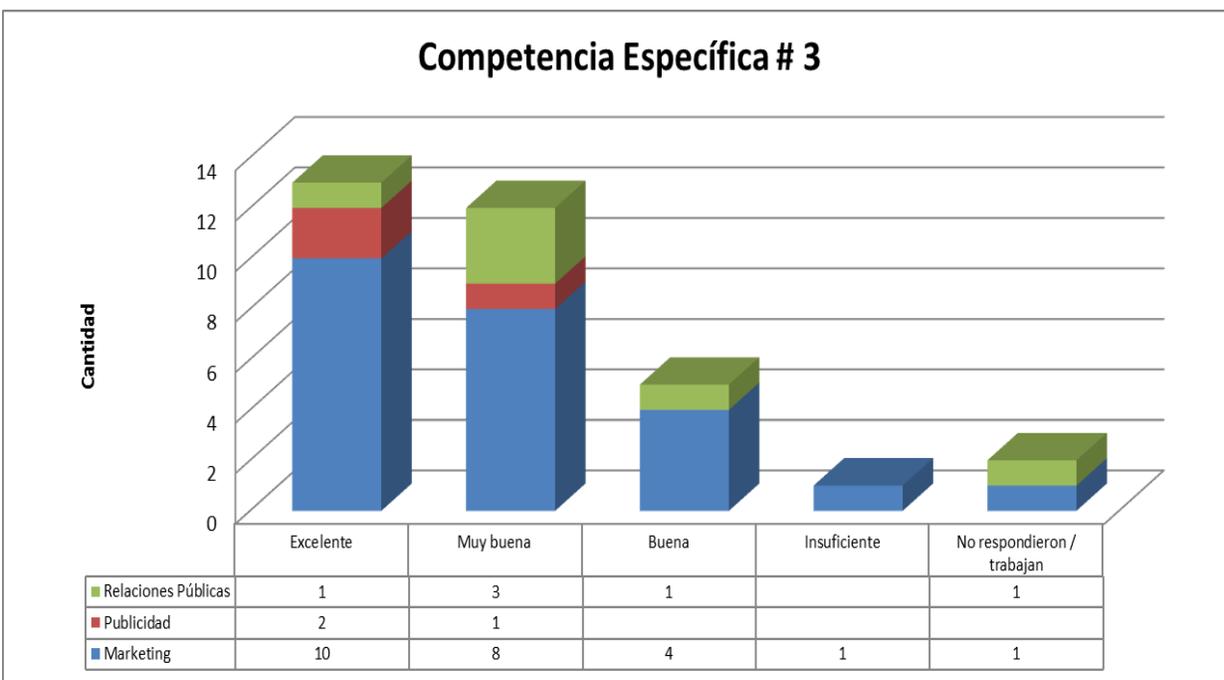
Comunicación empresarial: Profesional capacitado y competente capaz de diseñar productos comunicativos, analizar y evaluar las necesidades de comunicación de una organización.

Marketing: Maneja asertivo el marketing en la planificación de medios y campañas publicitarias.

Publicidad: Toma decisiones acerca del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada

Relaciones Públicas: Desempeña con eficacia en situaciones de crisis concretas, vinculadas al campo global de la gestión institucional e imagen pública de las organizaciones.

Facultad MARKETING Y COMUNICACIÓN								
Etiquetas de columna								
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	10	30,30%	2	6,06%	1	3,03%	13	39,39%
Muy buena	8	24,24%	1	3,03%	3	9,09%	12	36,36%
Buena	4	12,12%		0,00%	1	3,03%	5	15,15%
Insuficiente	1	3,03%		0,00%		0,00%	1	3,03%
No respondieron / trabajan	1	3,03%		0,00%	1	3,03%	2	6,06%
Total general	24	72,73%	3	9,09%	6	18,18%	33	100,00%



Fuente: USG

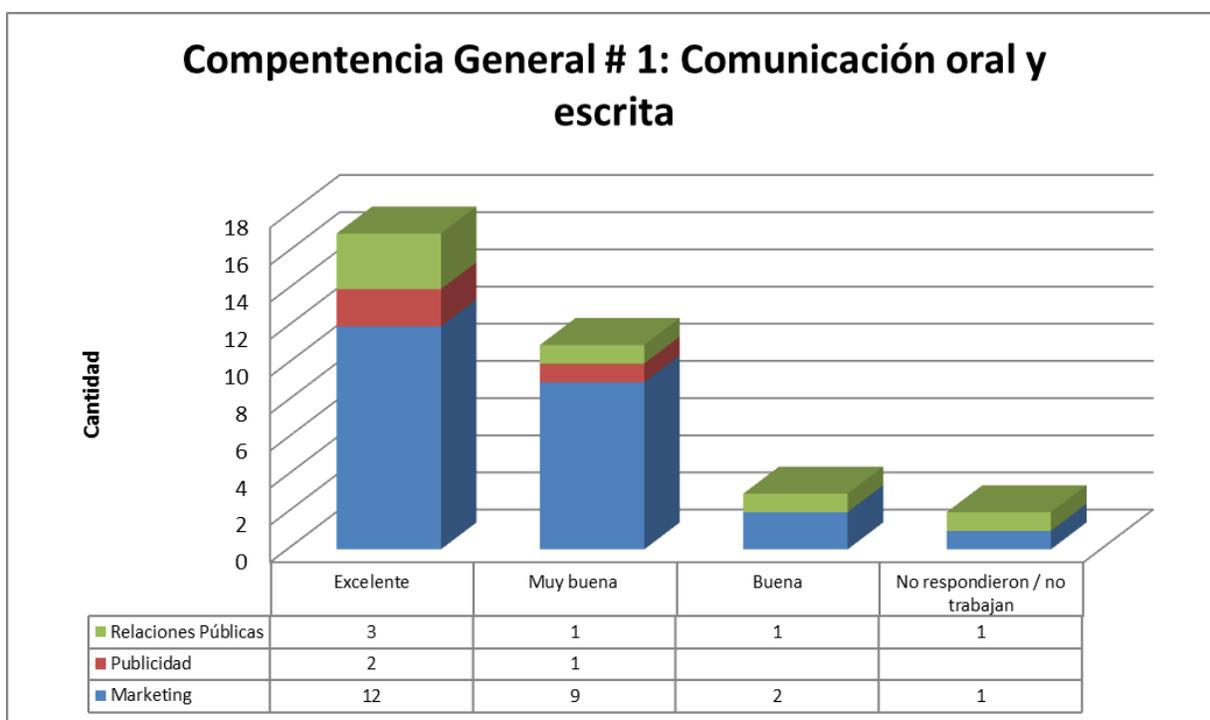
Elaborado por: USG

En la competencia 3, el 39% (13) de los encuestados dijo que era excelente, mientras que el 36% (12) dijo que era muy buena y el 15% (5) dijo ser buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 46: “Competencia general N°.1: Comunicación oral y/o Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN							
	carreras							
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	12	36%	2	6%	3	9%	17	52%
Muy buena	9	27%	1	3%	1	3%	11	33%
Buena	2	6%		0%	1	3%	3	9%
No respondieron / no trabajan	1	3%		0%	1	3%	2	6%
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%



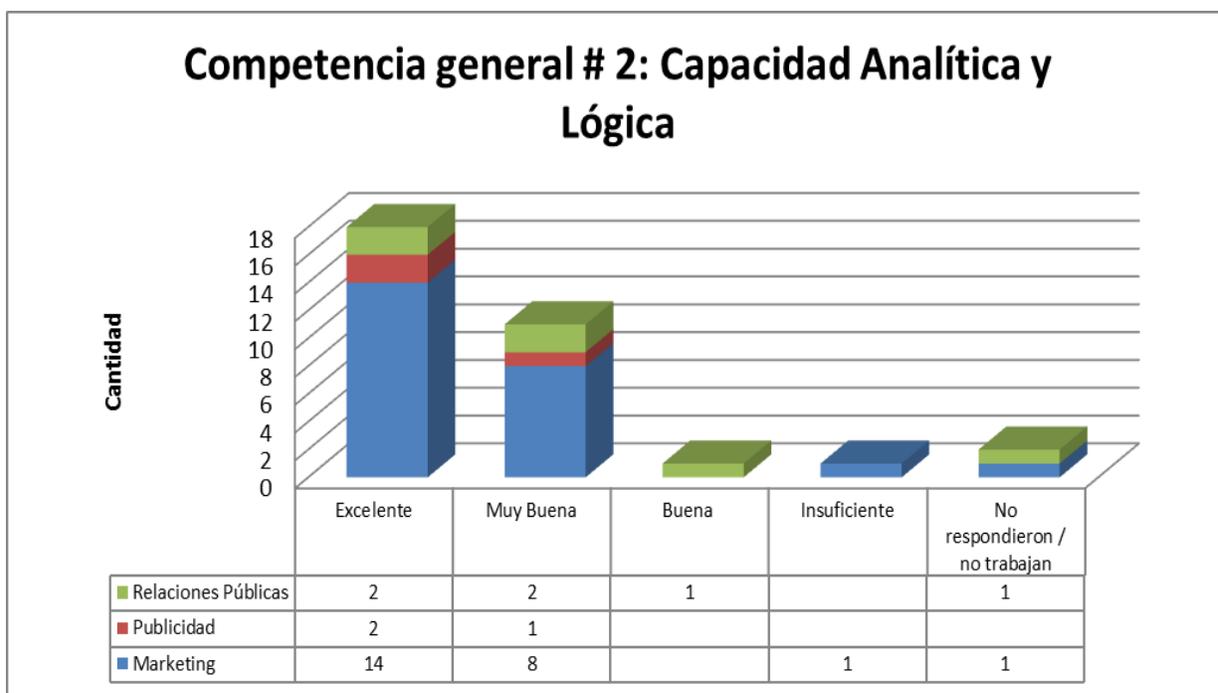
Fuente: USG
Elaborado por: USG

Con la competencia general 1, el 52% (17) dijo que era excelente, mientras que el 33% (11) dijo que era muy buena y el 9% (3) dijo ser buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 47: “Competencia general N°.2: Capacidad analítica lógica”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN							
Carreras									
Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje		
Calificación	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje			
Excelente	14	42%	2	6%	2	6%	18	55%	
Muy Buena	8	24%	1	3%	2	6%	11	33%	
Buena		0%		0%	1	3%	1	3%	
Insuficiente	1	3%		0%		0%	1	3%	
No respondieron / no trabajan	1	3%		0%	1	3%	2	6%	
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%	



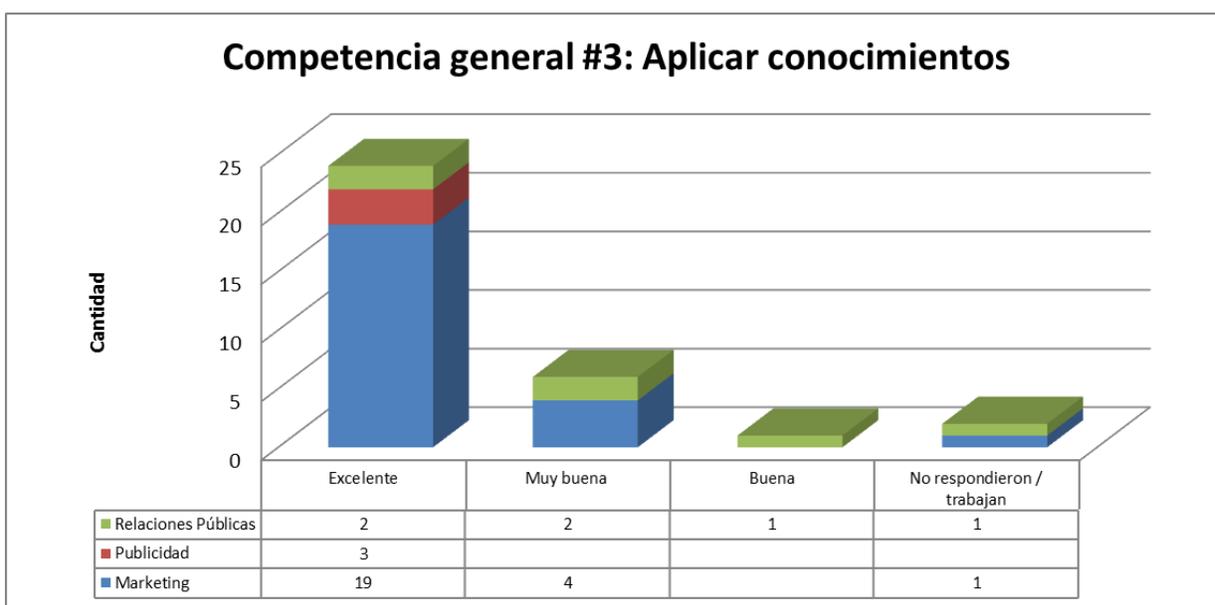
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 55% (18) de los encuestados dijo que con respecto a la competencia general 2 era excelente, mientras que el 33% (11) dijo que era muy buena y el 6% (2) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 48: “Competencia general N°.3: Capacidad para aplicar los conocimientos generales”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN							
Competencia		Marketing							
FACULTADES		Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente		19	58%	3	9%	2	6%	24	73%
Muy buena		4	12%		0%	2	6%	6	18%
Buena			0%		0%	1	3%	1	3%
No respondieron / trabajan		1	3%		0%	1	3%	2	6%
Total general		24	73%	3	9%	6	18%	33	100%



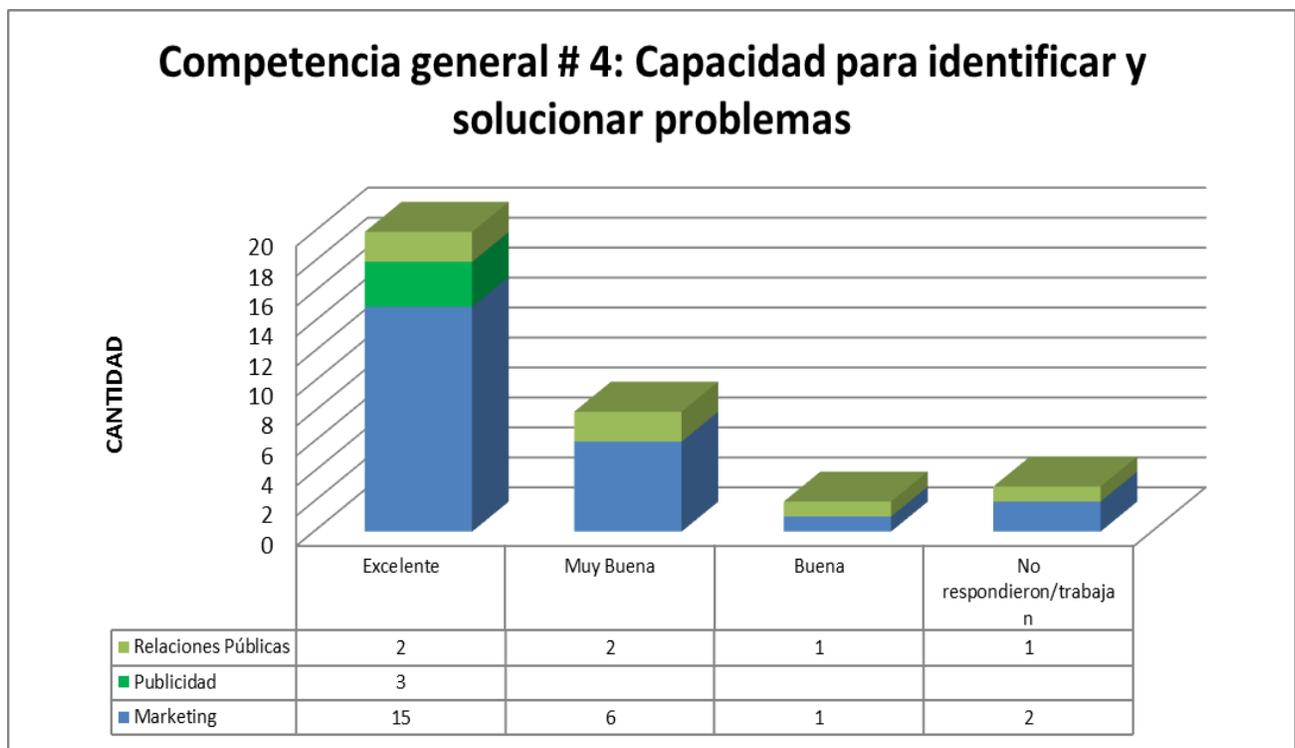
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 73% (24) sobre la competencia general 3 dijo que era excelente, mientras que el 18% (6) dijo que era muy bueno y el 6% (2) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 49: “Competencia general N°.4: Capacidad para identificar y solucionar problemas de su área”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN							
	Carreras							
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	15	45%	3	9%	2	6%	20	61%
Muy Buena	6	18%		0%	2	6%	8	24%
Buena	1	3%		0%	1	3%	2	6%
No respondieron/trabajan	2	6%		0%	1	3%	3	9%
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%



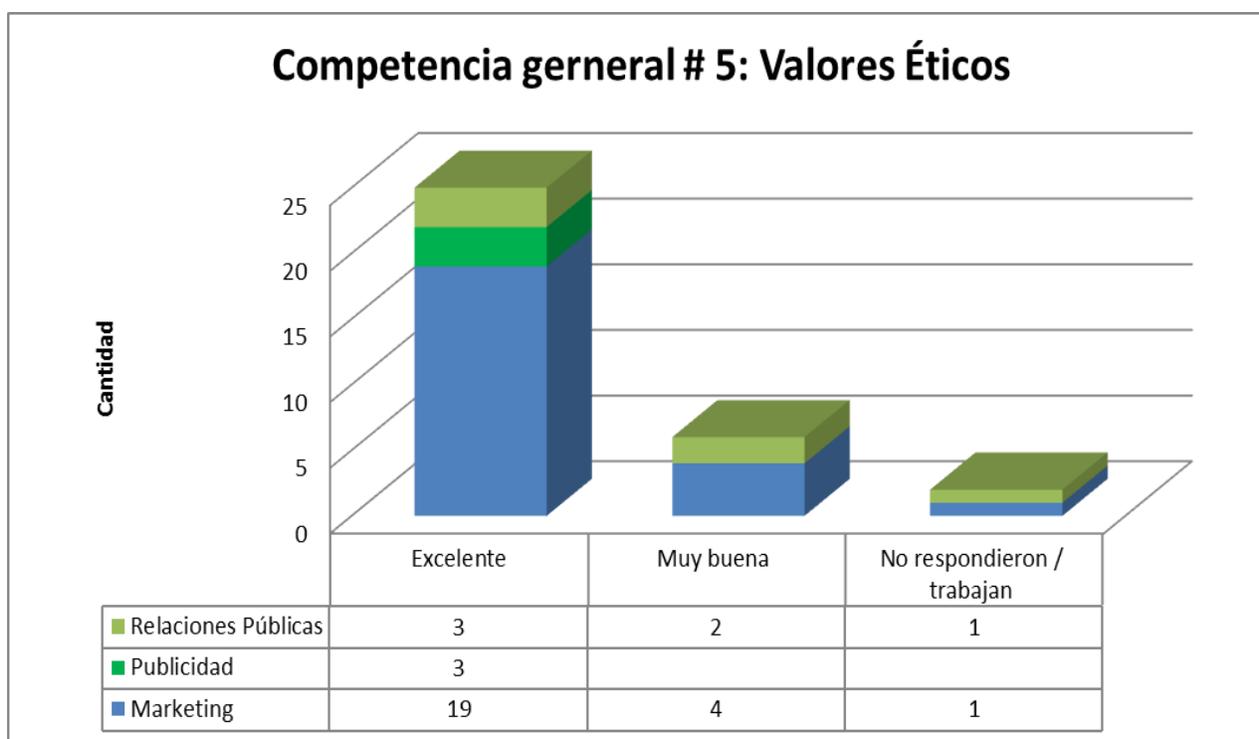
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 61% (20) con respecto a la competencia general 4 dijo que era excelente, mientras que el 24% (8) dijo que era muy buena y el 9% (3) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 50: “Competencia general N°.5: Valores Éticos”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN						
FACULTADES	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	19	58%	3	9%	3	9%	25	76%
Muy buena	4	12%		0%	2	6%	6	18%
No respondieron / trabajan	1	3%		0%	1	3%	2	6%
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%

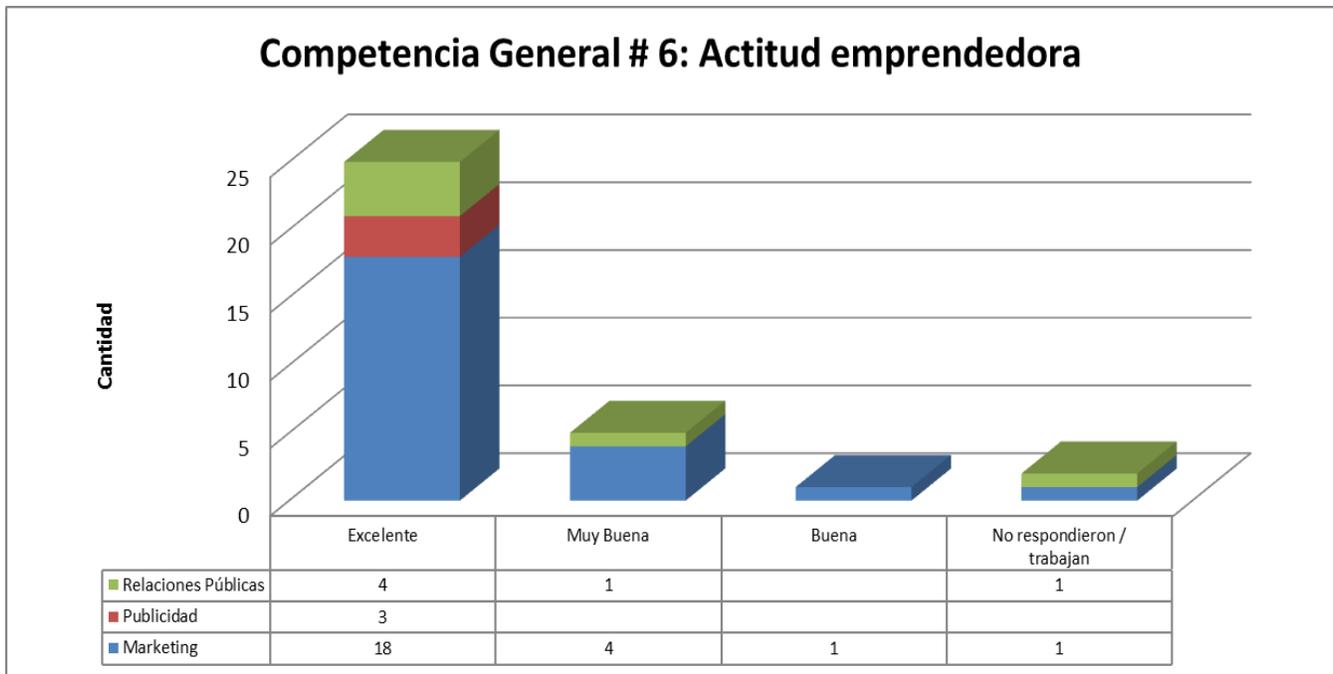


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 76% de los encuestados sobre los valores éticos dijo que era excelente, mientras que el 18% (6) dijo que era muy bueno y el 6% (2) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 51: “Competencia general N°.6: Actitud emprendedora”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN							
	Carreras							
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	18	55%	3	9%	4	12%	25	76%
Muy Buena	4	12%		0%	1	3%	5	15%
Buena	1	3%		0%		0%	1	3%
No respondieron / trabajan	1	3%		0%	1	3%	2	6%
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%



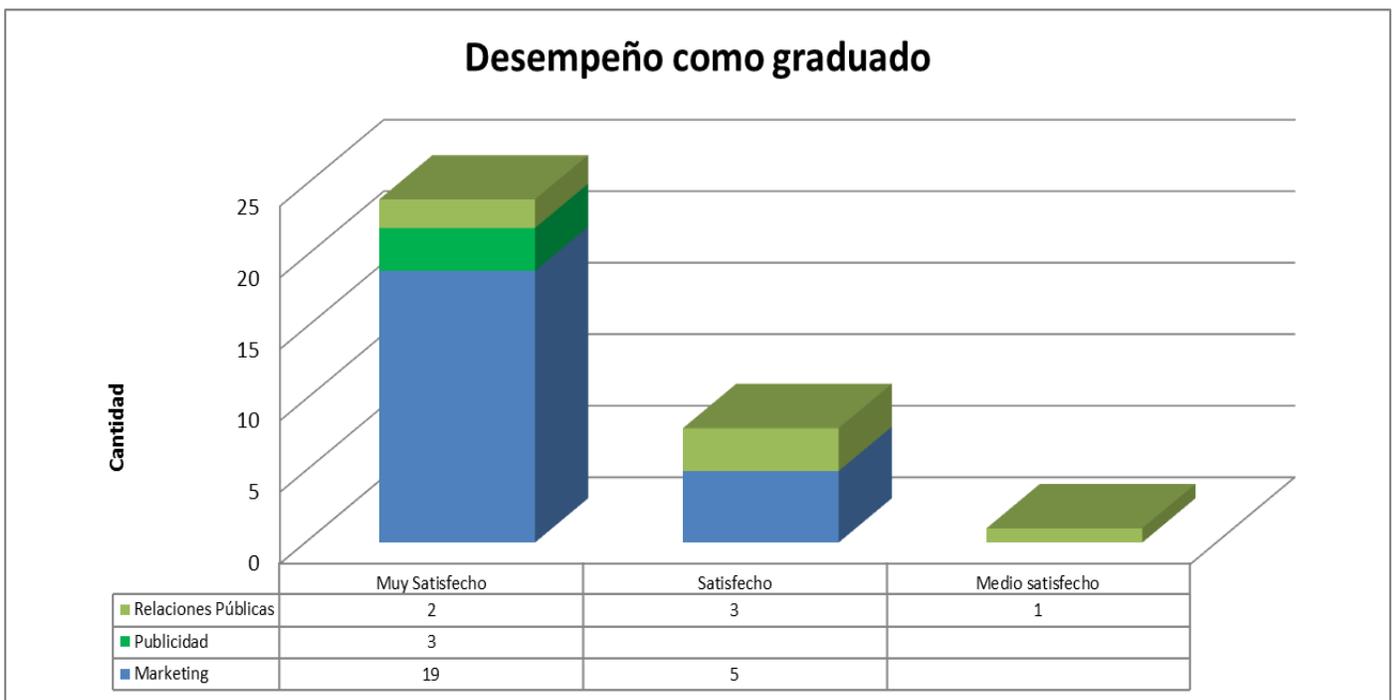
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 76% (25) de los encuestados dijo que la actitud emprendedora es excelente, mientras que el 15% (5) dijo que es muy buena y el 6% (2) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 52: “Evaluación general de su desempeño como graduado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								
	Desempeño								
	Marketing		Publicidad		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje	
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje			
Muy Satisfecho	19	58%	3	9%	2	6%	24	73%	
Satisfecho	5	15%		0%	3	9%	8	24%	
Medio satisfecho		0%		0%	1	3%	1	3%	
Total general	24	73%	3	9%	6	18%	33	100%	



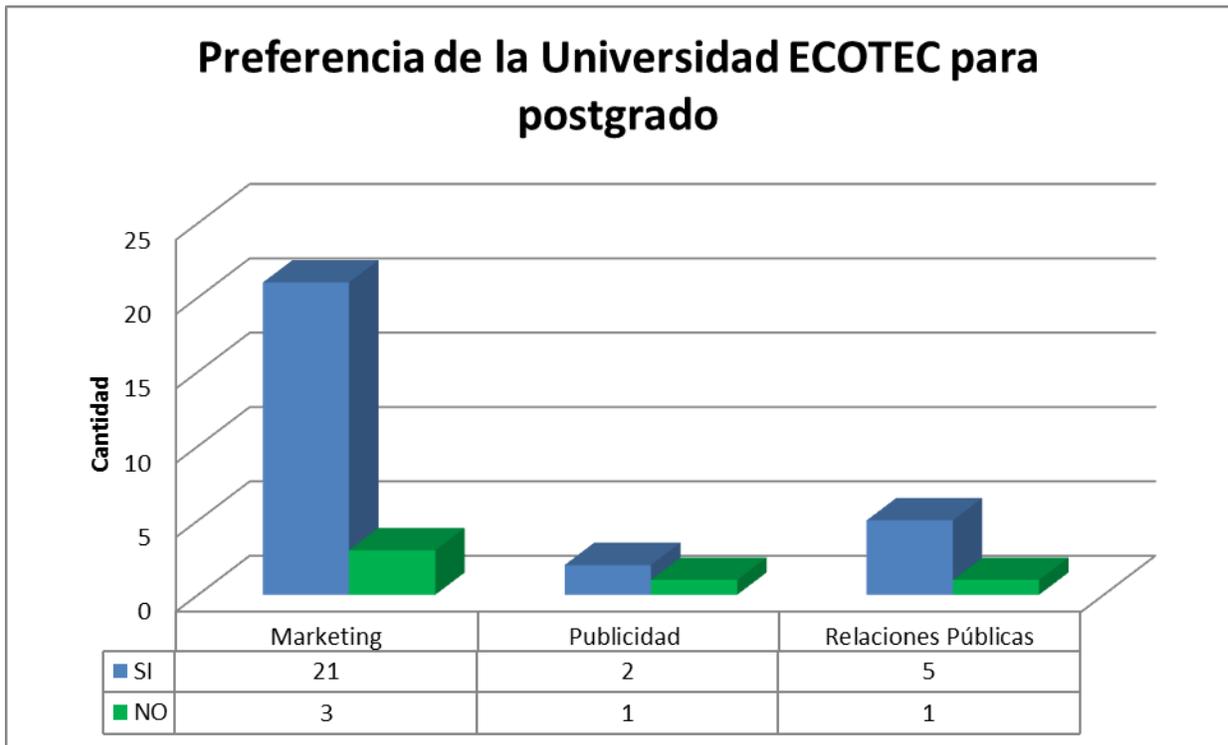
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 73% (24) de los graduados califican su desempeño como muy satisfecho, mientras que el 24% (8) lo consideran satisfecho y el 3% (1) medio satisfecho.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 54: “Preferencia de la Universidad ECOTEC para cursar estudios de postgrado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING / COMUNICACIÓN						
carreras	Etiquetas		SI		NO		Total cantidad	Total Porcentaje
	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje				
Marketing	21	64%	3	9%	24	73%		
Publicidad	2	6%	1	3%	3	9%		
Relaciones Públicas	5	15%	1	3%	6	18%		
Total general	28	85%	5	15%	33	100%		



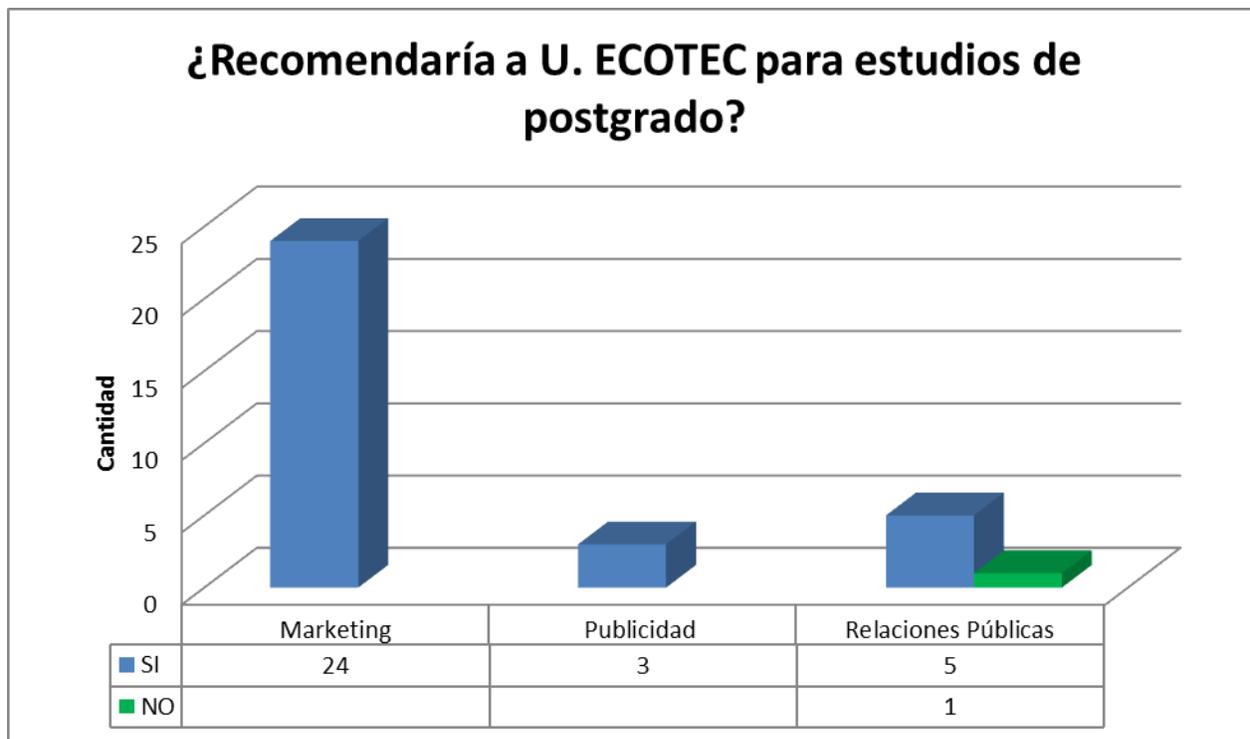
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 85% (28) de los graduados gustan de una preferencia de la Ecotec para post grado y el 15% (5) dijo que no estaría de acuerdo.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 55: “Cantidad de graduados que recomendarían la Universidad ECOTEC para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING COMUNICACIÓN						
	Etiquetas ()						
	SI		NO		Total Cantidad	Total porcentaje	
FACULTADES	Cantidad	porcentaje	Cantidad	porcentaje			
Marketing	24	73%		0%	24	73%	
Publicidad	3	9%		0%	3	9%	
Relaciones Públicas	5	15%	1	3%	6	18%	
Total general	32	97%	1	3%	33	100%	



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 97% (32) de los graduados recomendarían la Universidad para estudiar post grados mientras que el 3% (1) no lo haría.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 56: “Temas de interés para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

- Comunicación
- Publicidad
- Marketing
- Neuromarketing
- Gestión de Proyectos
- Relaciones Públicas
- Ventas
- Medio Ambiente

Fuente: USG

Elaborado por: USG

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 57: “Temas de interés para cursos de certificación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

- Certificaciones ISO
- Sector Público
- Diseño en 3D
- Packaging
- Neuromarketing
- Relaciones Públicas

Fuente: USG
Elaborado por: USG



**FACULTAD DE MARKETING Y
COMUNICACIÓN**

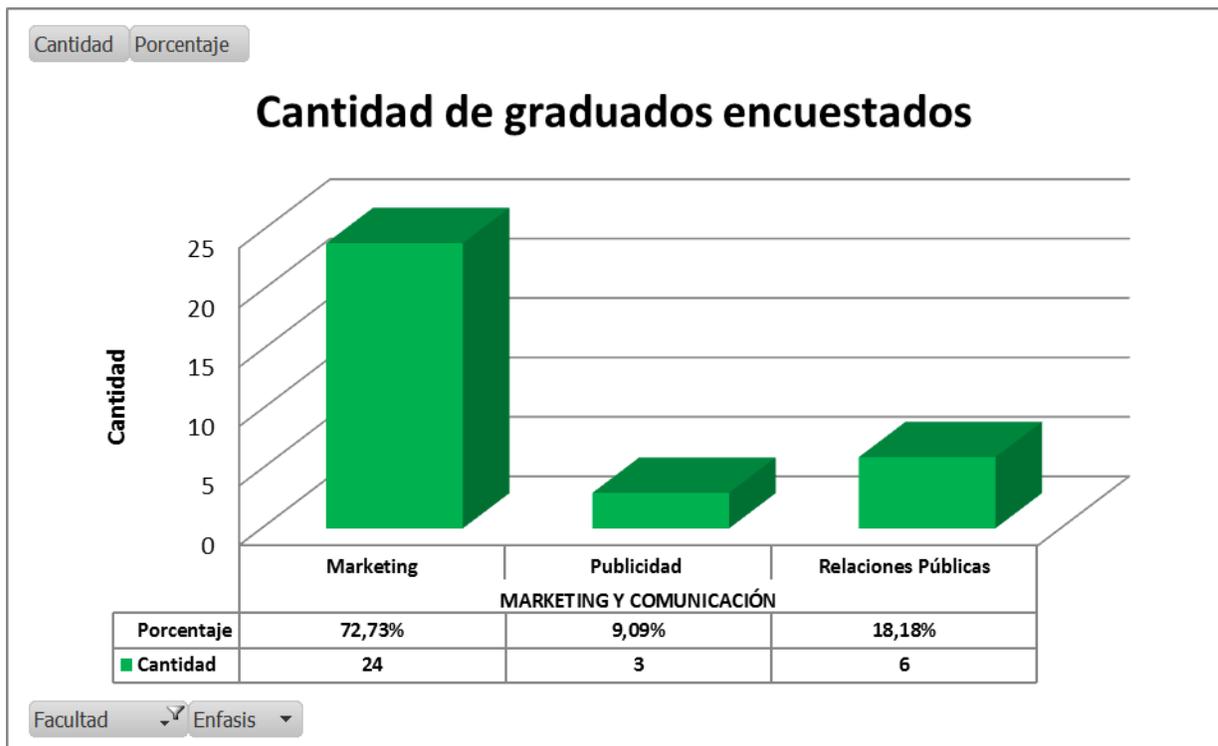
CARRERA: MARKETING

Diciembre 2014

1. Información general

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Gráfica 1: "Cantidad de Encuestados"
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Cantidad	Porcentaje
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	33	100,00%
Marketing	24	72,73%
Publicidad	3	9,09%
Relaciones Públicas	6	18,18%
Total general	33	100,00%

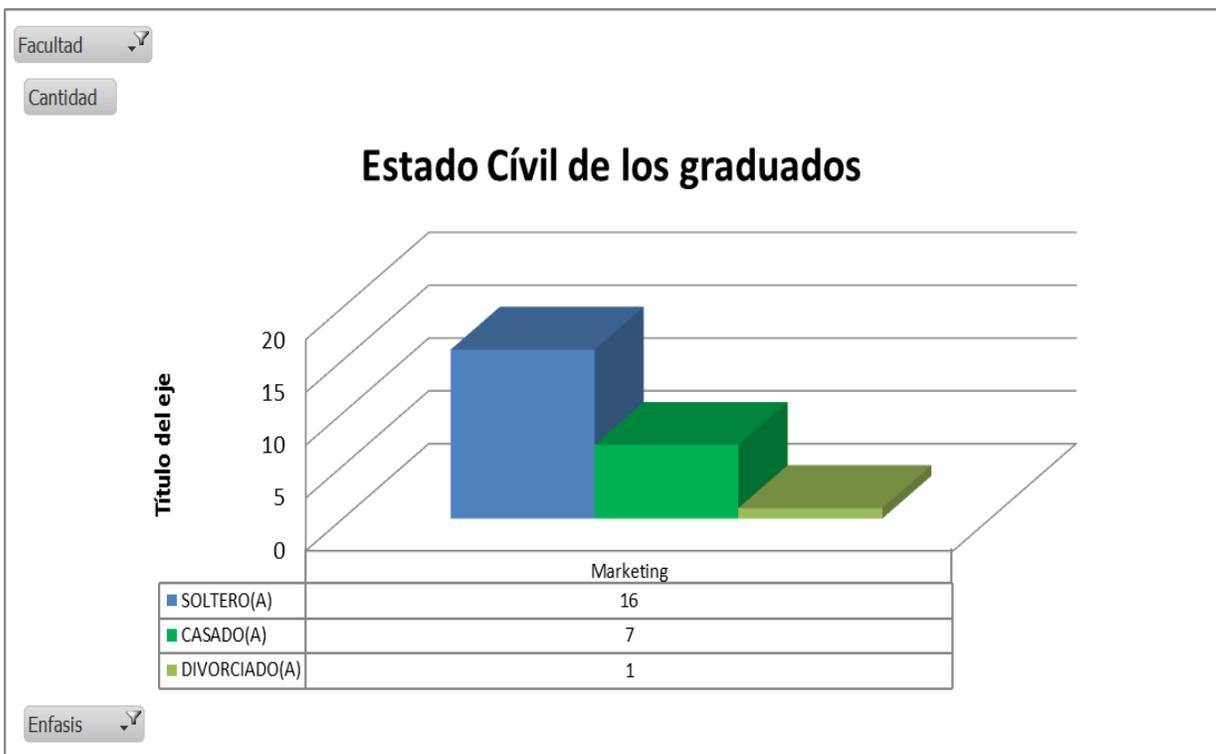


Fuente: USG
Elaborado por: USG

De los 33 alumnos graduados el 72% (24) representa a alumnos de la carrera de Marketing.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 2: “Estado Civil de los graduados encuestados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
Cantidad	Etiquetas de columna			
FACULTADES	SOLTERO(A)	CASADO(A)	Total general	
Marketing	16	7	1	24
Total general	16	7	1	24



Fuente: USG
Elaborado por: USG

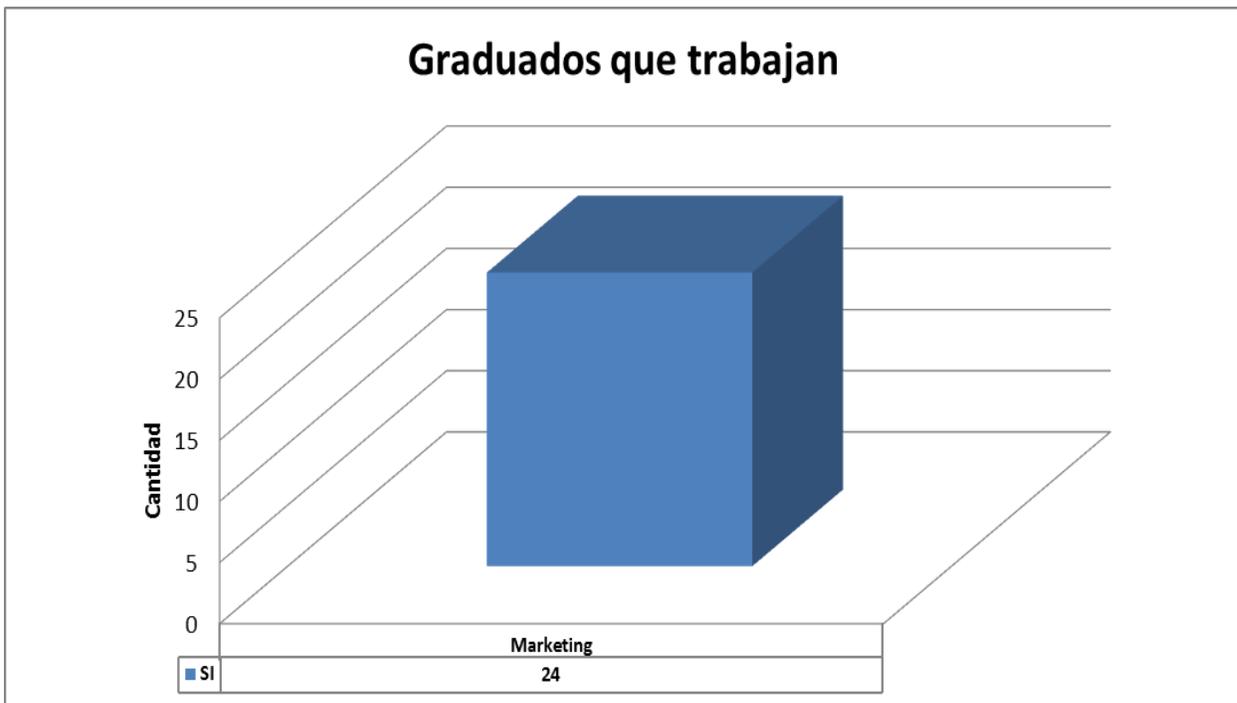
De los 24 alumnos, 16 de ellos son solteros, 7 son casados mientras que 1 s divorciado.

2. Situación laboral actual

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 3: “Cantidad de Graduados que trabajan actualmente”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Cantidad	Etiquetas de columna	
Carreras	SI	Total general
Marketing	24	24
Total general	24	24

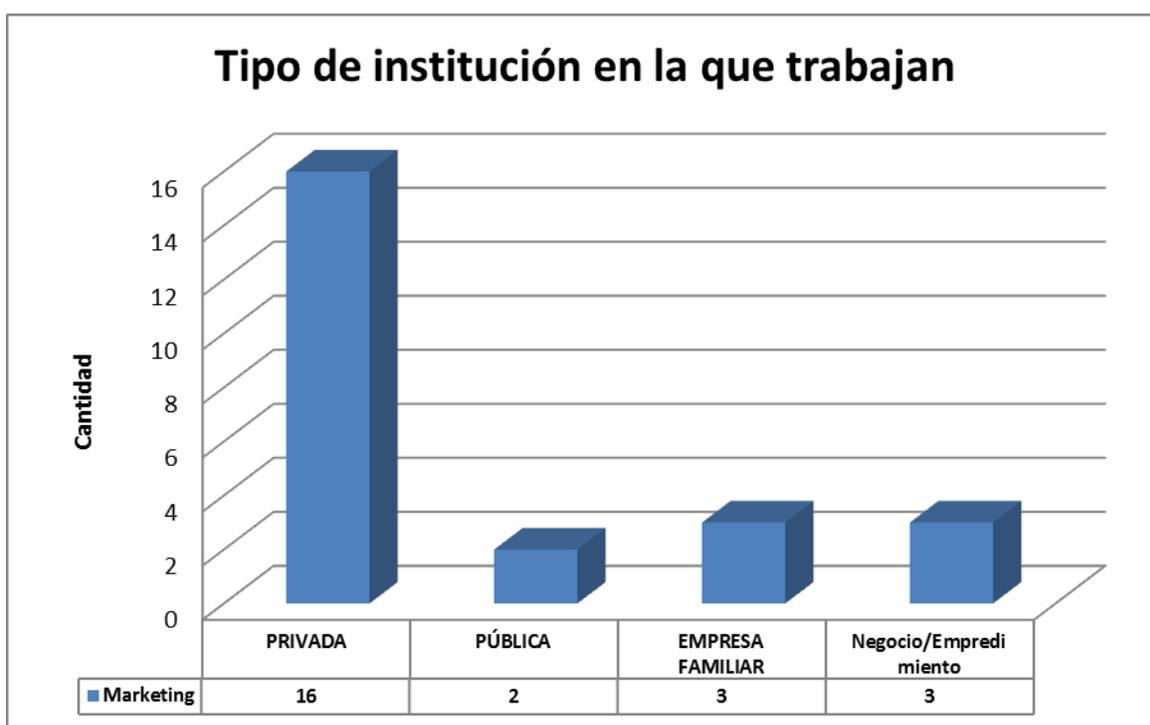


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados laboran actualmente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 4: “Tipo de institución en la que trabajan los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Tipo Empresa	Carreras		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Marketing			
	Cantidad	Porcentaje		
PRIVADA	16	67%	16	67%
PÚBLICA	2	8%	2	8%
EMPRESA FAMILIAR	3	13%	3	13%
Negocio/Empredimiento	3	13%	3	13%
Total general	24	100%	24	100%

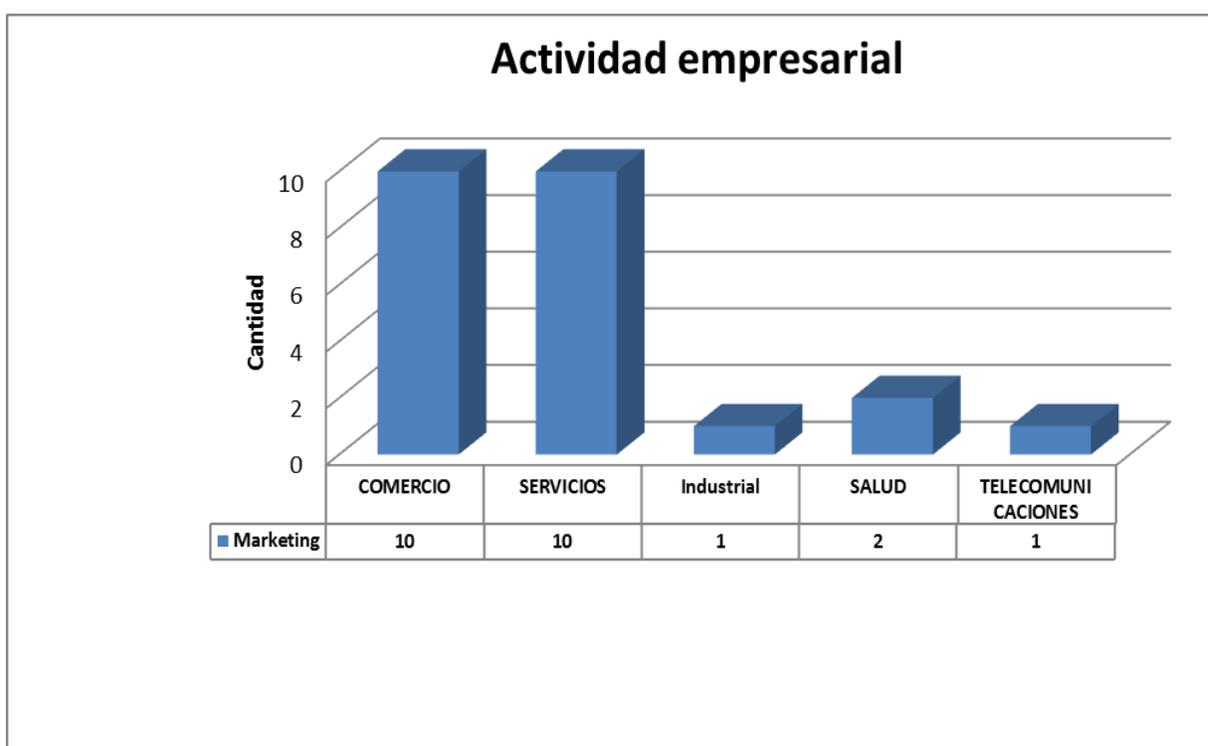


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (16) laboran en el sector privado, mientras que el 12% tienen negocio propio y tienen empresa familiar respectivamente y el 8% (2) labora en el sector público.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 5: “Actividad económica de la empresas”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Carreras <input type="button" value="v"/>				
Marketing			Total Cantidad	Total Porcentaje
Actividad Empresarial <input type="button" value="v"/>	Cantidad	Porcentaje		
COMERCIO	10	42%	10	42%
SERVICIOS	10	42%	10	42%
Industrial	1	4%	1	4%
SALUD	2	8%	2	8%
TELECOMUNICACIONES	1	4%	1	4%
Total general	24	100%	24	100%

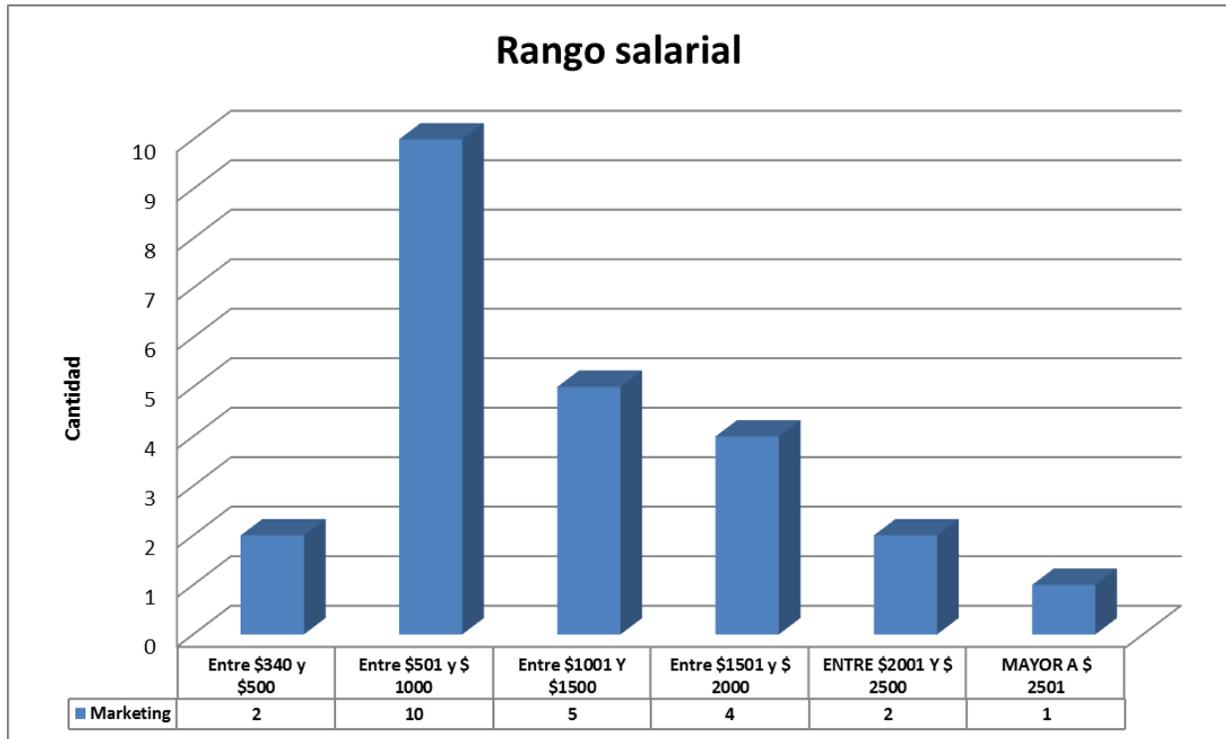


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 41% (10) de los encuestados laboran en el sector comercial y de servicios, mientras que el 8% (2) labora en salud y el 2% (1) en el sector industrial y telecomunicaciones respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 6: “Rango salarial”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

	Carreras <input type="text" value="Marketing"/>		Total Cantidad	Total Porcentaje
Rango Salarial <input type="text" value="Entre \$340 y \$500"/>	Cantidad	Porcentaje		
Entre \$340 y \$500	2	8,33%	2	8,33%
Entre \$501 y \$ 1000	10	41,67%	10	41,67%
Entre \$1001 Y \$1500	5	20,83%	5	20,83%
Entre \$1501 y \$ 2000	4	16,67%	4	16,67%
ENTRE \$2001 Y \$ 2500	2	8,33%	2	8,33%
MAYOR A \$ 2501	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



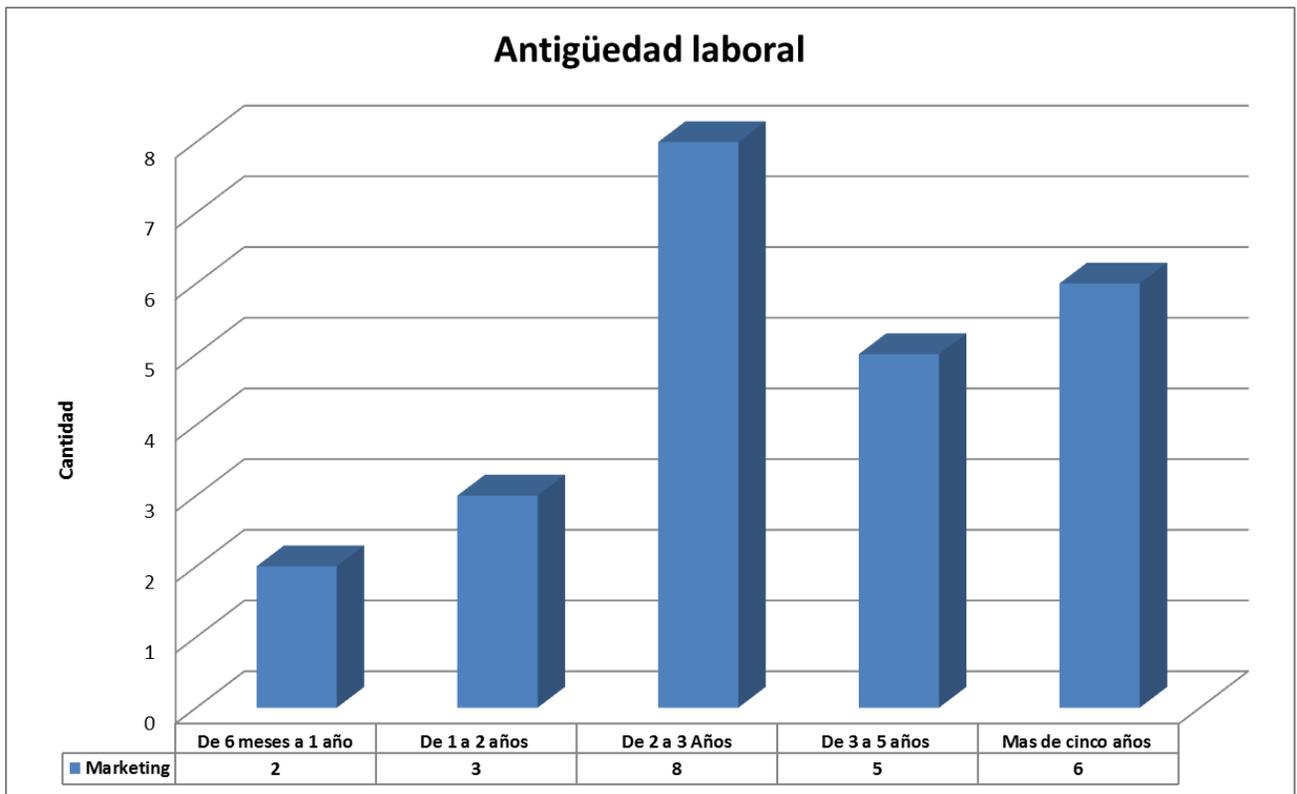
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 41% (10) recibe una remuneración de 501 – 1000, mientras que el 20% (5) gana de 1001 – 1500, el 16% (4) de 1501 – 2000, el 8% de 340 – 500 y 2001 – 2500 respectivamente y por último el 2% (1) percibe más de 2501.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 7: “Antigüedad laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

		Carreras		Total Cantidad	Total Porcentaje
		Marketing			
Antigüedad		Cantidad	Porcentaje		
De 6 meses a 1 año		2	8,33%	2	8,33%
De 1 a 2 años		3	12,50%	3	12,50%
De 2 a 3 Años		8	33,33%	8	33,33%
De 3 a 5 años		5	20,83%	5	20,83%
Mas de cinco años		6	25,00%	6	25,00%
Total general		24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 33% (8) tiene laborando de 2 a 3 años, mientras que el 25% (6) tiene más de 5 años, el 20% (5) tiene de 3 a 5 años, el 12% (3) tiene de 1 a 2 años y el 8% (2) de 6 meses a 1 año.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 8: “Cantidad de graduados que trabajan en su especialidad”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

	Calificac				Total Cantidad	Total Porcentaje
	SI		NO			
Facultades	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	17	70,83%	7	29,17%	24	100,00%
Marketing	17	70,83%	7	29,17%	24	100,00%
Total general	17	70,83%	7	29,17%	24	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 70% (17) labora dentro de su especialidad mientras que la diferencia que es el 29% (7) no lo hace.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 10: “Categorías ocupacionales de los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Categorías Ocupacionales						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	15	83,33%	2	11,11%	1	5,56%	18	100,00%
Marketing	15	83,33%	2	11,11%	1	5,56%	18	100,00%
Total general	15	83,33%	2	11,11%	1	5,56%	18	100,00%

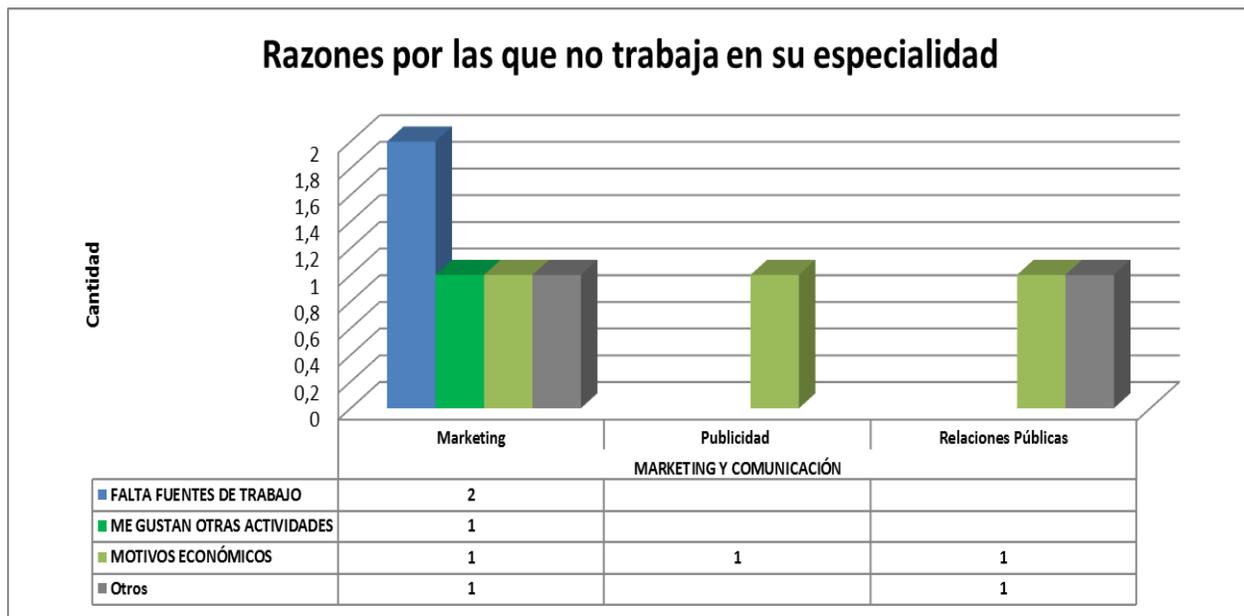


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 83% (15) de los encuestados trabaja en profesión en algún tipo de empresa, mientras que el 11% (2) labora en una actividad distinta a su profesión y el 4% (1) es independiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 11: “Razones por las que no trabajan en su especialidad”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Etiquetas de columna		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Marketing	Porcentaje		
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	5	100,00%	5	100,00%
FALTA FUENTES DE TRABAJO	2	40,00%	2	40,00%
ME GUSTAN OTRAS ACTIVIDADES	1	20,00%	1	20,00%
MOTIVOS ECONÓMICOS	1	20,00%	1	20,00%
Otros	1	20,00%	1	20,00%
Total general	5	100,00%	5	100,00%

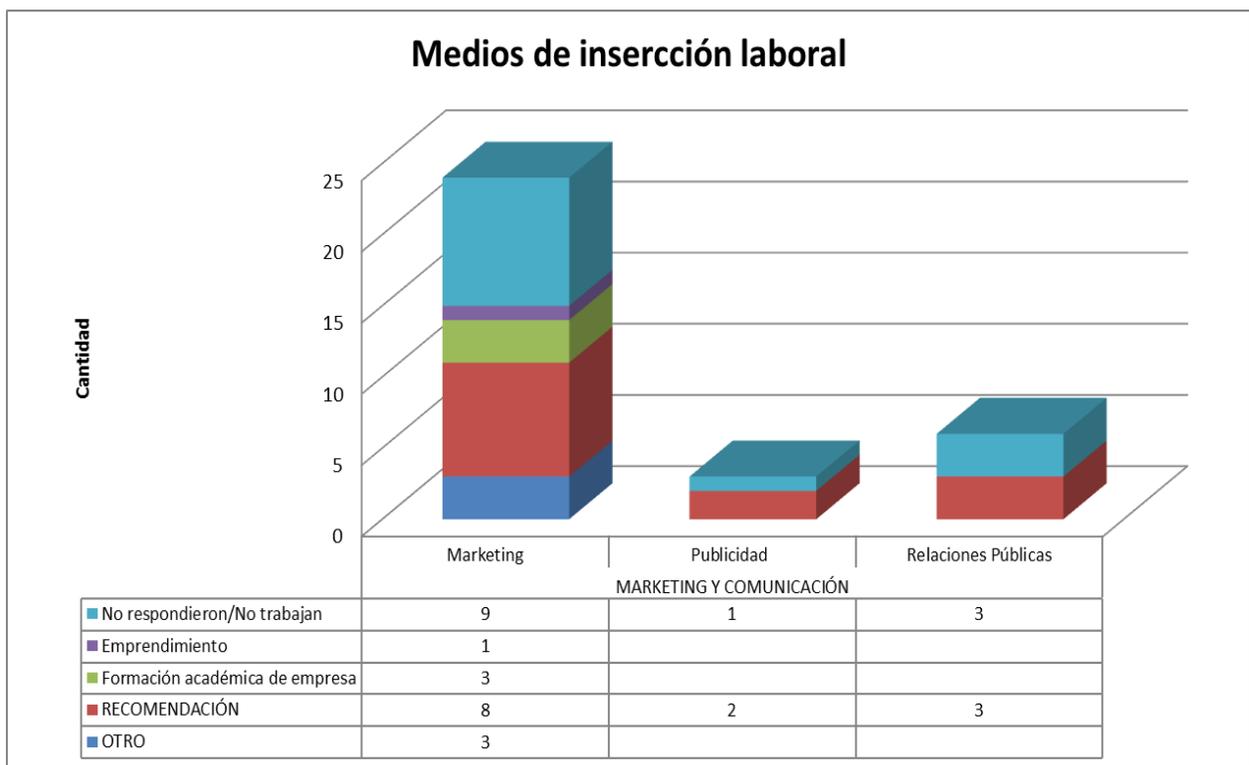


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 40% (2) dijo que no trabajan en su especialidad por falta de fuentes de trabajo, mientras que el 20% (1) dijo que le gusta otras actividades, por motivos económicos y por otros motivos respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 12: “Medios de Inserción laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Medios	Carrera		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	24	100,00%	24	100,00%
OTRO	3	12,50%	3	12,50%
RECOMENDACIÓN	8	33,33%	8	33,33%
Formación académica de empresa	3	12,50%	3	12,50%
Emprendimiento	1	4,17%	1	4,17%
No respondieron/No trabajan	9	37,50%	9	37,50%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 37% (9) de los graduados que no respondieron por qué medio de inserción laboral, mientras que el 33% (8) dijo que fue por recomendación, el 12% (3) fue por la formación académica de la empresa y el 4% (1) fue por emprendimiento.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 13: “Calificación de su formación profesional”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Carreras	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	EXCELENTE		MUY BUENA		BUENA			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Marketing	12	50,00%	11	45,83%	1	4,17%	24	100,00%
Total general	12	50,00%	11	45,83%	1	4,17%	24	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (12) dijo que su formación profesional recibida fue excelente, mientras que el 45% (11) dijo que fue muy buena y el 4% (1) dijo ser buena.

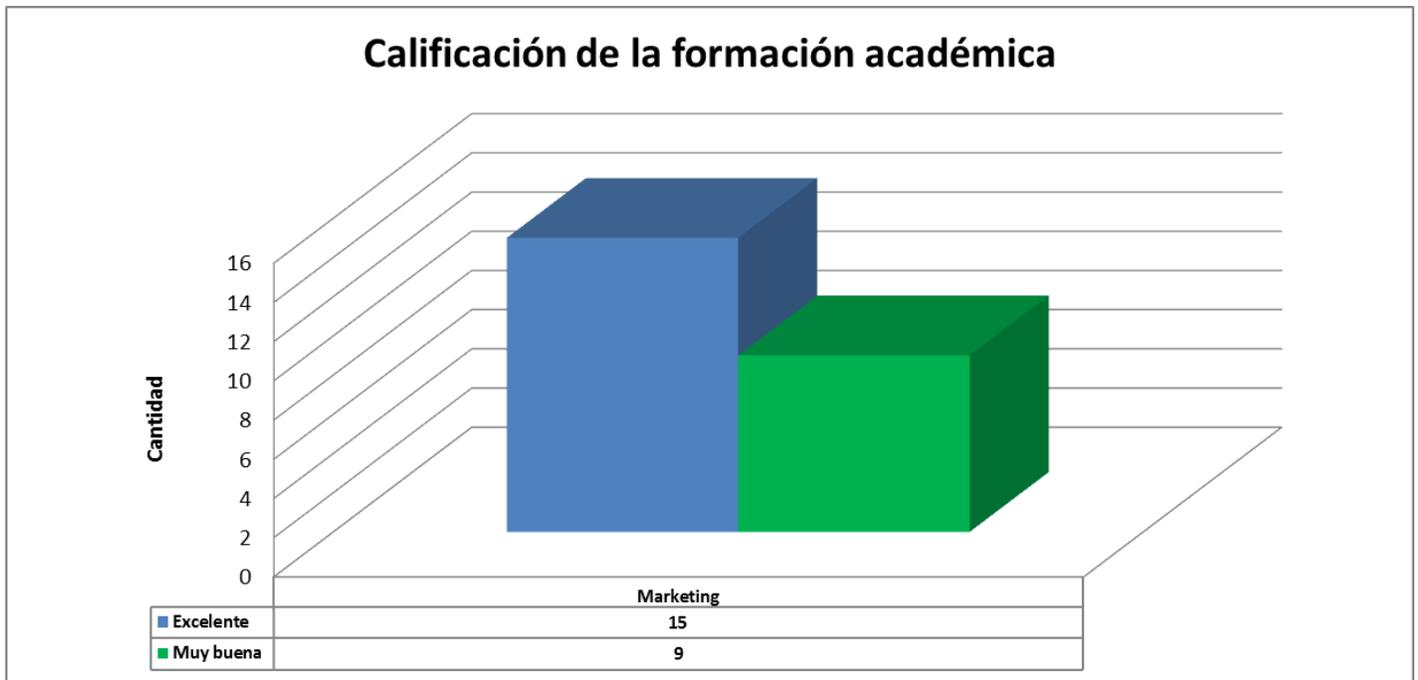
3. Percepción de su formación académica

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 14: “Calificación de la formación académica recibida en la U. Ecotec”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

CARRERAS	Excelente		Muy buena		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Marketing	15	62,50%	9	37,50%	24	100,00%
Total general	15	62,50%	9	37,50%	24	100,00%

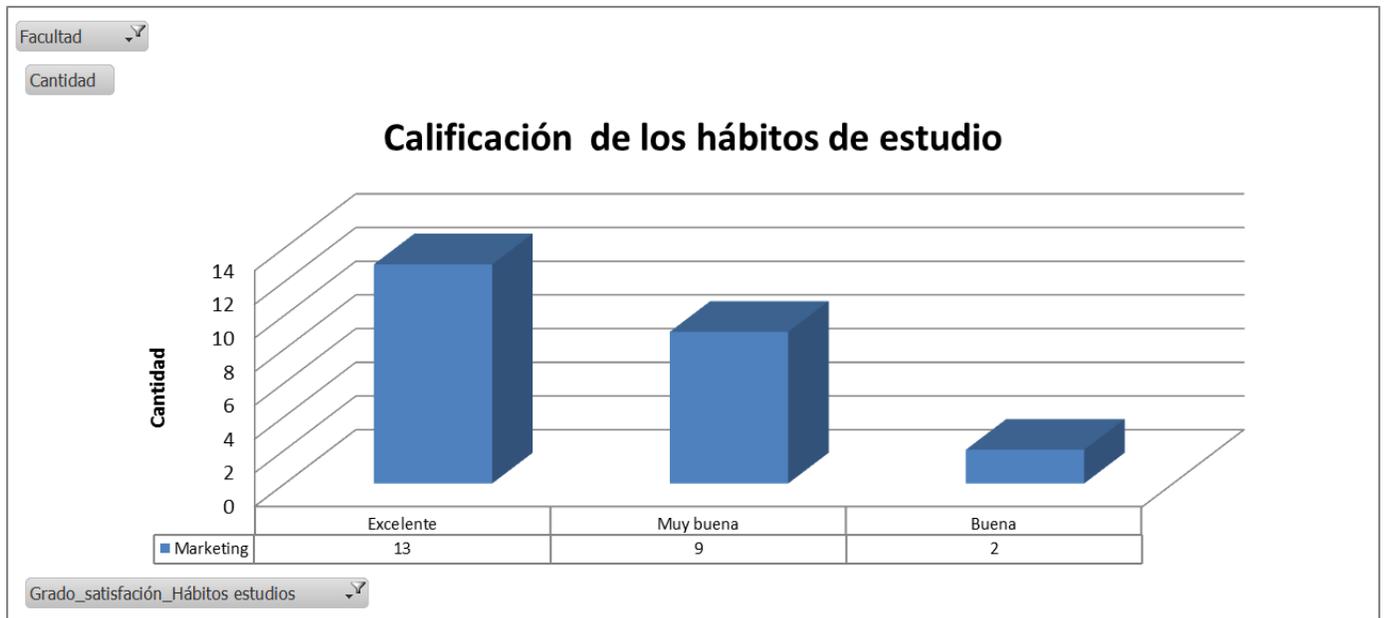


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 62% (15) de los encuestados dijo que la formación académica fue excelente mientras que el 37,5% (9) dijo ser muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 15: “Calificación de los hábitos de estudio”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Carreras	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	13	54,17%	13	54,17%
Muy buena	9	37,50%	9	37,50%
Buena	2	8,33%	2	8,33%
Total general	24	100%	24	100%

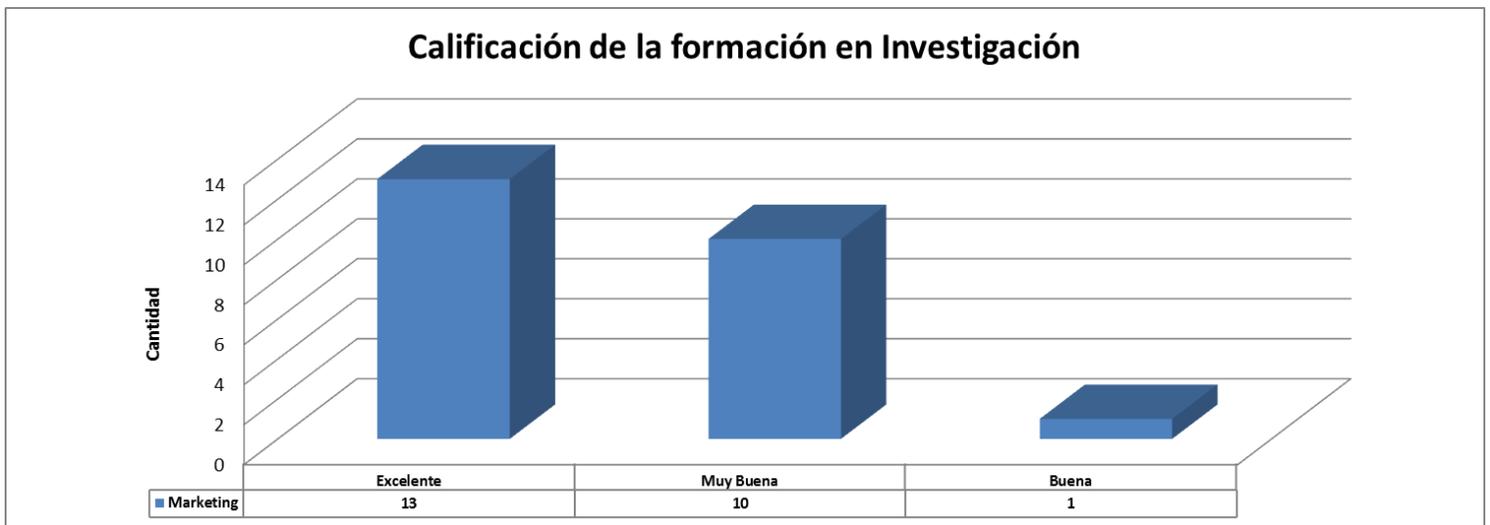


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 54% (13) de los graduados dijo que los hábitos de estudio fue excelente, mientras que el 37% (9) fue muy bueno y el 8% (2) fue bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 16: “Calificación de la Formación en Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

		Carreras			
		Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación		Cantidad	Porcentaje		
Excelente		13	54%	13	54%
Muy Buena		10	42%	10	42%
Buena		1	4%	1	4%
Total general		24	100%	24	100%

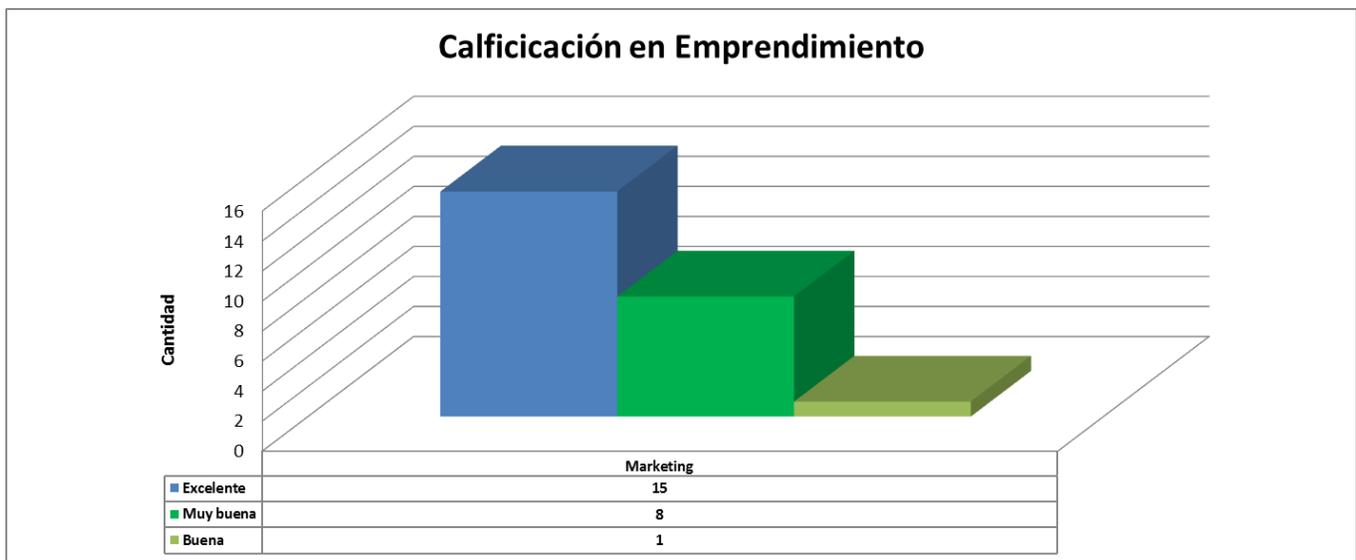


Fuente: USG
Elaborado por: USG

Con respecto a la formación en investigación el 54% (13) dijo que era excelente, mientras que el 41% (10) dijo que era muy bueno y el 4% (1) dijo que fue bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 17: “Calificación de la formación en Emprendimiento”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	15	62,50%	15	62,50%
Muy buena	8	33,33%	8	33,33%
Buena	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



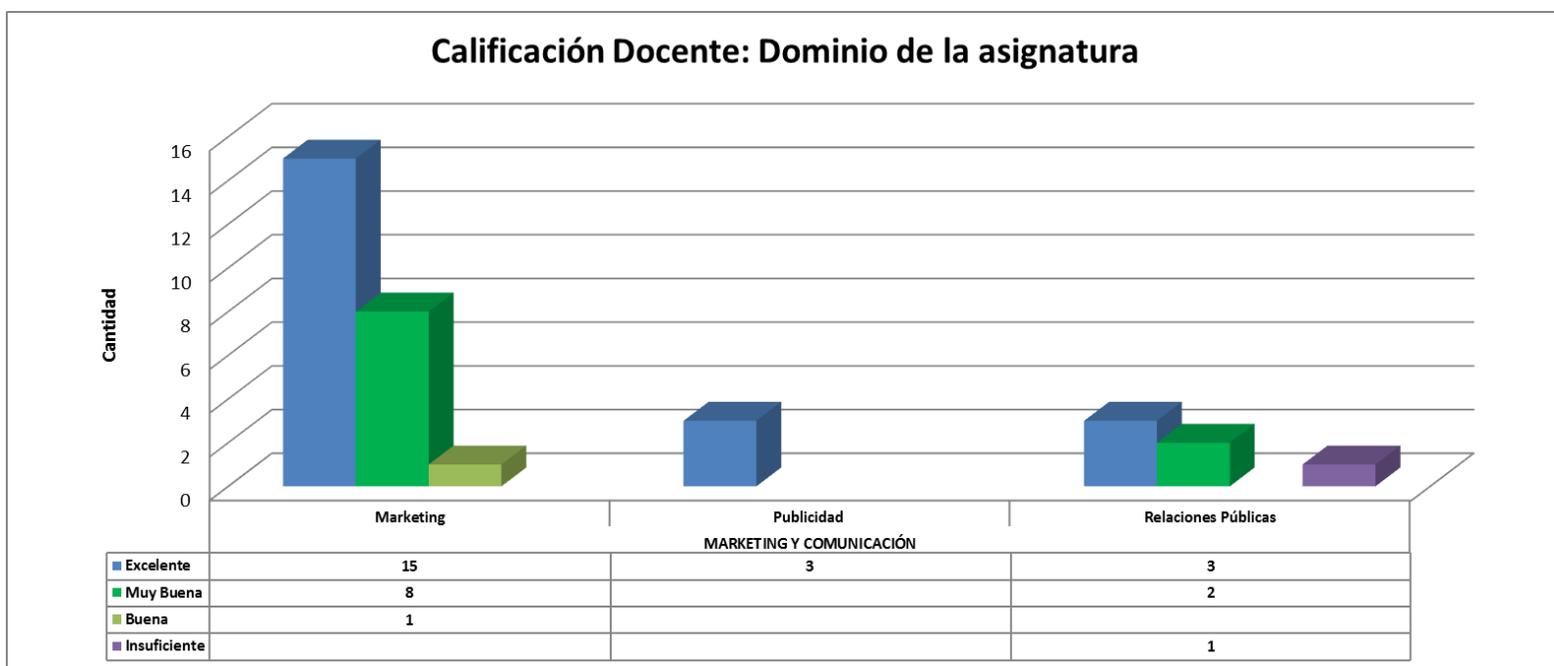
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 62% (15) de los graduados dijo que su calificación con respecto al emprendimiento fue excelente, mientras que el 33% (8) fue muy bueno y el 4% (1) dijo que era bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 18: “Calificación de los docentes: Dominio de la asignatura”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

		Calificación		
		Marketing	Total Cantidad	Total Porcentaje
Facultades		Cantidad	Porcentaje	
Excelente		15	62,50%	15
Muy Buena		8	33,33%	8
Buena		1	4,17%	1
Total general		24	100,00%	24



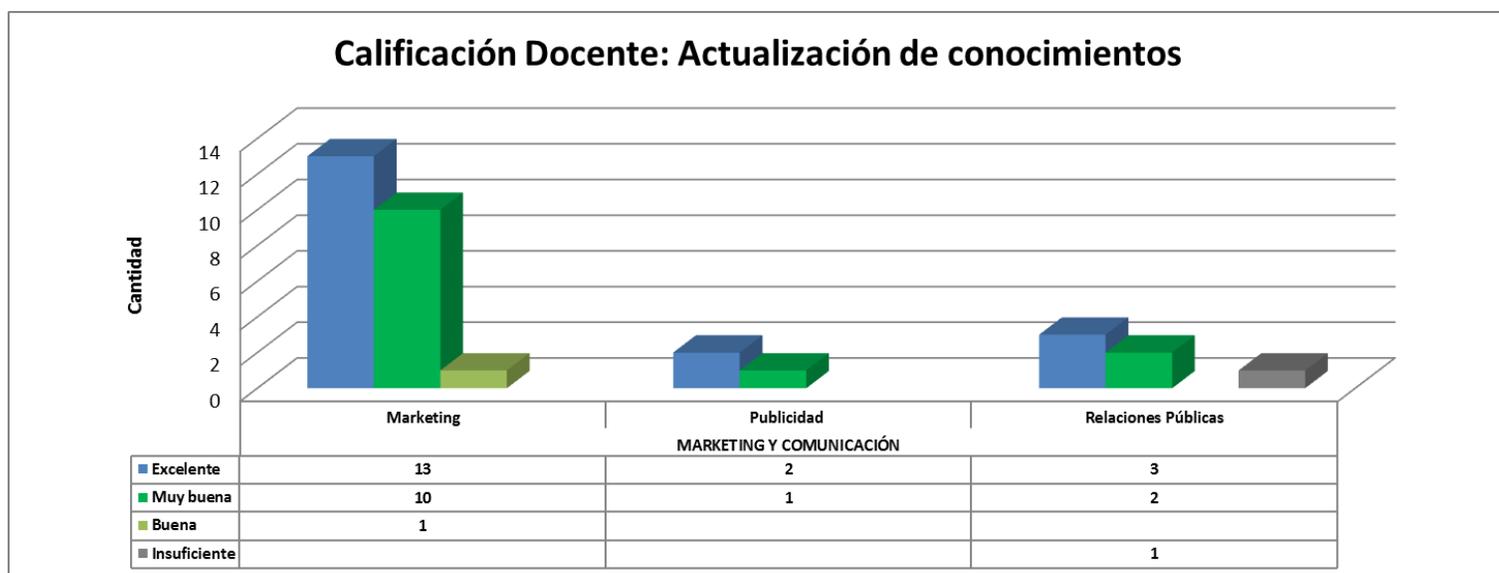
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 62% (15) de los encuestados dijo que el dominio de la asignatura fue excelente, mientras que el 33% (8) dijo que era muy buena y el 4% (1) dijo ser buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 19: “Calificación de los docentes: Actualización de los conocimientos”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	13	54,17%	13	54,17%
Muy buena	10	41,67%	10	41,67%
Buena	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



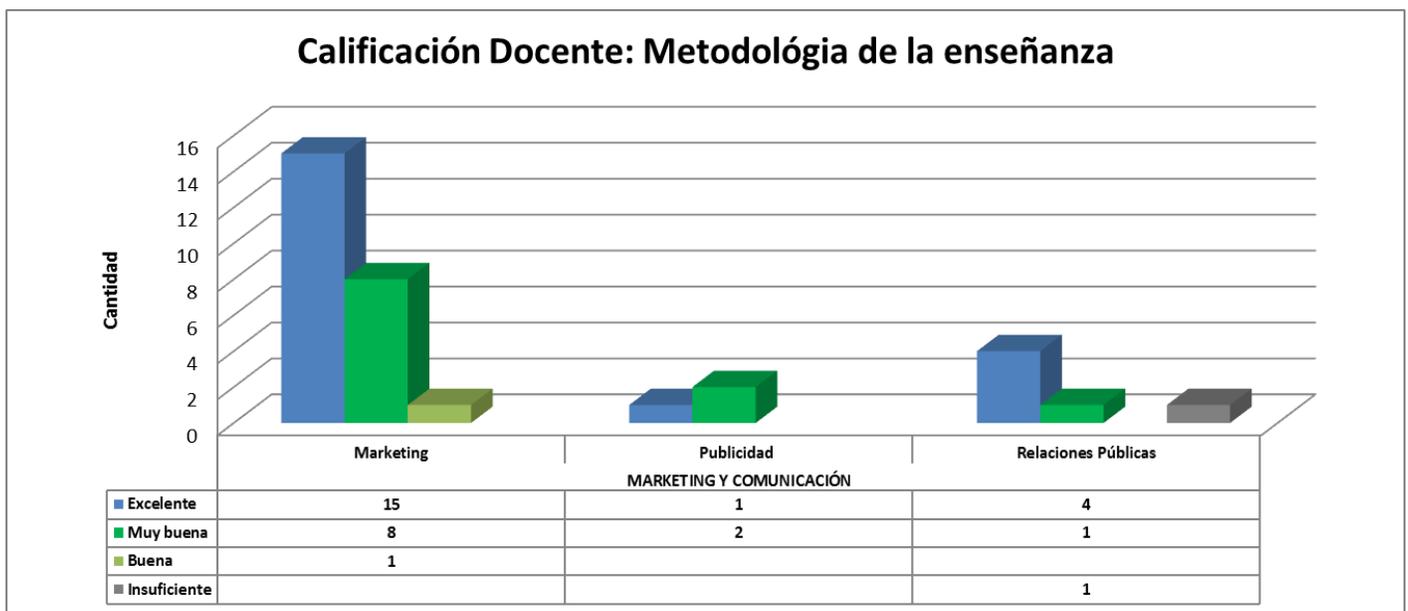
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 54% (13) de los graduados dijo que el conocimiento actualizado por parte de los docentes era excelente, mientras que el 41% (10) dijo que era muy buena y el 4% (1) dijo ser buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 20: “Calificación de los Docentes: Metodología de la Enseñanza”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Cantidad	Calificación				
Facultades	Excelente	Muy buena	Buena	Insuficiente	Total general
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING	20	11	1	1	33
Marketing	15	8	1		24
Publicidad	1	2			3
Relaciones	4	1		1	6
Total general	20	11	1	1	33



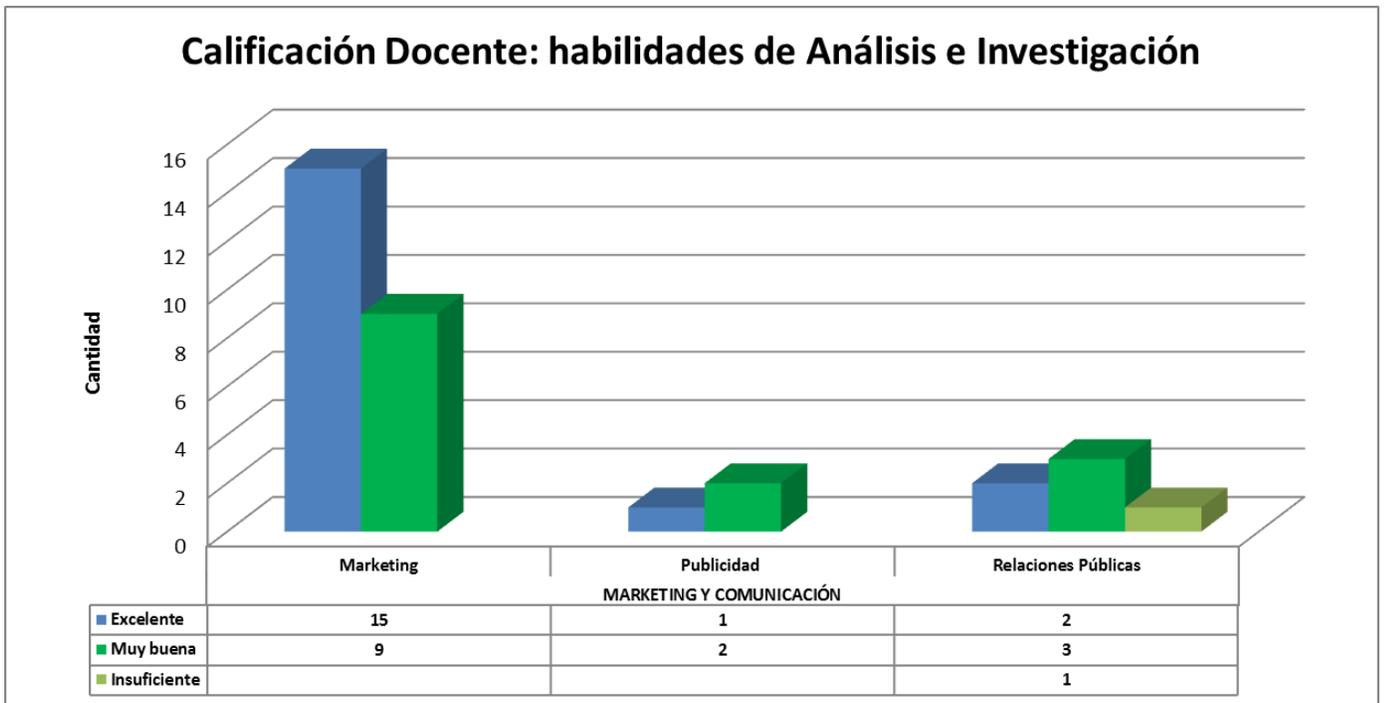
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 62% (15) de los graduado dijo que era excelente la metodología de enseñanza por parte de los docentes, mientras que el 33% (8) dijo que era muy buena y el 4% (1) dijo ser buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 21: “Calificación de los docentes: Fomento de las
habilidades de Análisis e Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	15	62,50%	15	62,50%
Muy buena	9	37,50%	9	37,50%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



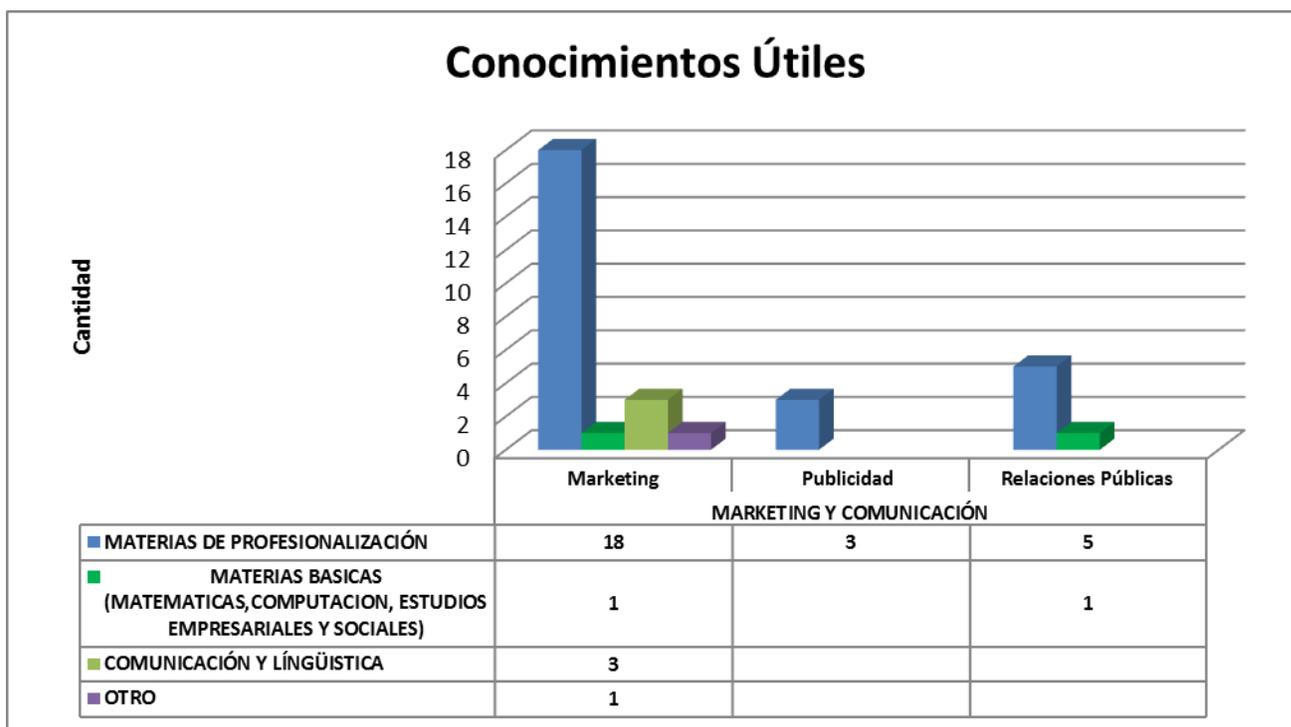
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 62% (15) dijo que las habilidades de investigación por parte del docente eran excelente y el 37% (9) dijo que era muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 22: “Conocimientos útiles adquiridos durante la carrera”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Conocimientos útiles	Carrera		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS DE PROFESIONALIZACIÓN	18	78,26%	18	78,26%
MATERIAS BASICAS (MATEMATICAS, COMPUTACION, ESTUDIOS EMPRESARIALES Y SOCIALES)	1	4,35%	1	4,35%
COMUNICACIÓN Y LÍNGÜÍSTICA	3	13,04%	3	13,04%
OTRO	1	4,35%	1	4,35%
Total general	23	100,00%	23	100,00%

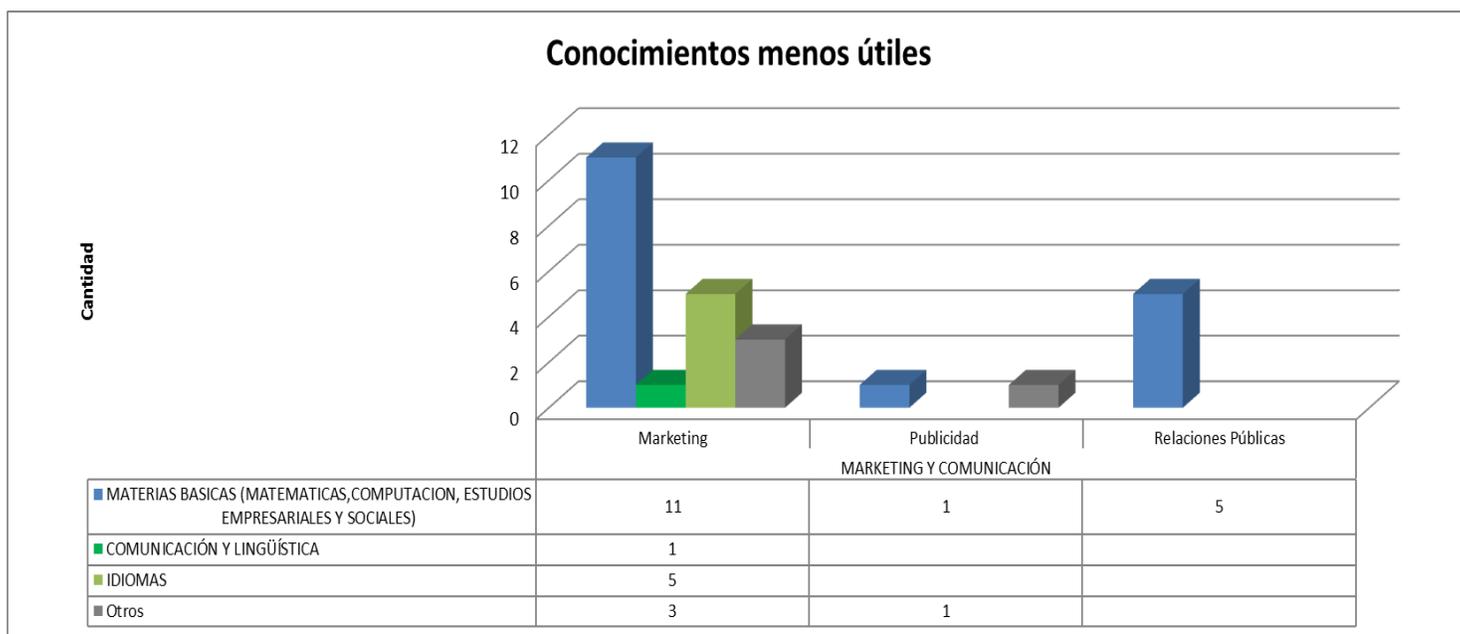


Fuente: USG
Elaborado por: USG

Con lo que respecta a conocimientos útiles por parte de los graduados el 75% (18) dijo que la más importante era las materias de profesionalización, mientras que el 12% (3) dijo que la de comunicación y lingüística les era útil y con el 4% (1) las materias básicas y otros respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 23: “Conocimientos menos útiles adquiridos durante la carrera”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Conocimientos	Carreras			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS BASICAS (MATEMATICAS, COMPUTACION, ESTUDIOS EMPRESARIALES Y SOCIALES)	11	55,00%	11	55,00%
COMUNICACIÓN Y LINGÜÍSTICA	1	5,00%	1	5,00%
IDIOMAS	5	25,00%	5	25,00%
Otros	3	15,00%	3	15,00%
Total general	20	100,00%	20	100,00%



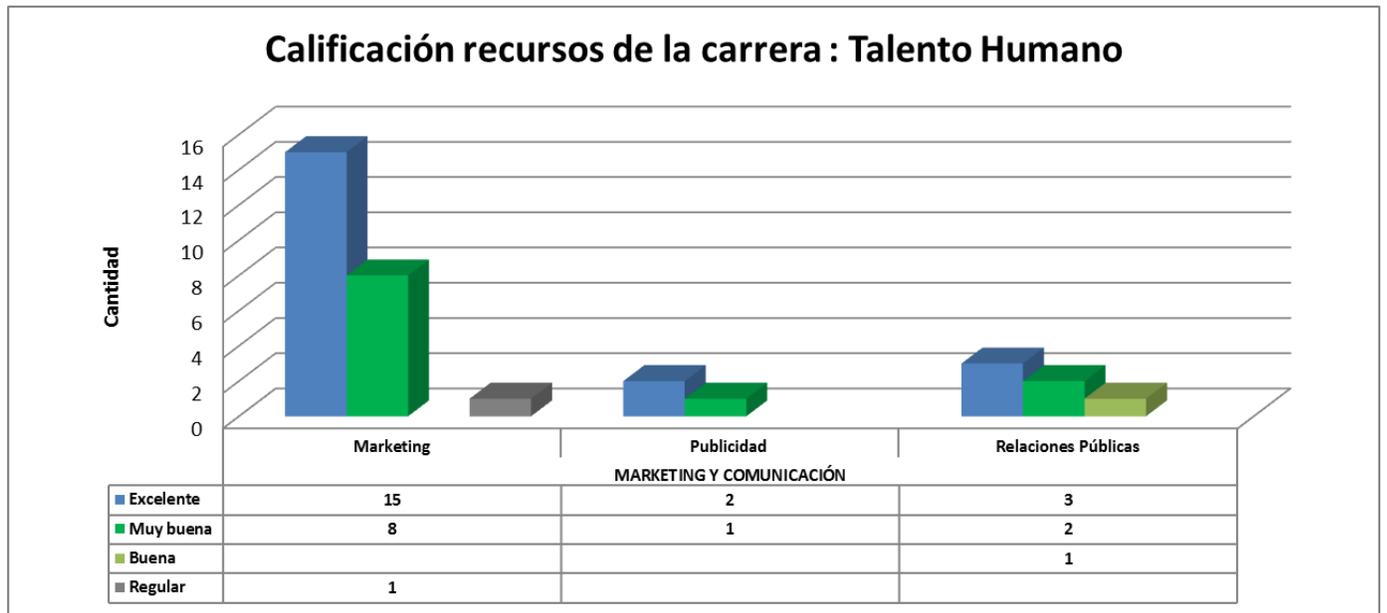
Fuente: USG
Elaborado por: USG

Para los graduados el 45% (11) dijo que de las materias menos útiles era las materias básicas, mientras que el 20% (5) dijo ser las de idioma, el 12% (3) otros y el 4% (1) las de comunicación y lingüística.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 24: “Evaluación de los recursos de la carrera: Talento Humano”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación			
	Marketing	Total Cantidad	Total Porcentaje	
	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	24	100,00%	24	100,00%
Excelente	15	62,50%	15	62,50%
Muy buena	8	33,33%	8	33,33%
Regular	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100%	24	100%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 62% (15) de los graduados dijo que los recursos de talento humano por parte de la carrera eran excelente, mientras que el 33% (8) dijo que era muy bueno y el 4% (1) dijo ser regular.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 25: “Evaluación de los recursos de la carrera:
Infraestructura”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación de los Recursos de la carrera _ Infraestructura			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	24	100,00%	24	100,00%
Excelente	18	75,00%	18	75,00%
Muy buena	6	25,00%	6	25,00%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



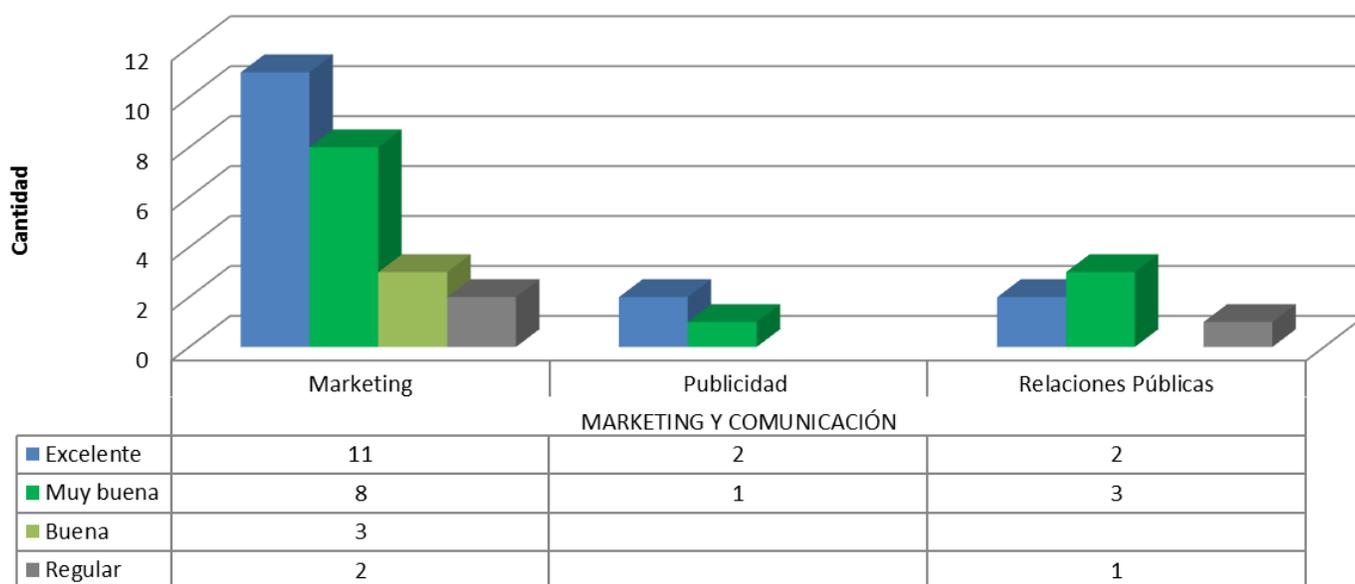
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 75% (18) de los graduados dijo que la infraestructura era excelente y el 25% (6) dijo que era muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 26: “Evaluación de los recursos de la carrera: Servicios”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Etiquetas de columna		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	11	45,83%	11	45,83%
Muy buena	8	33,33%	8	33,33%
Buena	3	12,50%	3	12,50%
Regular	2	8,33%	2	8,33%
Total general	24	100,00%	24	100,00%

Calificación recursos de la carrera : Servicios



Fuente: USG
Elaborado por: USG

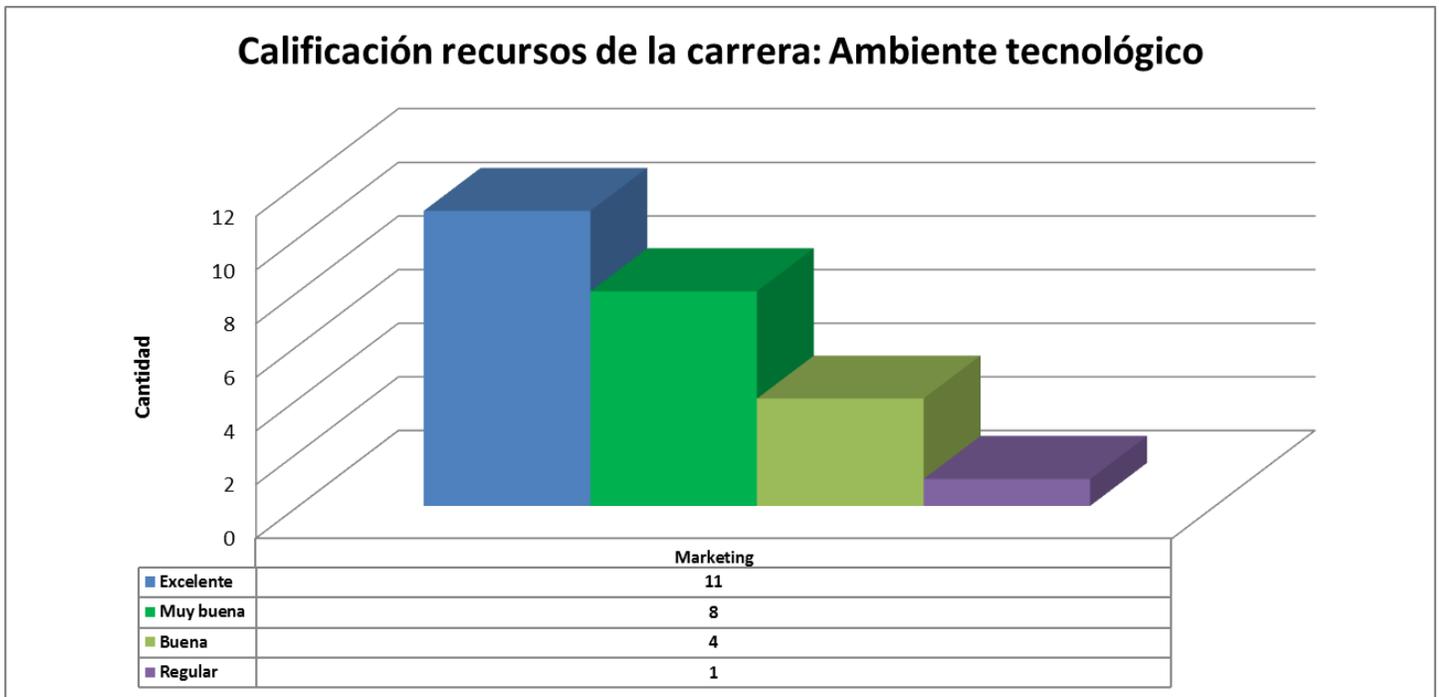
Con respecto a los servicios que brindó la carrera el 45% (11) dijo que era excelente, mientras que el 33% (8) dijo que era muy buena, el 12% (3) dijo que era buena y el 8% (2) dijo ser regular.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 27: “Evaluación de los recursos de la carrera: Ambiente Tecnológico”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Cantidad	Calificación	Muy buena	Buena	Regular	Total general
Facultades	Excelente				
Marketing	11	8	4	1	24
Total general	11	8	4	1	24



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 45% (11) de los encuestados dijo que el ambiente tecnológico por parte de la carrera era excelente, mientras que el 33% (8) dijo que era muy buena, el 16% (4) dijo ser buena y el 4% (1) dijo que era regular.

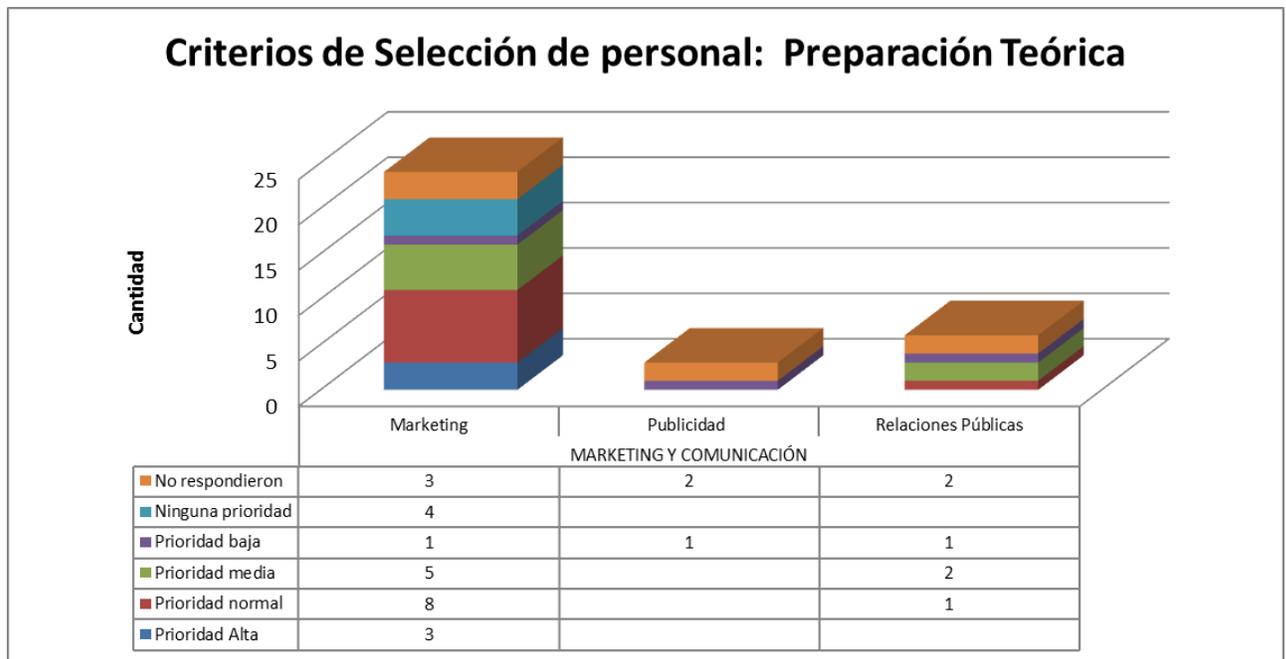
4. Competencias requeridas en el campo laboral vs competencias profesionales adquiridas

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 28: “Evaluación de los criterios de selección de personal: preparación teórica”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

MARKETING Y COMUNICACIÓN		
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje
Prioridad Alta	3	12,50%
Prioridad normal	8	33,33%
Prioridad media	5	20,83%
Prioridad baja	1	4,17%
Ninguna prioridad	4	16,67%
No respondieron	3	12,50%
Total general	24	100,00%



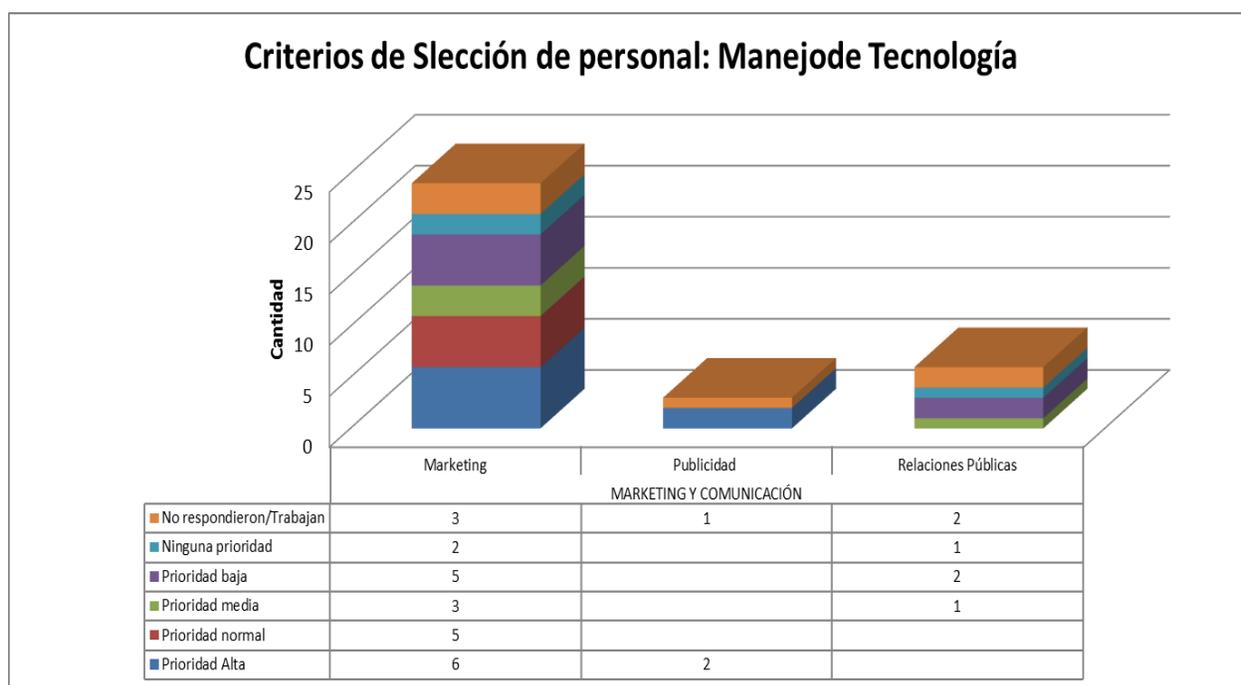
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 33% (8) con respecto a la preparación teórica dijo tener una prioridad normal, mientras que el 20% (5) dijo tener una prioridad media, 16% (4) no tiene ninguna prioridad y el 12% (3) no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 29: “Evaluación de los criterios de selección de personal: manejo de la tecnología”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Marketing		Total cantidad	Total Porcentaje
	cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	24	100,00%	24	100,00%
Prioridad Alta	6	25,00%	6	25,00%
Prioridad normal	5	20,83%	5	20,83%
Prioridad media	3	12,50%	3	12,50%
Prioridad baja	5	20,83%	5	20,83%
Ninguna prioridad	2	8,33%	2	8,33%
No respondieron/Trabajan	3	12,50%	3	12,50%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

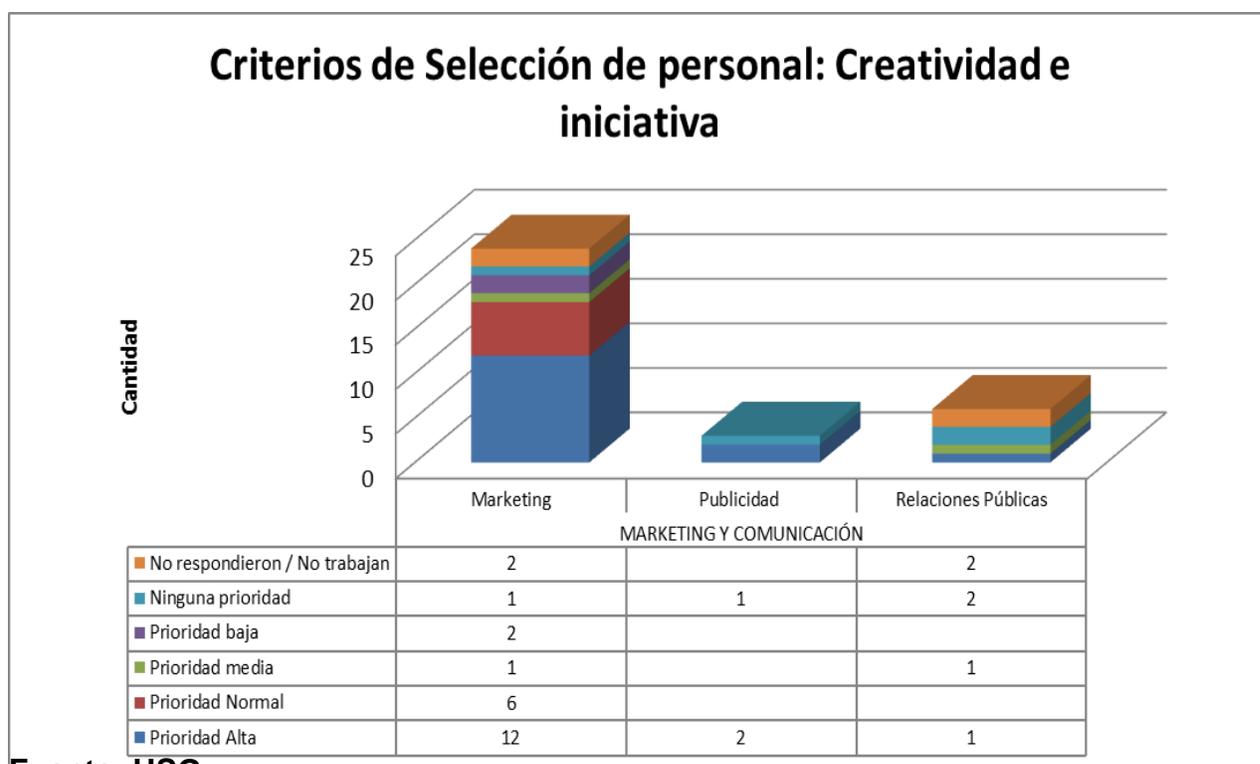
El 25% (6) de los graduados dijo que el criterio de manejo de tecnología tenía una prioridad alta, mientras que el 20% (5) dijo tener una prioridad baja y normal respectivamente y el 12% (3) no respondieron y tienen una prioridad media respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 30: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Creatividad e iniciativa”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Criterios			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	24	100,00%	24	100,00%
Prioridad Alta	12	50,00%	12	50,00%
Prioridad Normal	6	25,00%	6	25,00%
Prioridad media	1	4,17%	1	4,17%
Prioridad baja	2	8,33%	2	8,33%
Ninguna prioridad	1	4,17%	1	4,17%
No respondieron / No trabajan	2	8,33%	2	8,33%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



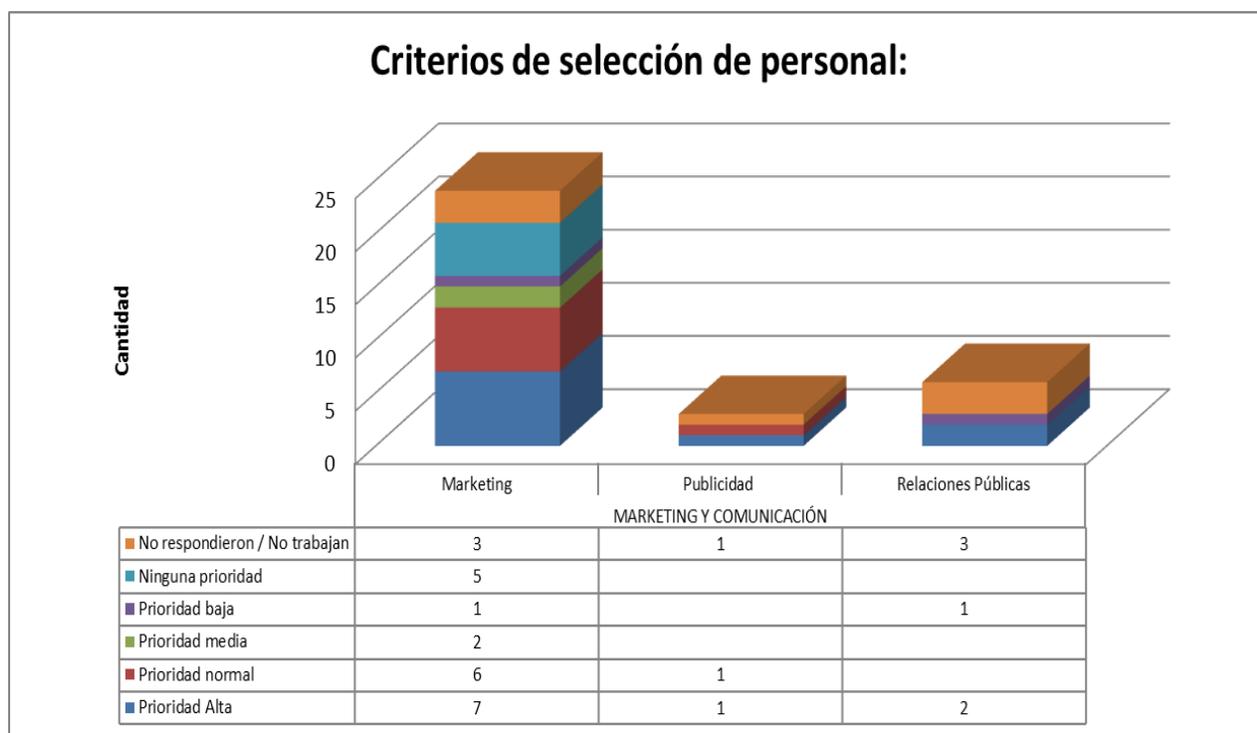
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 50% (12) dijo tener una prioridad alta, el 25% (6) de los graduados dijo tener una prioridad normal con respecto a la creatividad e iniciativa y el 8% (2) dijo tener una prioridad baja y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 31: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
 Estabilidad emocional”**
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Criterios			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	24	100,00%	24	100,00%
Prioridad Alta	7	29,17%	7	29,17%
Prioridad normal	6	25,00%	6	25,00%
Prioridad media	2	8,33%	2	8,33%
Prioridad baja	1	4,17%	1	4,17%
Ninguna prioridad	5	20,83%	5	20,83%
No respondieron / No trabajan	3	12,50%	3	12,50%
Total general	24	100,00%	24	100,00%

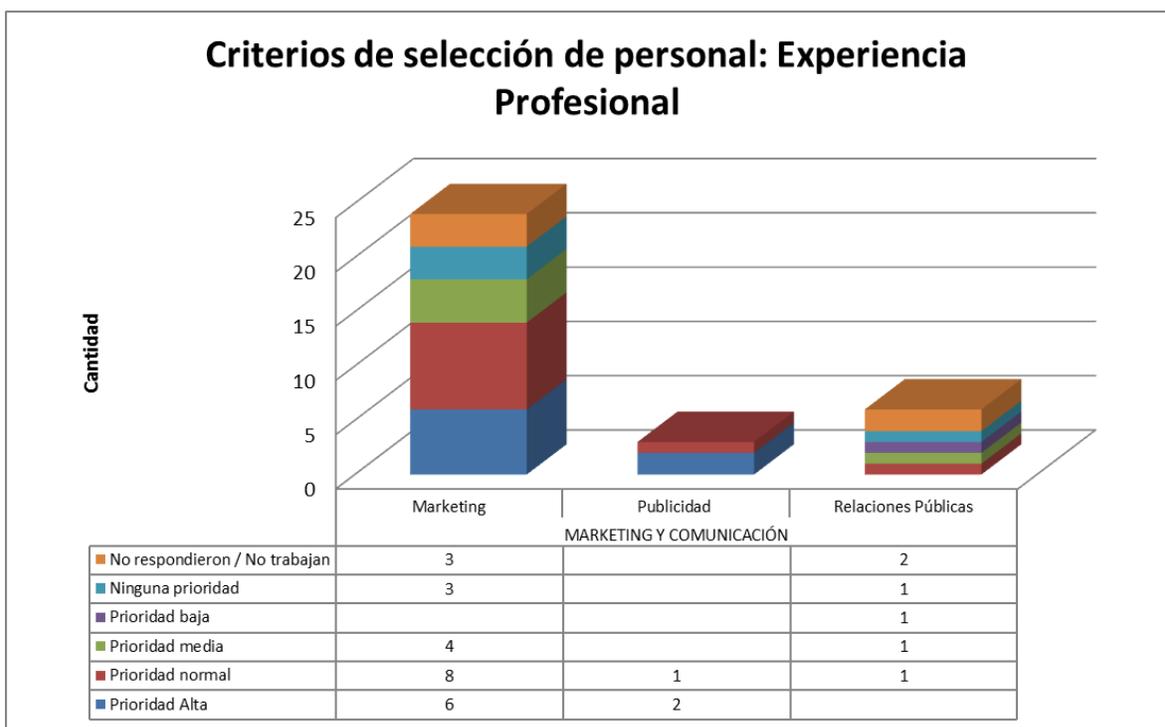


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 29% (7) dijo tener una prioridad alta con respecto a la estabilidad emocional, mientras que el 25% (6) dijo que la prioridad era normal, el 20% (5) dijo no tener ninguna prioridad y el 12% (3) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 32: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Experiencia profesional”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Marketing				
	Criterios				
	MARKETING Y COMUNICACIÓN			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje			
Ninguna prioridad	3	12,50%	3	12,50%	
No respondieron / No trabajan	3	12,50%	3	12,50%	
Prioridad Alta	6	25,00%	6	25,00%	
Prioridad media	4	16,67%	4	16,67%	
Prioridad normal	8	33,33%	8	33,33%	
Total general	24	100,00%	24	100,00%	



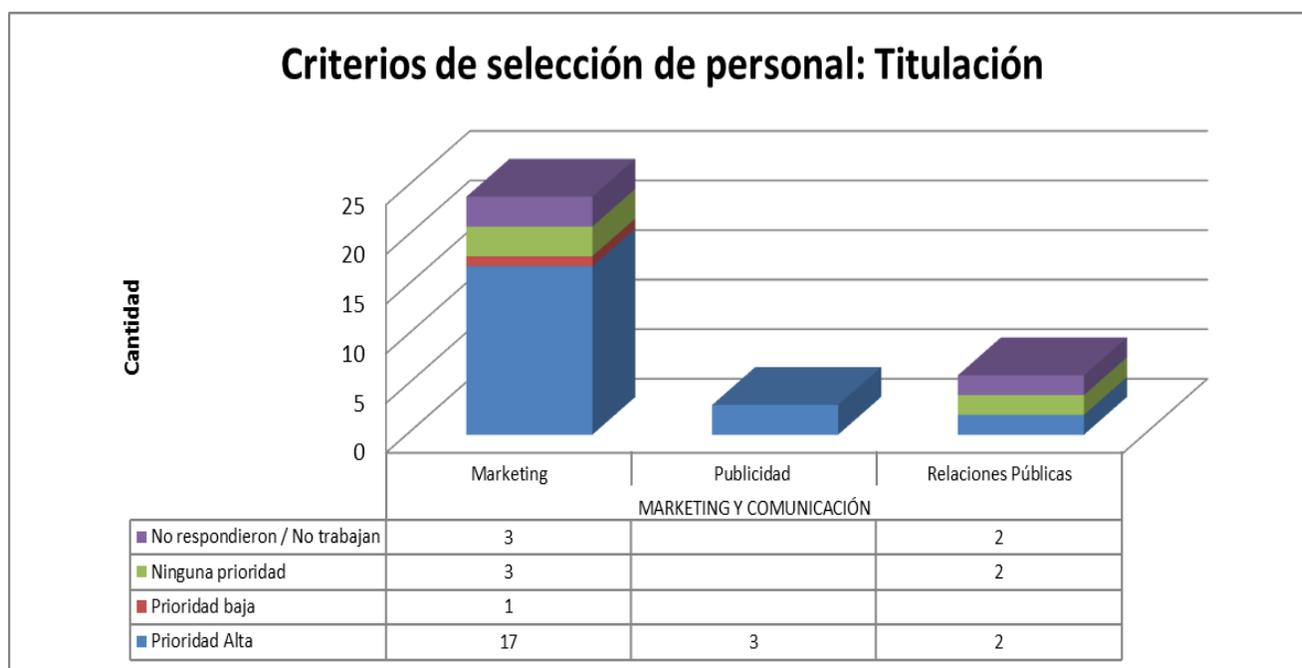
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (8) de los graduados dijo que la experiencia profesional tenía una prioridad normal, mientras que el 25% (6) dijo tener una prioridad alta y el 16% (4) tiene una prioridad media.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 33: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Titulación”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Marketing			
	Criterios de selección			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	17	70,83%	17	70,83%
Prioridad baja	1	4,17%	1	4,17%
Ninguna prioridad	3	12,50%	3	12,50%
No respondieron / No trabajan	3	12,50%	3	12,50%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



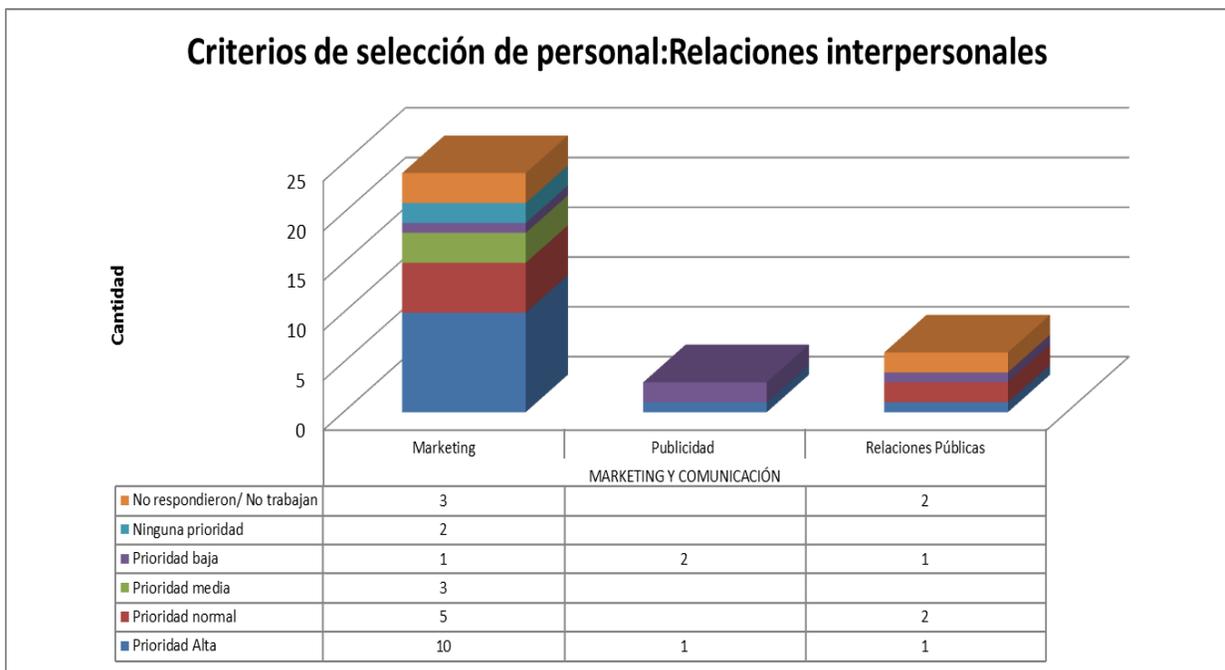
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 70% (17) de los graduados dijo tener una prioridad alta con respecto a la titulación y el 15% (3) no respondieron y no tenían ninguna prioridad respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 34: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
 Relaciones interpersonales”**

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Marketing			
	Criterios			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	10	41,67%	10	41,67%
Prioridad normal	5	20,83%	5	20,83%
Prioridad media	3	12,50%	3	12,50%
Prioridad baja	1	4,17%	1	4,17%
Ninguna prioridad	2	8,33%	2	8,33%
No respondieron/ No trabajan	3	12,50%	3	12,50%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



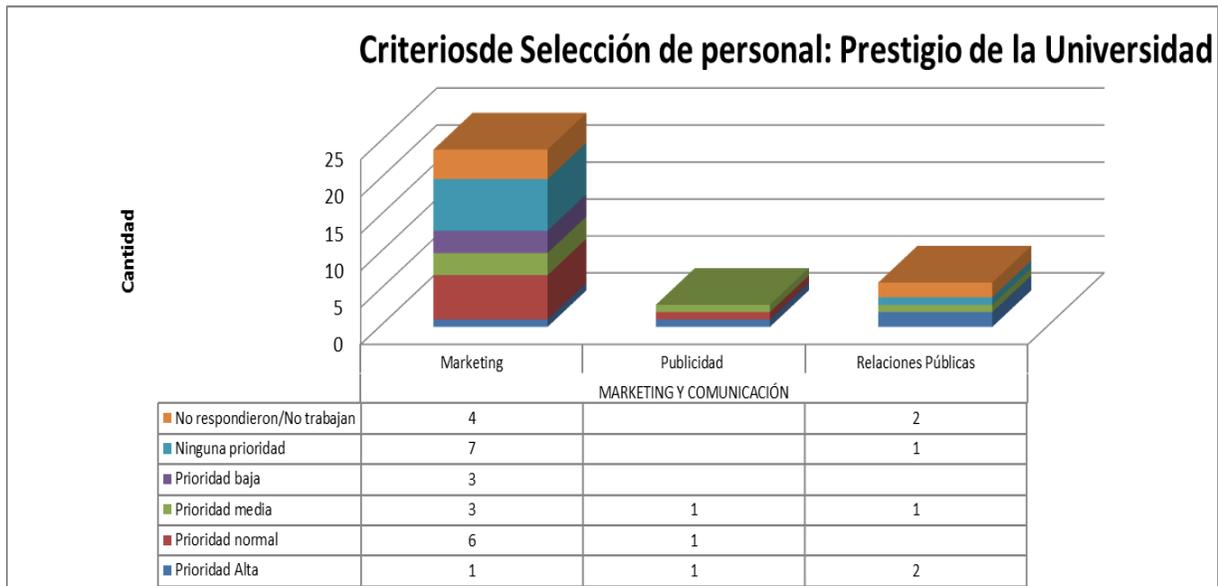
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 41% (10) de los graduados dijo que tiene una prioridad alta con lo que respecta a las relaciones interpersonales, mientras que el 20% (5) tiene una prioridad normal, el 12% (3) tiene una prioridad media y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 35: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Prestigio de la Universidad”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis		Marketing			
		Criterios de selección			
		MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES		Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta		1	4,17%	1	4,17%
Prioridad normal		6	25,00%	6	25,00%
Prioridad media		3	12,50%	3	12,50%
Prioridad baja		3	12,50%	3	12,50%
Ninguna prioridad		7	29,17%	7	29,17%
No respondieron/No trabajan		4	16,67%	4	16,67%
Total general		24	100,00%	24	100,00%

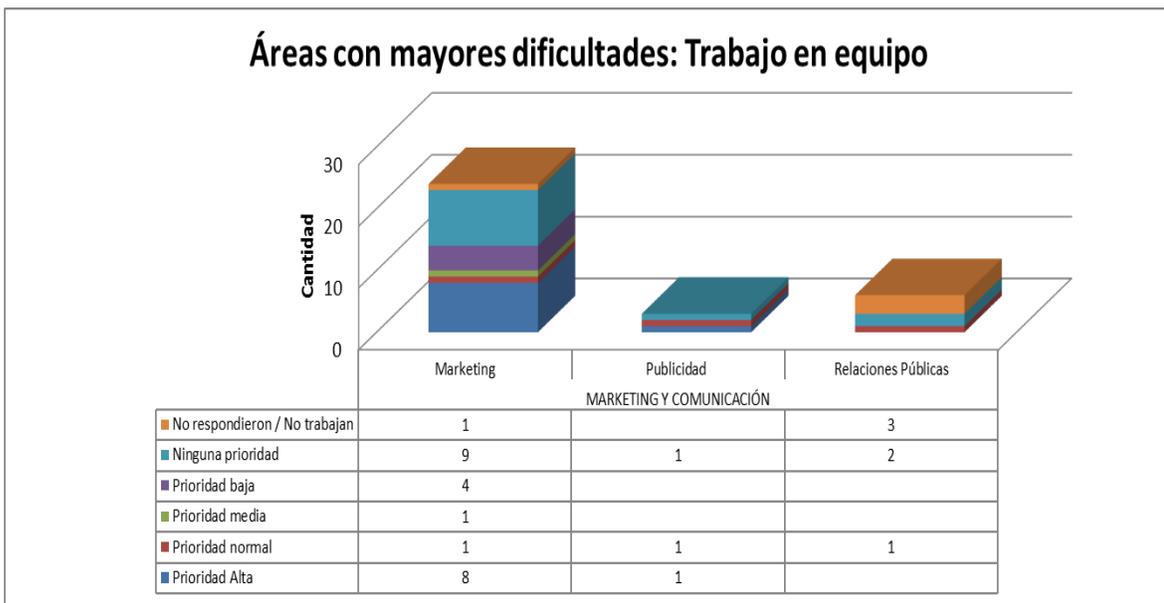


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 29% (7) de los graduados no tiene ninguna prioridad, el 25% (6) dijo tener una prioridad normal, el 16% (4) no respondieron y el 12% (3) dijo tener una prioridad baja y media respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 36: “Áreas con mayores dificultades: Trabajo en equipo”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis		Marketing			
Áreas		MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentajes
FACULTADES	Cantidad	Porcentajes			
Prioridad Alta	8	33,33%	8	33,33%	
Prioridad normal	1	4,17%	1	4,17%	
Prioridad media	1	4,17%	1	4,17%	
Prioridad baja	4	16,67%	4	16,67%	
Ninguna prioridad	9	37,50%	9	37,50%	
No respondieron / No trabajan	1	4,17%	1	4,17%	
Total general	24	100,00%	24	100,00%	



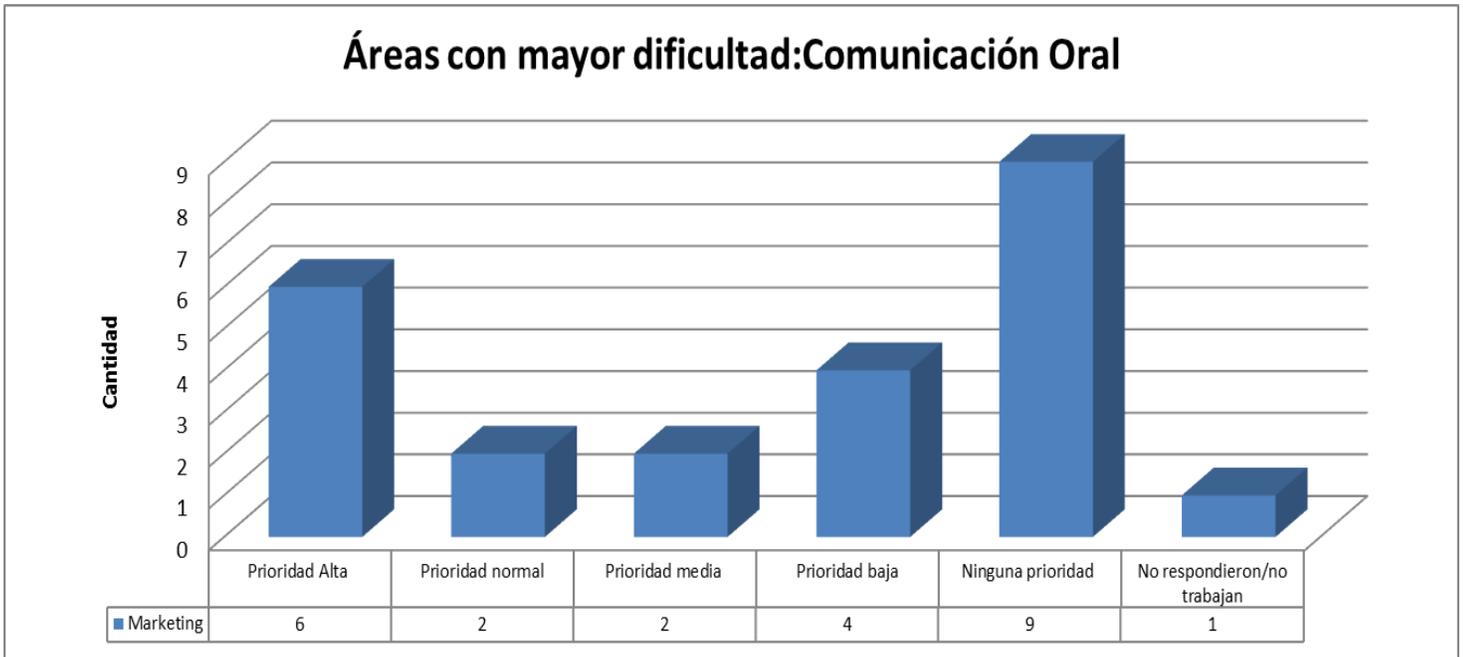
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 37% (9) de los graduados no tienen ninguna prioridad con respecto al trabajo en equipo, el 33% (8) tiene una prioridad alta, mientras que el 16% (4) tiene prioridad baja,

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 38: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Oral”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	6	25,00%	6	25,00%
Prioridad normal	2	8,33%	2	8,33%
Prioridad media	2	8,33%	2	8,33%
Prioridad baja	4	16,67%	4	16,67%
Ninguna prioridad	9	37,50%	9	37,50%
No respondieron/no trabajan	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



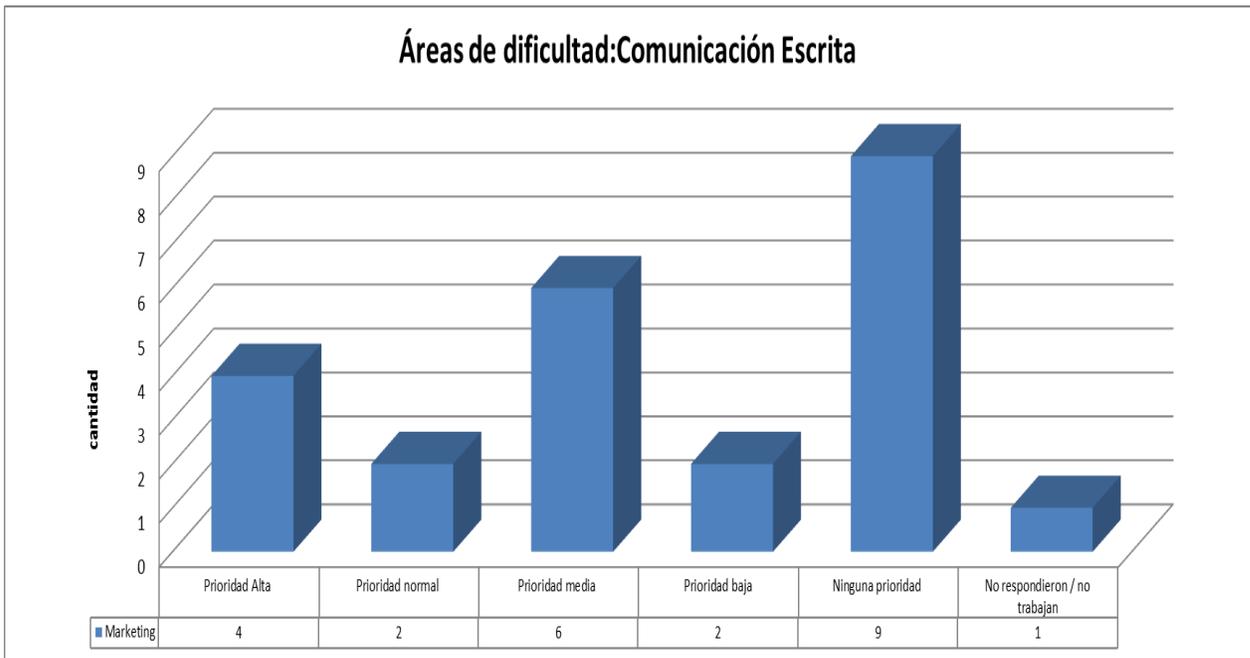
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 37% (9) de los graduados dijo no tener ninguna prioridad con respecto a la comunicación oral, mientras que el 25% (6) dijo que la prioridad es alta y el 16% (4) tienen prioridad baja.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 39: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	4	16,67%	4	16,67%
Prioridad normal	2	8,33%	2	8,33%
Prioridad media	6	25,00%	6	25,00%
Prioridad baja	2	8,33%	2	8,33%
Ninguna prioridad	9	37,50%	9	37,50%
No respondieron / no trabajan	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%

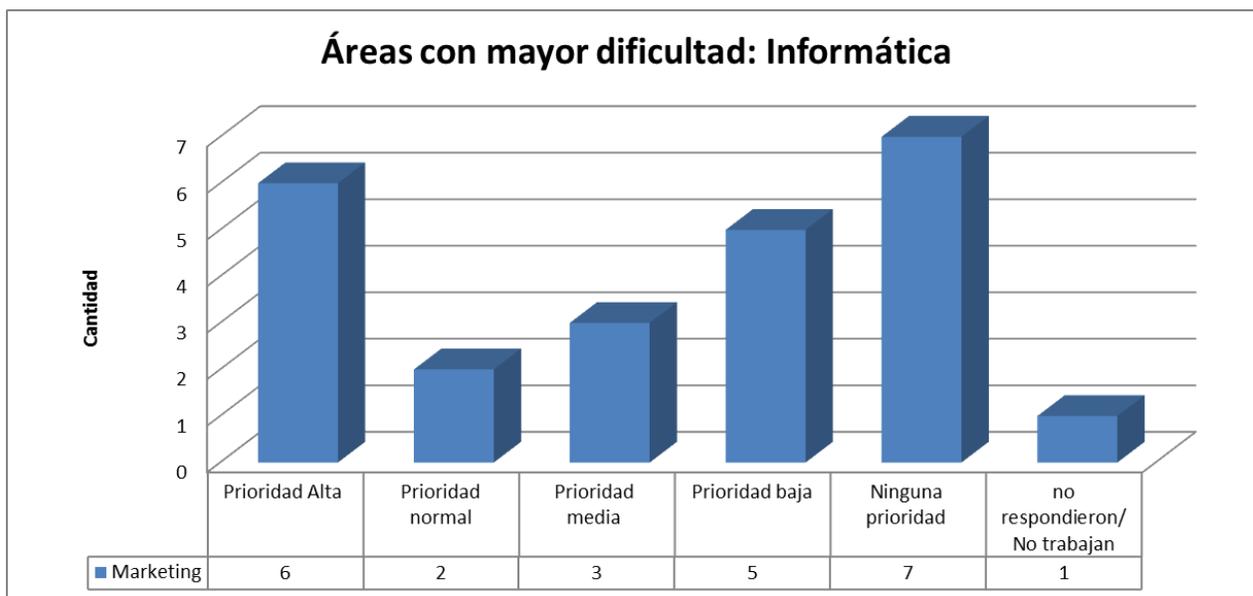


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 37% (9) de los graduados dijo no tener ninguna prioridad con respecto a la comunicación escrita, mientras que el 25% (6) dijo tener una prioridad media y el 16% (4) tienen prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 40: “Áreas con mayores dificultades: Informática”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN			
Áreas		Marketing			
FACULTADES		Cantidad	Porcentaje	Total Cantidad	Total Porcentaje
Prioridad Alta		6	25,00%	6	25,00%
Prioridad normal		2	8,33%	2	8,33%
Prioridad media		3	12,50%	3	12,50%
Prioridad baja		5	20,83%	5	20,83%
Ninguna prioridad		7	29,17%	7	29,17%
no respondieron/ No trabajan		1	4,17%	1	4,17%
Total general		24	100,00%	24	100,00%

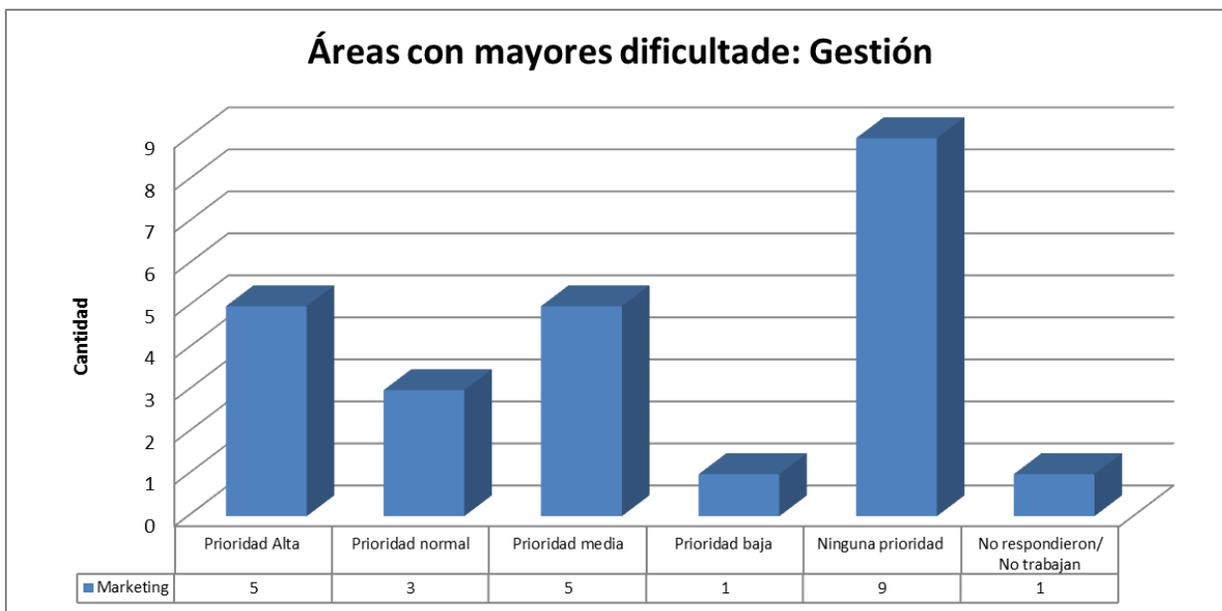


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 29% (7) de los graduados dijo no tener ninguna prioridad con respecto al área de informática, mientras que el 25% (6) tiene prioridad alta y el 20% (5) tiene prioridad baja.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 41: “Áreas con mayores dificultades: Gestión”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad				
MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Etiquetas de columna				
Marketing			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	5	20,83%	5	20,83%
Prioridad normal	3	12,50%	3	12,50%
Prioridad media	5	20,83%	5	20,83%
Prioridad baja	1	4,17%	1	4,17%
Ninguna prioridad	9	37,50%	9	37,50%
No respondieron/ No trabajan	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 37% (9) de los graduados no tiene ninguna prioridad con respecto a la gestión, mientras que el 20% (5) tiene prioridad alta y media respectivamente y el 12% (3) tiene prioridad normal.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 42: “Áreas con mayores dificultades: Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad				
MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Etiquetas de columna				
Marketing			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	4	16,67%	4	16,67%
Prioridad normal	3	12,50%	3	12,50%
Prioridad media	5	20,83%	5	20,83%
Prioridad baja	5	20,83%	5	20,83%
Ninguna prioridad	6	25,00%	6	25,00%
No respondieron/ No trabajan	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 25% (6) de los graduados no tienen ninguna prioridad con respecto a la investigación, mientras que el 20% (5) tiene prioridad media y baja respectivamente y el 16% (4) tiene prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 43: “Evaluación de la competencia especifica N°.1”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 1

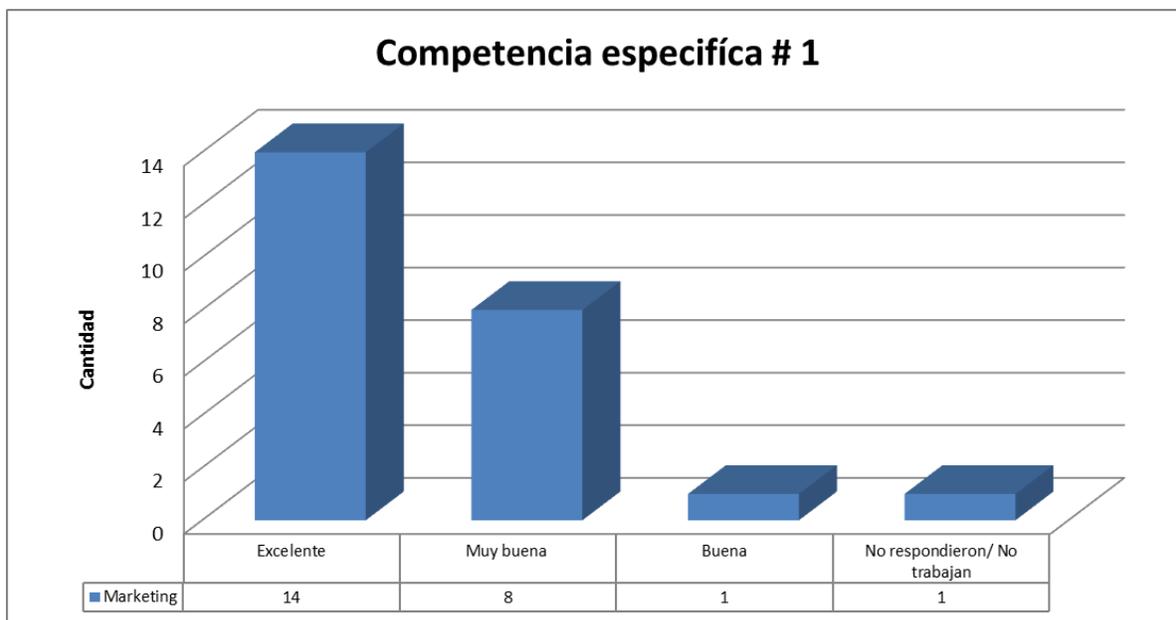
Comunicación empresarial: Establece diagnósticos, diseña estrategias correctas y ejecuta las acciones convenientes con una visión global, potenciando sus habilidades comunicativas.

Marketing: Analiza las condiciones del mercado, mediante técnicas de investigación pertinentes y explora escenarios posibles del marketing.

Publicidad: Planea y realiza proyectos para medios interactivos por medio de la observación, análisis, interpretación y evaluación de la información publicitaria y propagandas.

Relaciones Públicas: Planifica, implementa y evalúa acciones para optimizar las relaciones de organizaciones públicas y privadas con sus diferentes públicos.

Facultad				
MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Etiquetas de columna				
Marketing			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	14	58,33%	14	58,33%
Muy buena	8	33,33%	8	33,33%
Buena	1	4,17%	1	4,17%
No respondieron/ No trabajan	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 58,33% (14) dijo que la competencia específica 1 es excelente, mientras que el 33,33% (8) dijo que era muy buena y el 4,17% (1) dijo ser bueno y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 44: “Evaluación de la competencia especifica N°.2”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 2

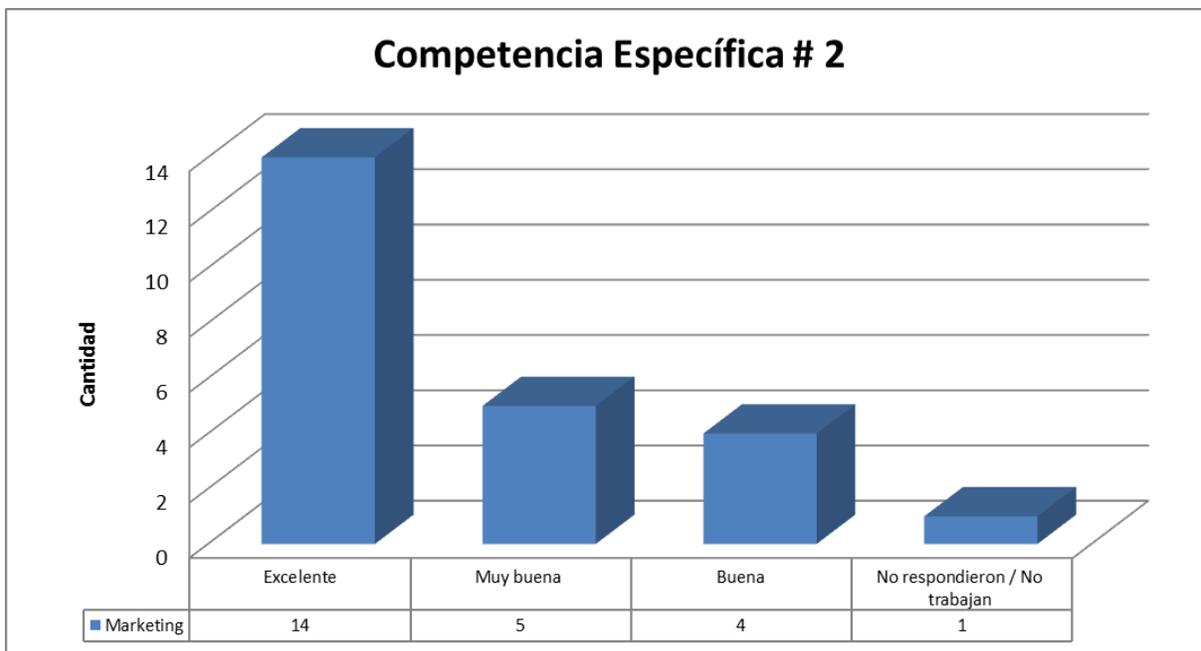
Comunicación empresarial: Gestiona la imagen corporativa de la empresa o marca que representa en comunidades virtuales y redes sociales.

Marketing: Diseña las estrategias de productos, precios, promoción y plaza.

Publicidad: Conocimiento y dominio global de las funciones publicitarias como la planificación, asesoramiento y estrategias de producción dirigidas a la completa satisfacción del servicio al cliente.

Relaciones Públicas: Organiza eventos especiales y acciones comunitarias que potencien positivamente la imagen de la organización que representa.

Facultad				
MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Competencia				
Marketing			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	14	58,33%	14	58,33%
Muy buena	5	20,83%	5	20,83%
Buena	4	16,67%	4	16,67%
No respondieron / No trabajan	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 58% (14) de los graduados dijo que la competencia específica 2 era excelente, mientras que el 20% (5) lo consideran muy bueno, el 16% (4) es bueno y el 4% (1) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 45: “Evaluación de la competencia especifica N°.3”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 3

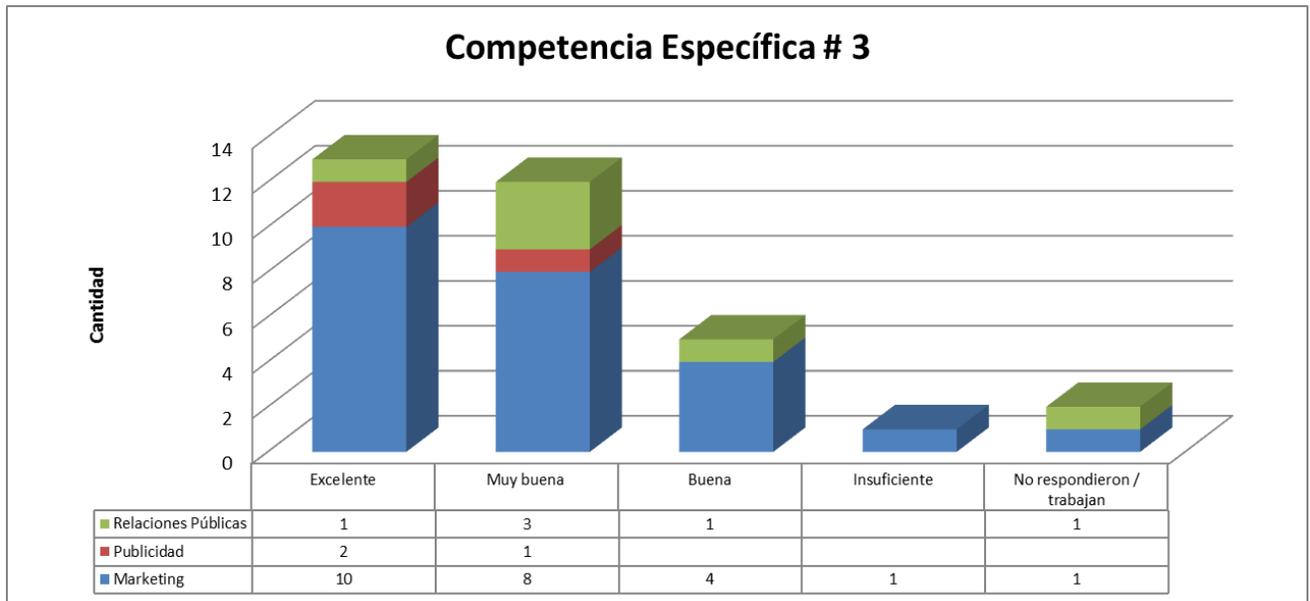
Comunicación empresarial: Profesional capacitado y competente capaz de diseñar productos comunicativos, analizar y evaluar las necesidades de comunicación de una organización.

Marketing: Maneja asertivo el marketing en la planificación de medios y campañas publicitarias.

Publicidad: Toma decisiones acerca del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada

Relaciones Públicas: Desempeña con eficacia en situaciones de crisis concretas, vinculadas al campo global de la gestión institucional e imagen pública de las organizaciones.

Facultad				
MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Etiquetas de columna				
Marketing			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	10	41,67%	10	41,67%
Muy buena	8	33,33%	8	33,33%
Buena	4	16,67%	4	16,67%
Insuficiente	1	4,17%	1	4,17%
No respondieron / trabajan	1	4,17%	1	4,17%
Total general	24	100,00%	24	100,00%



Fuente: USG

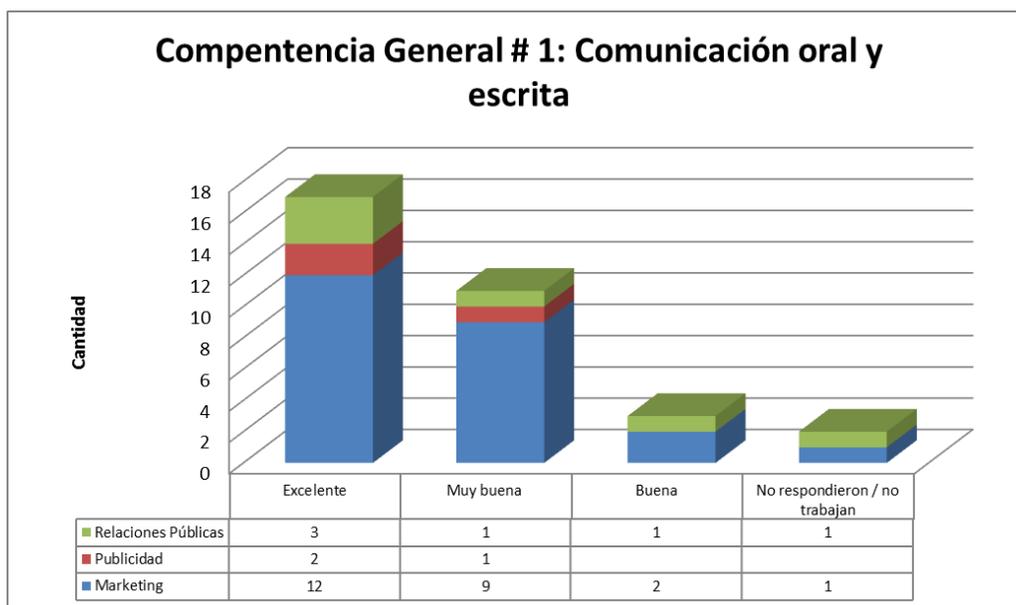
Elaborado por: USG

El 41% (10) de los graduados dijo que era excelente su competencia específica 3, mientras que el 33% (8) dijo que era muy buena, el 16% (4) lo consideran buena y el 4% (1) es insuficiente y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 46: “Competencia general N°.1: Comunicación oral y/o Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN				
	carreras				
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje	
Calificación	Cantidad	Porcentaje			
Excelente	12	50%	12	50%	
Muy buena	9	38%	9	38%	
Buena	2	8%	2	8%	
No respondieron / no trabajan	1	4%	1	4%	
Total general	24	100%	24	100%	



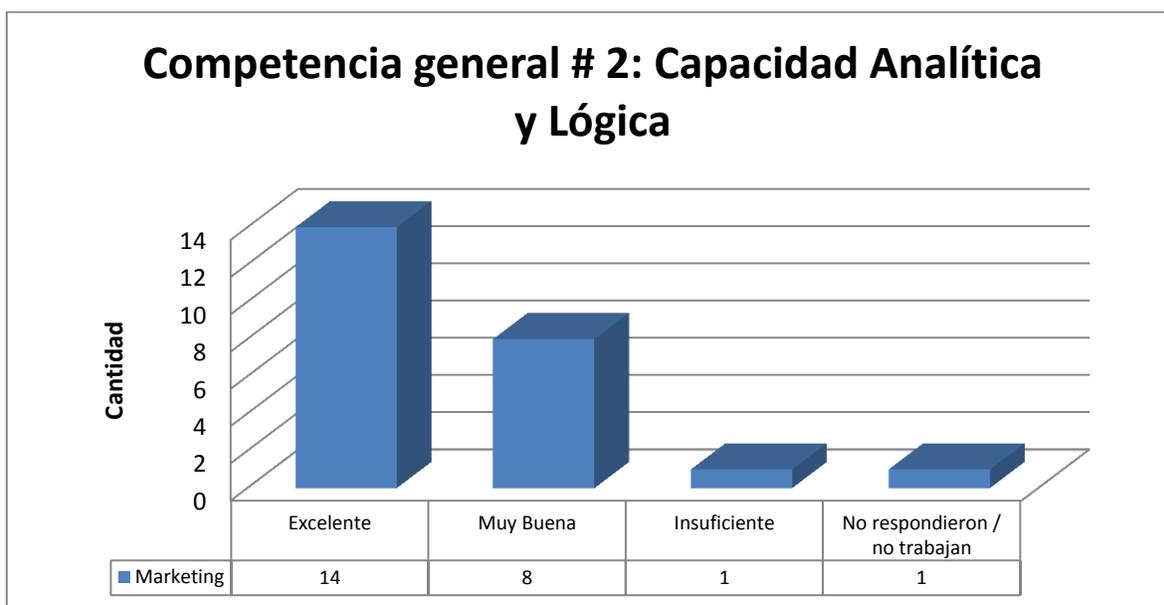
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (12) de los graduados consideran la competencia genera 1 de comunicación oral y escrita como excelente, mientras que el 37% (9) lo consideran muy buena, el 8% (2) bueno y el 4% (1) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 47: “Competencia general N°.2: Capacidad analítica
lógica”**

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	14	58%	14	58%
Muy Buena	8	33%	8	33%
Insuficiente	1	4%	1	4%
No respondieron / no trabajan	1	4%	1	4%
Total general	24	100%	24	100%



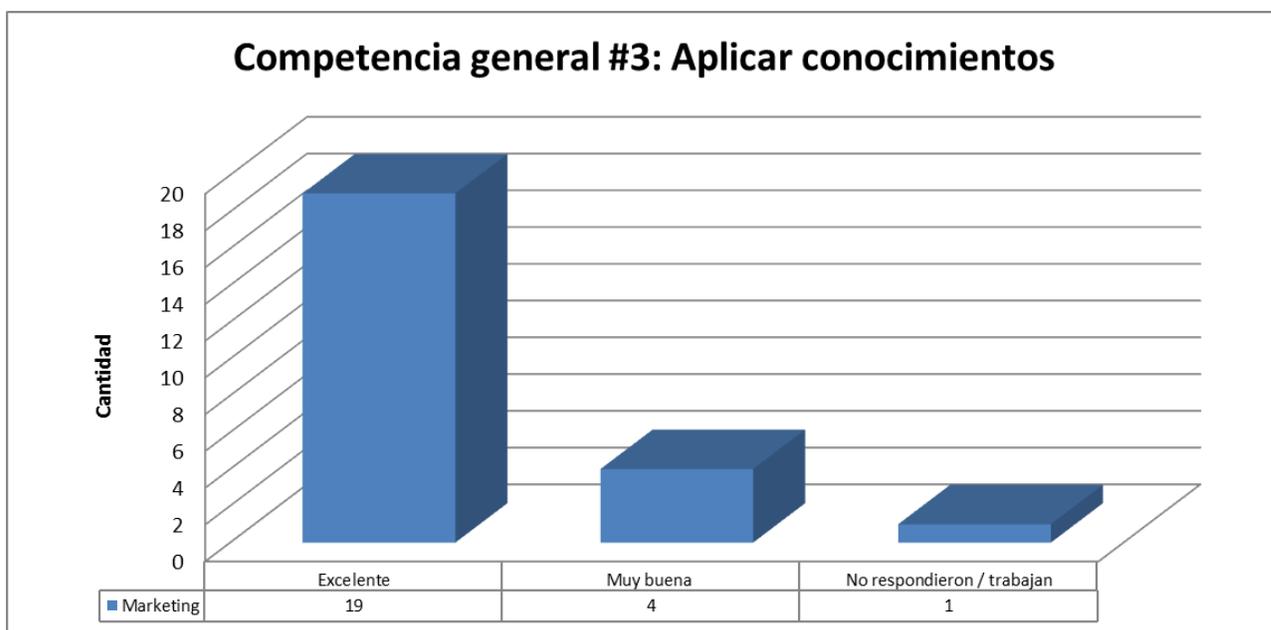
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 58% (14) de los graduados dijo que la capacidad analítica y lógica como competencia les parece excelente, mientras que el 33% (8) les parece que es muy buena y el 4% (1) lo consideran insuficiente y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 48: “Competencia general N°.3: Capacidad para aplicar los conocimientos generales”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

FACULTADES	Competencia			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	19	79%	19	79%
Muy buena	4	17%	4	17%
No respondieron / trabajan	1	4%	1	4%
Total general	24	100%	24	100%

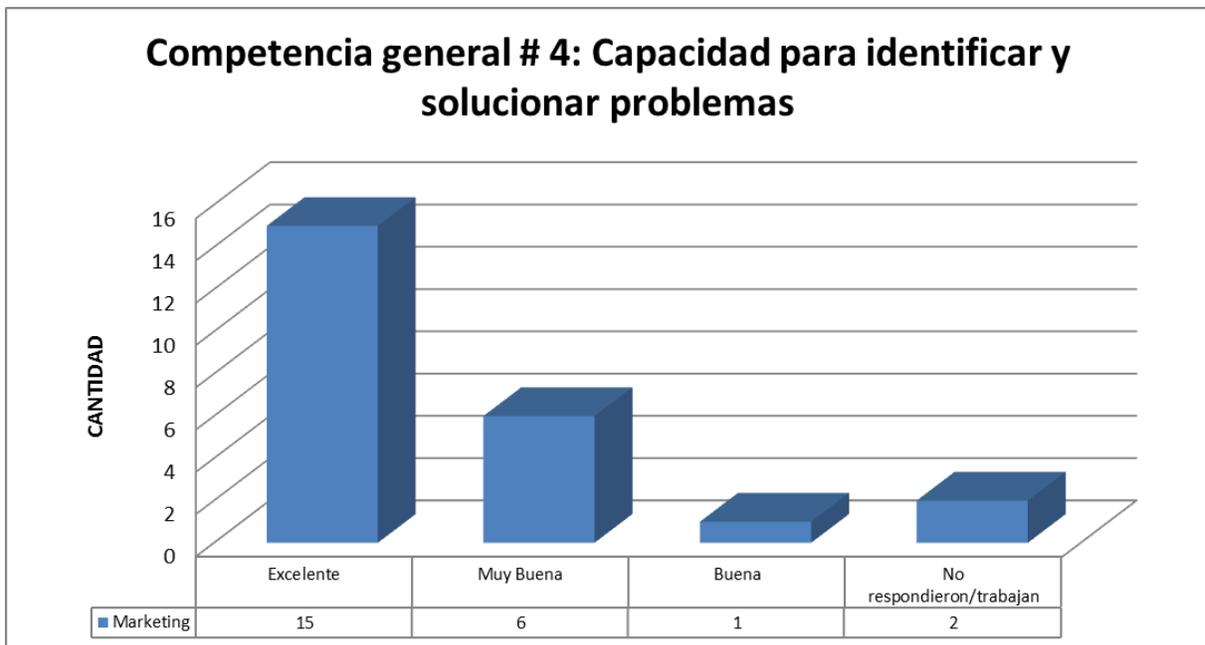


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 79% (19) de los graduados consideran excelente la competencia en aplicar conocimientos, mientras que el 16% (4) le parece muy bueno y el 4% (1) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 49: “Competencia general N°.4: Capacidad para identificar y solucionar problemas de su área”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	15	63%	15	63%
Muy Buena	6	25%	6	25%
Buena	1	4%	1	4%
No respondieron/trabajan	2	8%	2	8%
Total general	24	100%	24	100%

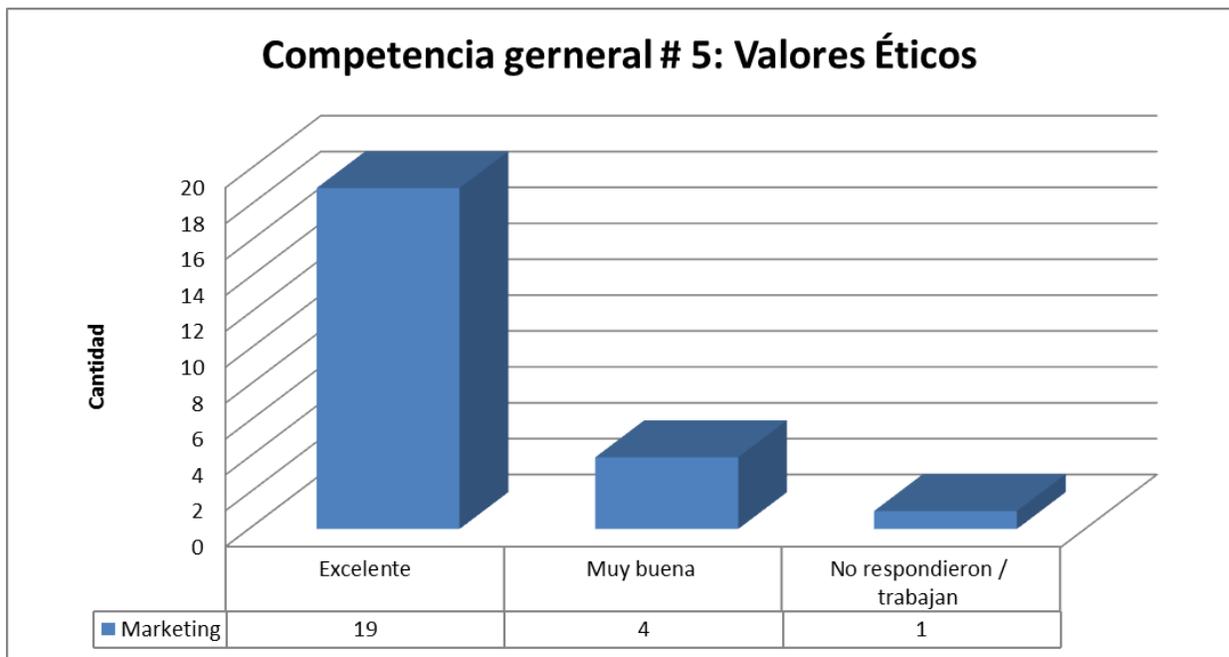


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 62% (15) de los graduados dijo que les parece excelente la competencia de la capacidad para identificar y solucionar problemas, mientras que el 25% (6) lo considera muy buena, el 8% (2) no respondieron y el 4% (1) le parece buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 50: “Competencia general N°.5: Valores Éticos”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	19	79%	19	79%
Muy buena	4	17%	4	17%
No respondieron / trabajan	1	4%	1	4%
Total general	24	100%	24	100%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

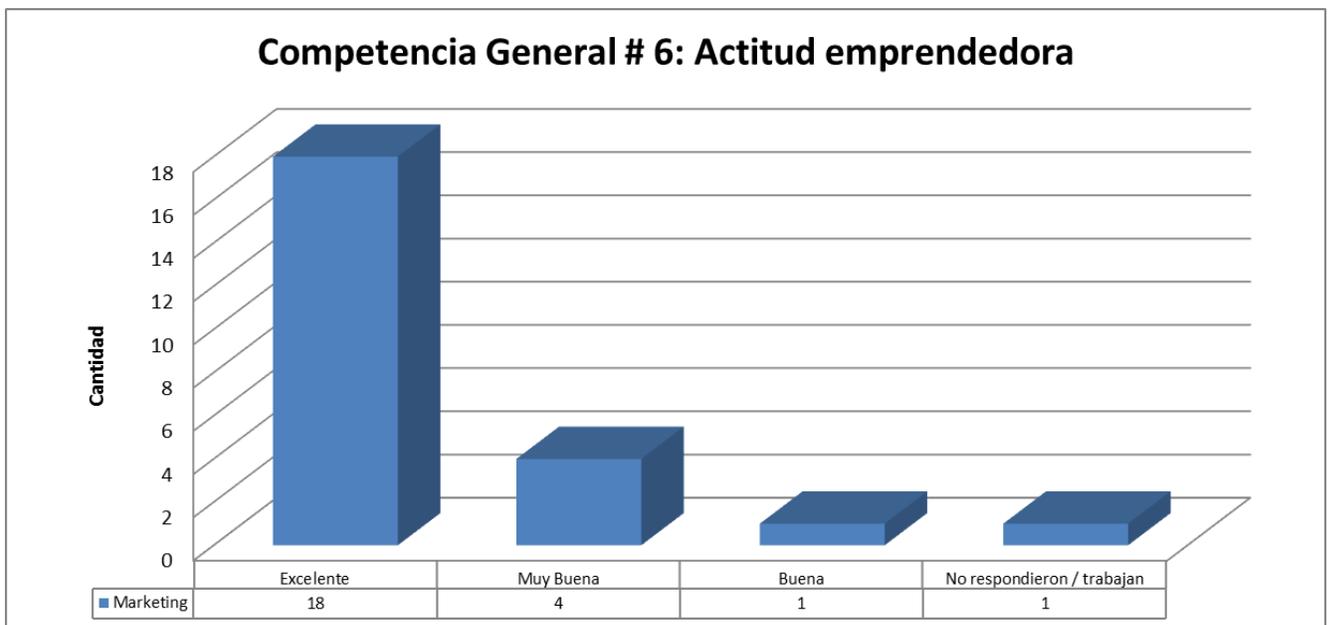
El 79% (19) de los graduados consideran los valores éticos como excelente, mientras que el 16% (4) lo consideran muy bueno y el 4% (1) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 51: “Competencia general N°.6: Actitud emprendedora”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN				
	Carreras				
	Marketing			Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje			
Excelente	18	75%	18	75%	
Muy Buena	4	17%	4	17%	
Buena	1	4%	1	4%	
No respondieron / trabajan	1	4%	1	4%	
Total general	24	100%	24	100%	



Fuente: USG

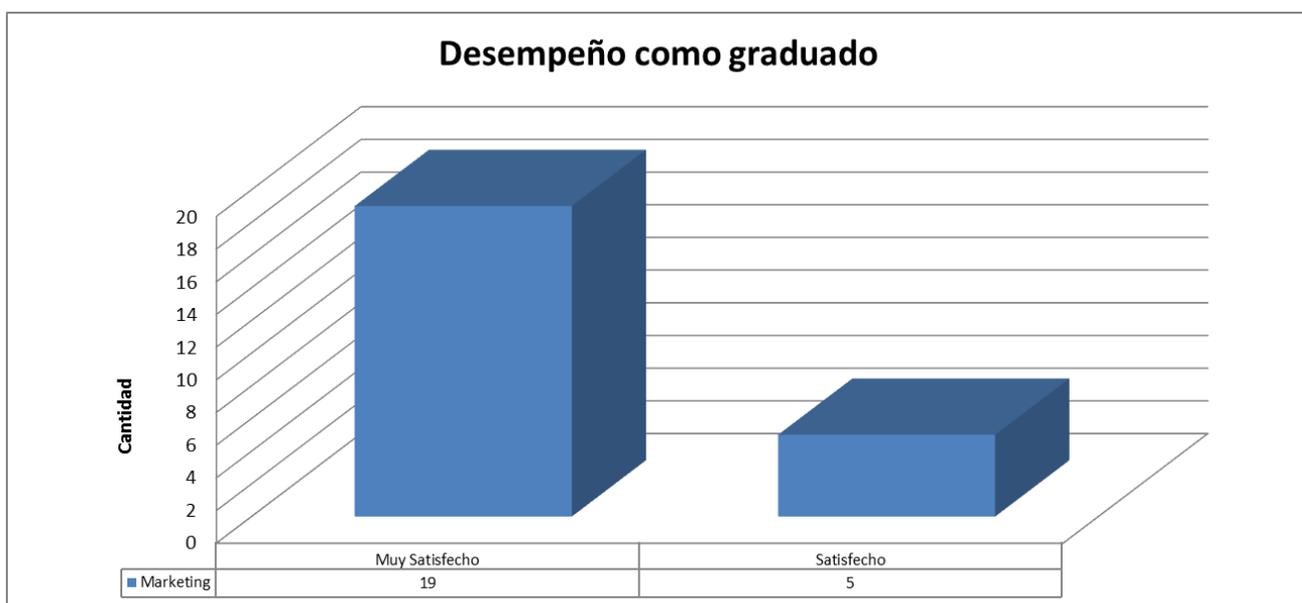
Elaborado por: USG

El 75% (18) de los graduados dijo que la competencia referente a la actitud emprendedora era excelente, mientras que el 16% (4) dijo que era muy bueno y el 4% (1) les parece buena y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 52: “Evaluación general de su desempeño como graduado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Desempeño			
	Marketing		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Muy Satisfecho	19	79%	19	79%
Satisfecho	5	21%	5	21%
Total general	24	100%	24	100%



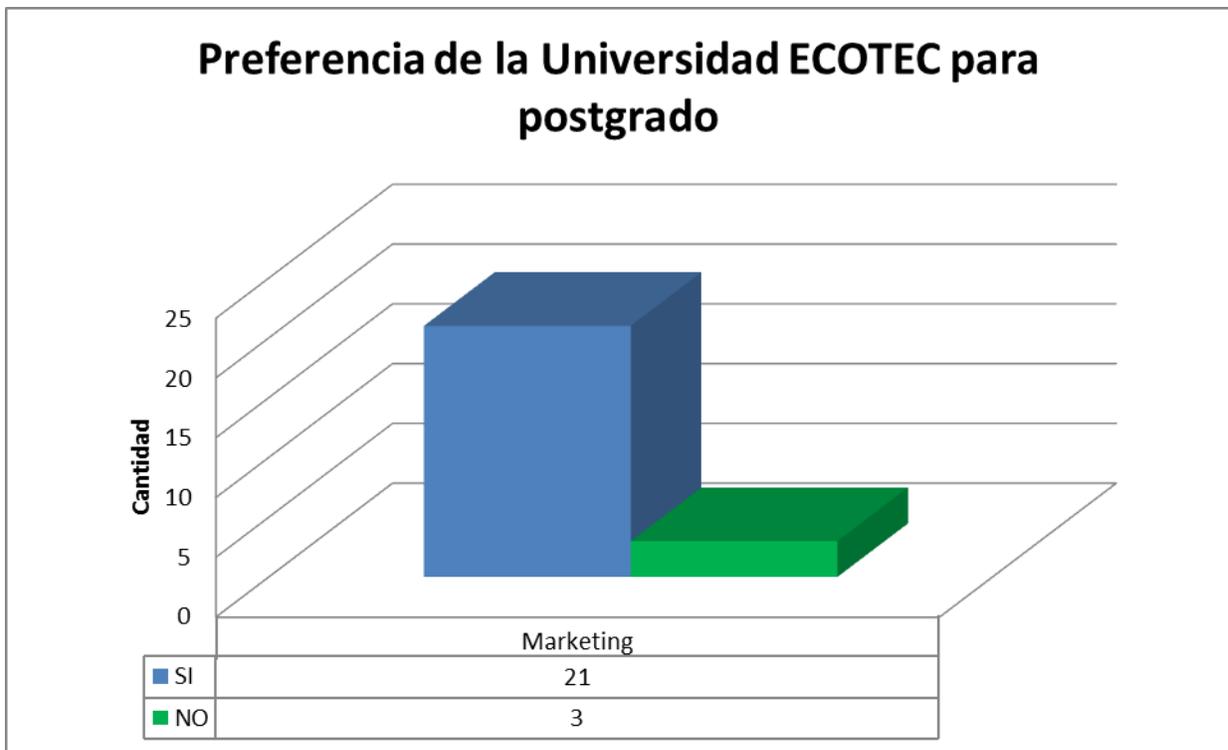
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 75% (19) de los graduados califican su desempeño como graduado como muy satisfecho y el 25% (5) se consideran satisfecho.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 54: “Preferencia de la Universidad ECOTEC para cursar estudios de postgrado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						
	Etiquetas de columna						
	SI		NO		Total cantidad	Total Porcentaje	
carreras	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje			
Marketing	21	88%	3	13%	24	100%	
Total general	21	88%	3	13%	24	100%	

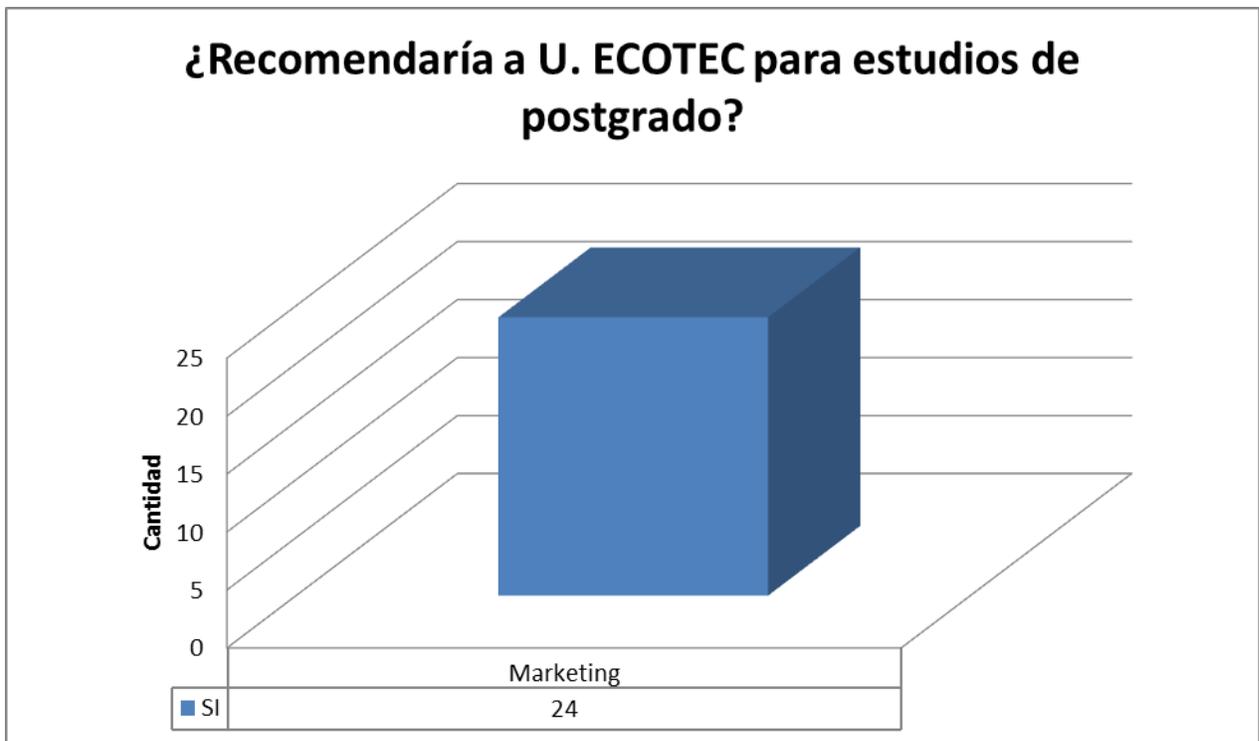


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 87% (21) de los graduados dijo tener una preferencia por parte de la Universidad al momento de cursar un estudio post grado, mientras que el 13% (3) dijo no tenerla.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 55: “Cantidad de graduados que recomendarían la Universidad ECOTEC para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN				
	Etiquetas de columna				
	SI		Total Cantidad	Total porcentaje	
FACULTADES	Cantidad	porcentaje			
Marketing	24	100%	24	100%	
Total general	24	100%	24	100%	



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados recomendaría la Universidad para estudios de post grado.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 56: “Temas de interés para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Ventas

Marketing

Neuromarketing

Fuente: USG

Elaborado por: USG

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 57: “Temas de interés para cursos de certificación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Neuromarketing

Packaging

Certificaciones ISO

Fuente: USG

Elaborado por: USG



**FACULTAD DE MARKETING Y
COMUNICACIÓN**

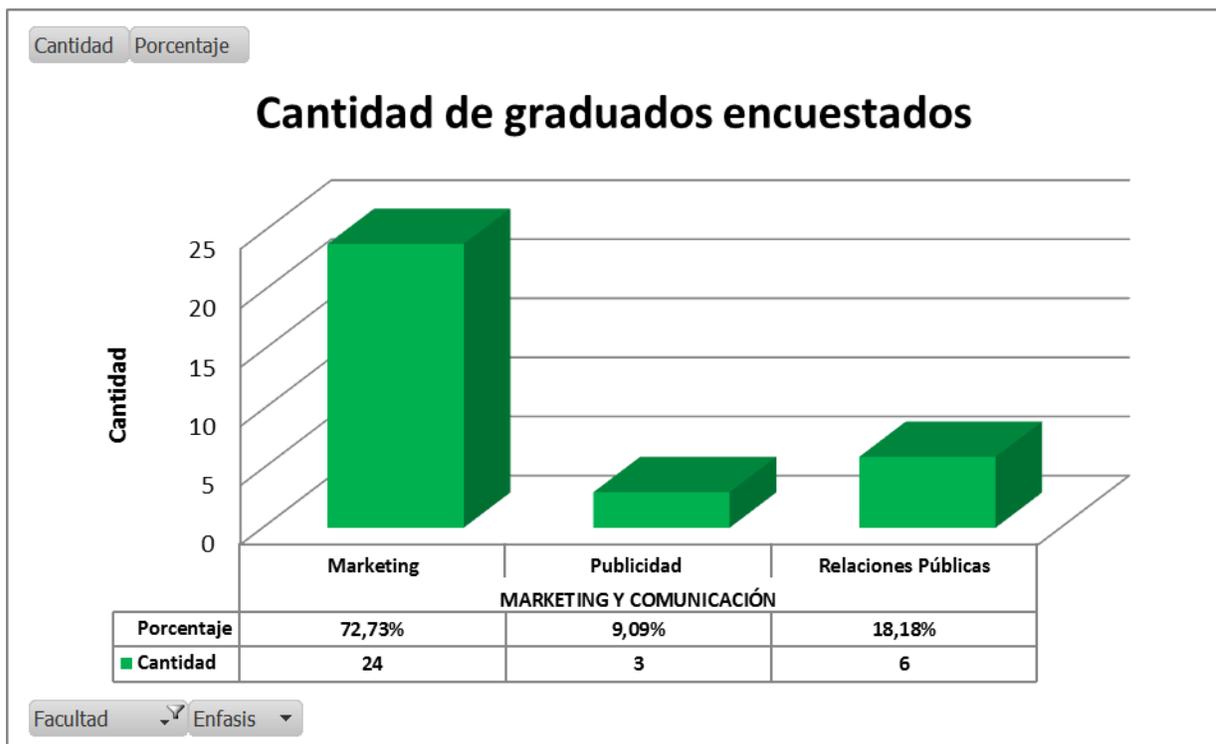
CARRERA: PUBLICIDAD

Diciembre 2014

1. Información general

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Gráfica 1: "Cantidad de Encuestados"
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Cantidad	Porcentaje
MARKETING Y COMUNICACIÓN	33	100,00%
Marketing	24	72,73%
Publicidad	3	9,09%
Relaciones Públicas	6	18,18%
Total general	33	100,00%

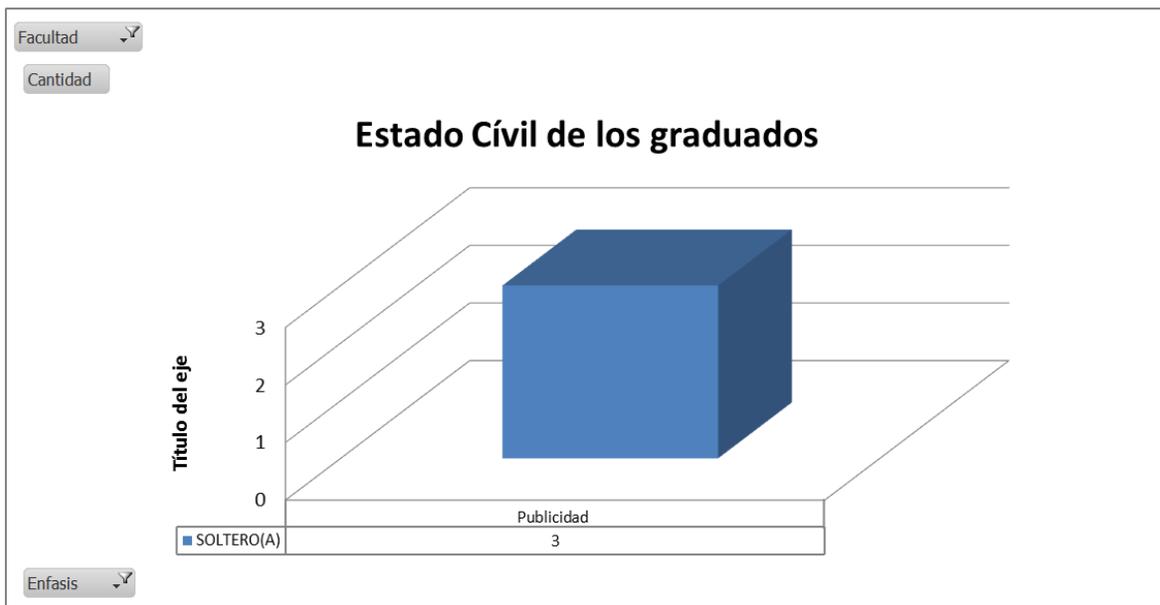


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 9% (3) de los graduados de la facultad de Marketing y Comunicación representan a la carrera de Publicidad.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 2: “Estado Civil de los graduados encuestados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

	Etiquetas de columna ▾			
	SOLTERO(A)		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	100,00%	3	100,00%
Publicidad	3	100,00%	3	100,00%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados son solteros.

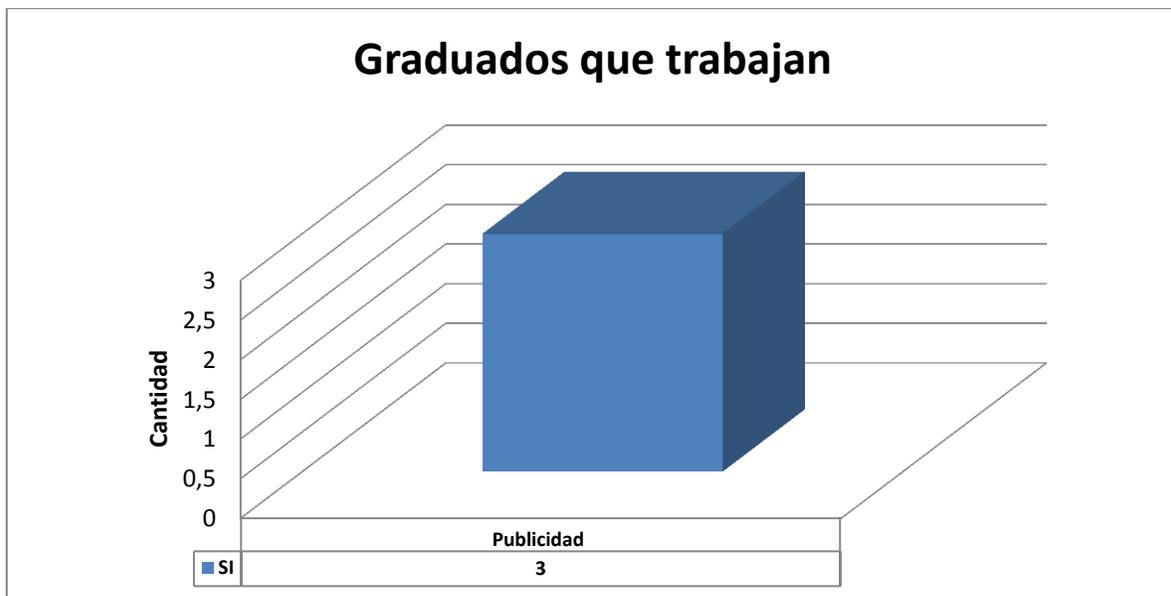
2. Situación laboral actual

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 3: “Cantidad de Graduados que trabajan actualmente”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Situación laboral		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	100,00%	3	100,00%
Publicidad	3	100,00%	3	100,00%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG

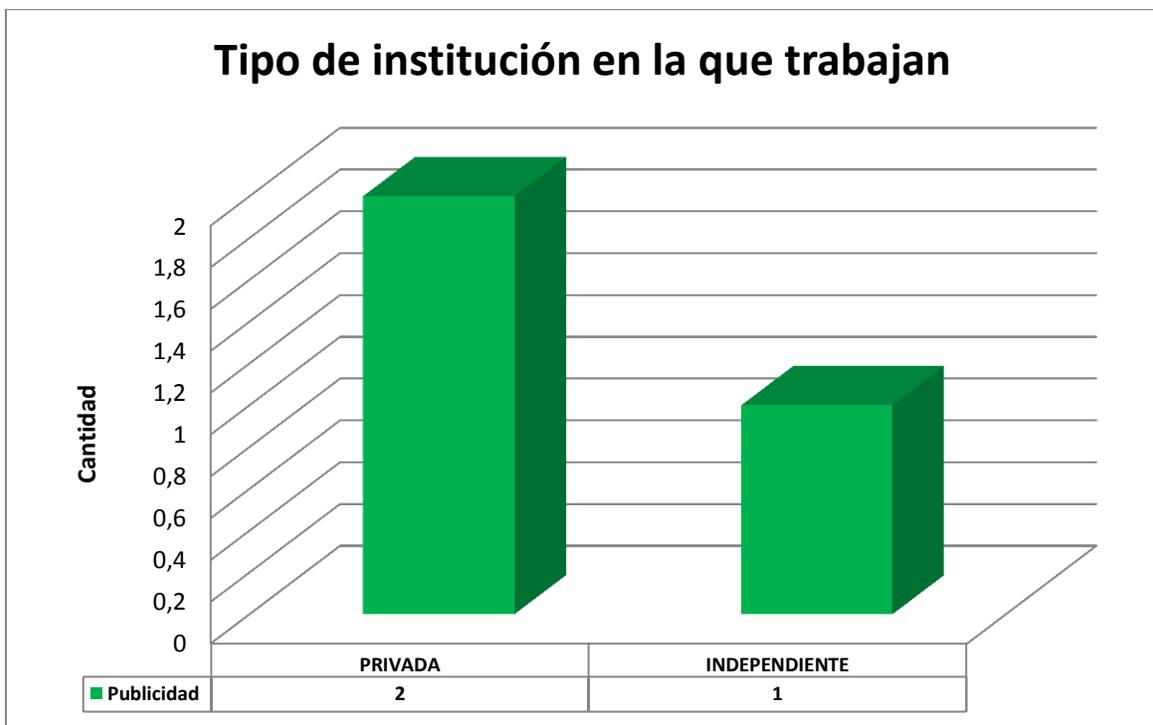
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados laboran actualmente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 4: “Tipo de institución en la que trabajan los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras		Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
Tipo Empresa	Cantidad	Porcentaje			
PRIVADA	2	67%	2	67%	
INDEPENDIENTE	1	33%	1	33%	
Total general	3	100%	3	100%	



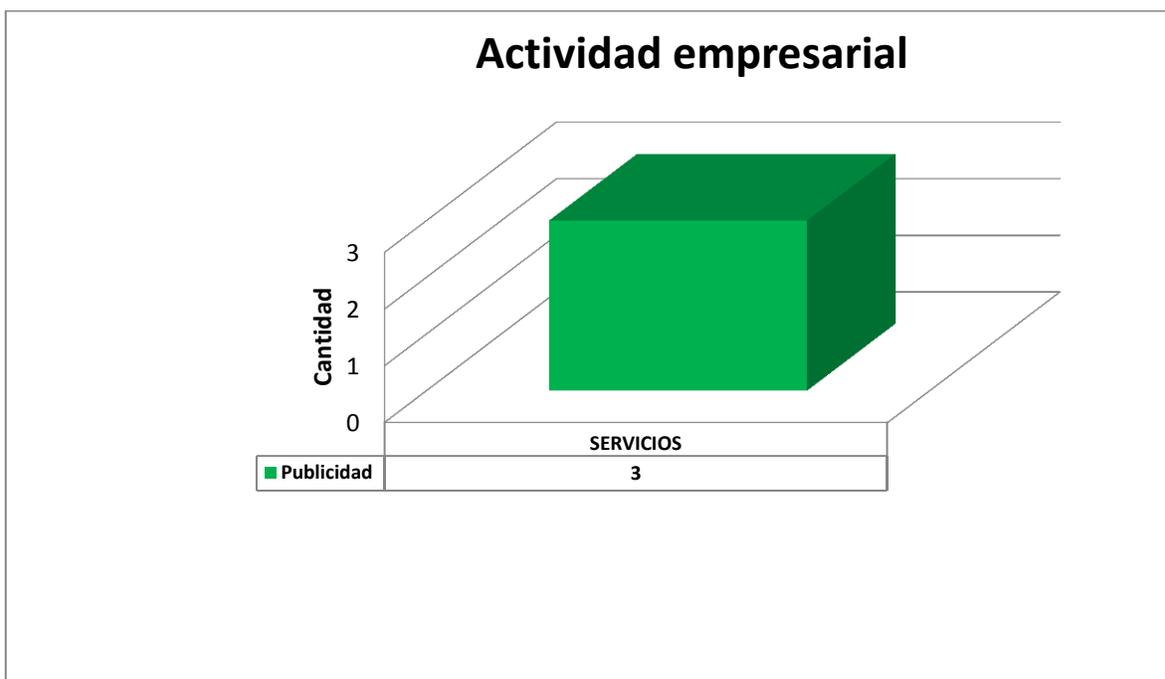
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los alumnos laboran en el sector privado y el 34% (1) labora de manera independiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 5: “Actividad económica de la empresas”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras		Total Cantidad	Total Porcentaje
Actividad Empresarial	Publicidad		
	Cantidad	Porcentaje	
SERVICIOS	3	100%	3
Total general	3	100%	3



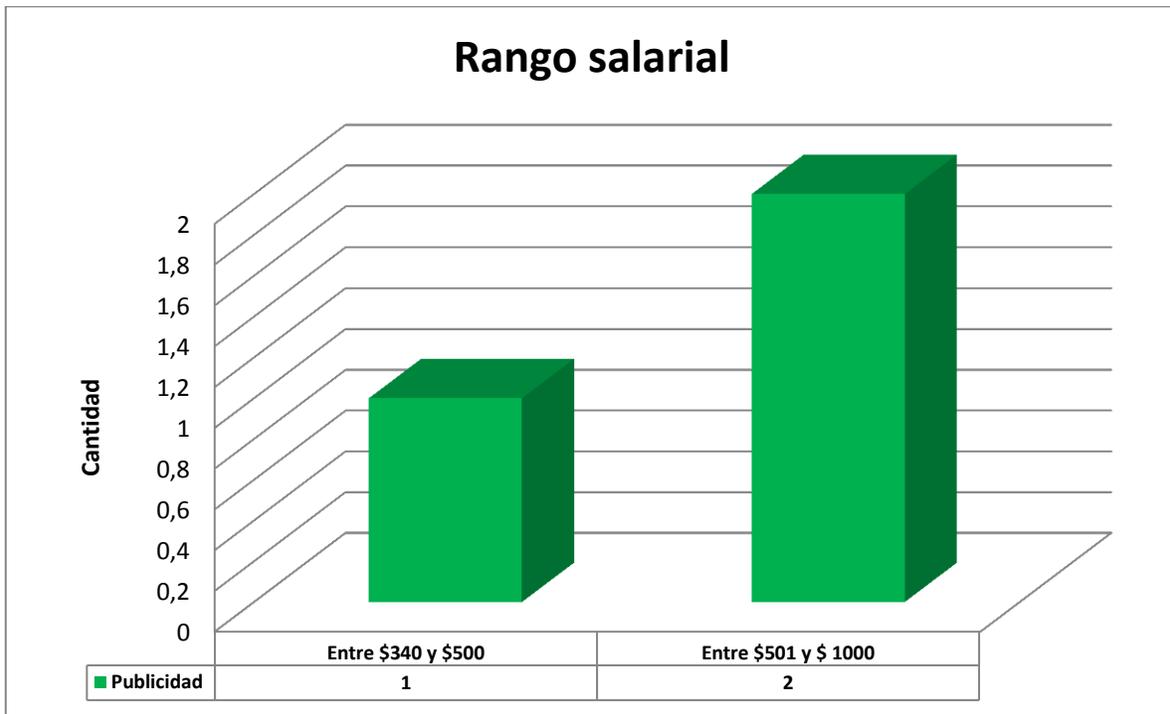
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados labora en el sector de servicios.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 6: “Rango salarial”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad

		Carreras <input type="text" value="Publicidad"/>		Total Cantidad	Total Porcentaje
Rango Salarial <input type="text"/>	Cantidad	Porcentaje			
Entre \$340 y \$500	1	33,33%	1	33,33%	
Entre \$501 y \$ 1000	2	66,67%	2	66,67%	
Total general	3	100,00%	3	100,00%	



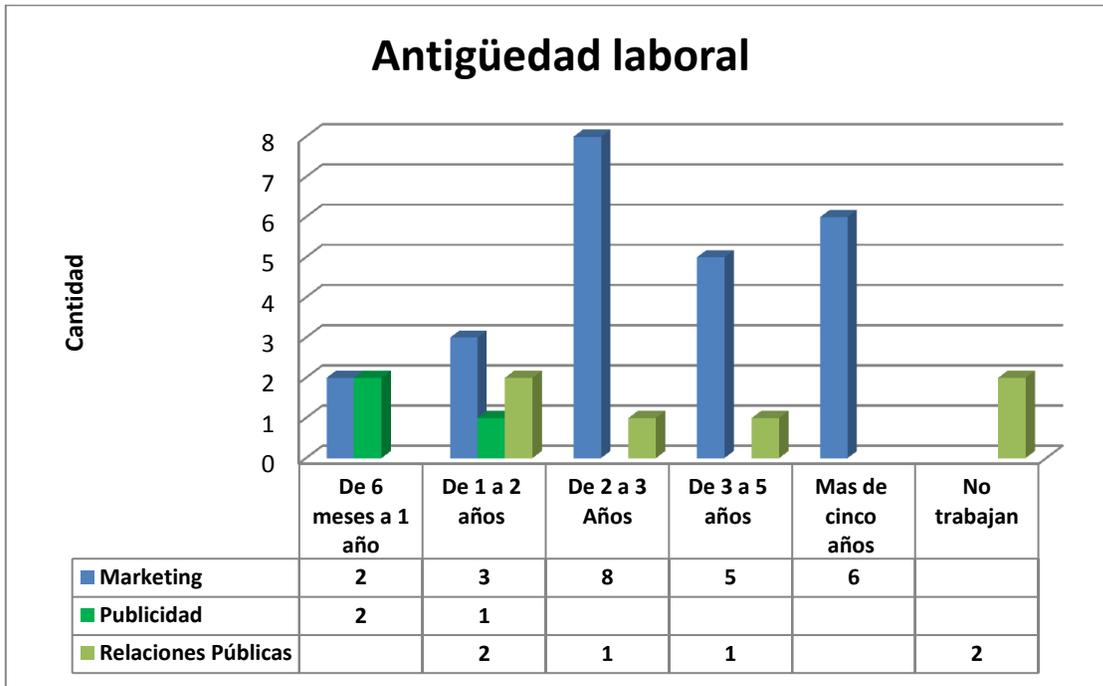
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados percibe una remuneración de 501 – 1000 mientras que la diferencia 34% (1) percibe de 240 – 500.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 7: “Antigüedad laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras		Total Cantidad	Total Porcentaje
Antigüedad	Cantidad	Porcentaje	
De 6 meses a 1 año	2	66,67%	2
De 1 a 2 años	1	33,33%	1
Total general	3	100,00%	3



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados tiene de 6 meses a 1 año laborando, mientras que el 34% (1) tiene de 1 a 2 años de antigüedad.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 8: “Razones por la que no laboran”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Todos los graduados laboran.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 9: “Cantidad de graduados que trabajan en su especialidad”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación				Total Cantidad	Total Porcentaje
	SI		NO			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Publicidad	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Total general	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%



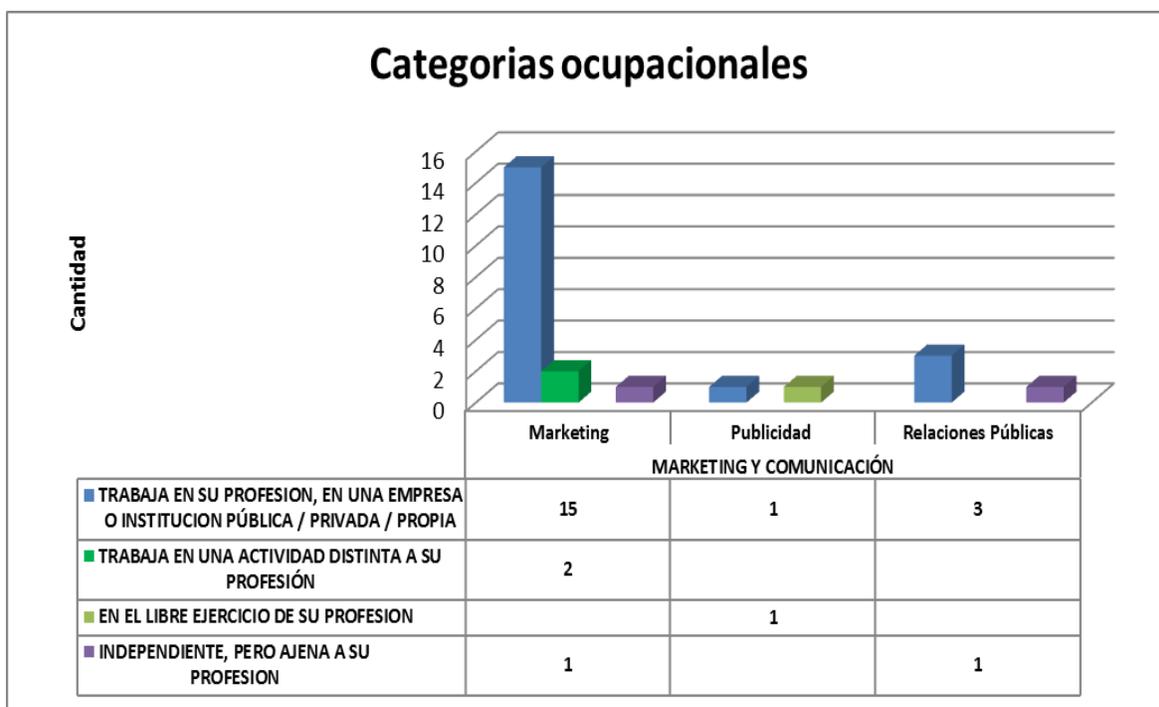
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados labora dentro de su especialidad, mientras que el 34% (1) no lo hace.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 10: “Categorías ocupacionales de los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Etiquetas de columna			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2	100,00%	2	100,00%
TRABAJA EN SU PROFESION, EN UNA EMPRESA O INSTITUCION PÚBLICA / PRIVADA / PROPIA	1	50,00%	1	50,00%
EN EL LIBRE EJERCICIO DE SU PROFESION	1	50,00%	1	50,00%
Total general	2	100,00%	2	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (1) labora en su profesión en una empresa o en una institución pública, mientras que el 50% (1) labora en el libre ejercicio.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 11: “Razones por las que no trabajan en su especialidad”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

		Etiquetas de columna			
		MOTIVOS ECONÓMICOS		Total Cantidad	Total Porcentaje
Facultades		Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN		1	100,00%	1	100,00%
Publicidad		1	100,00%	1	100,00%

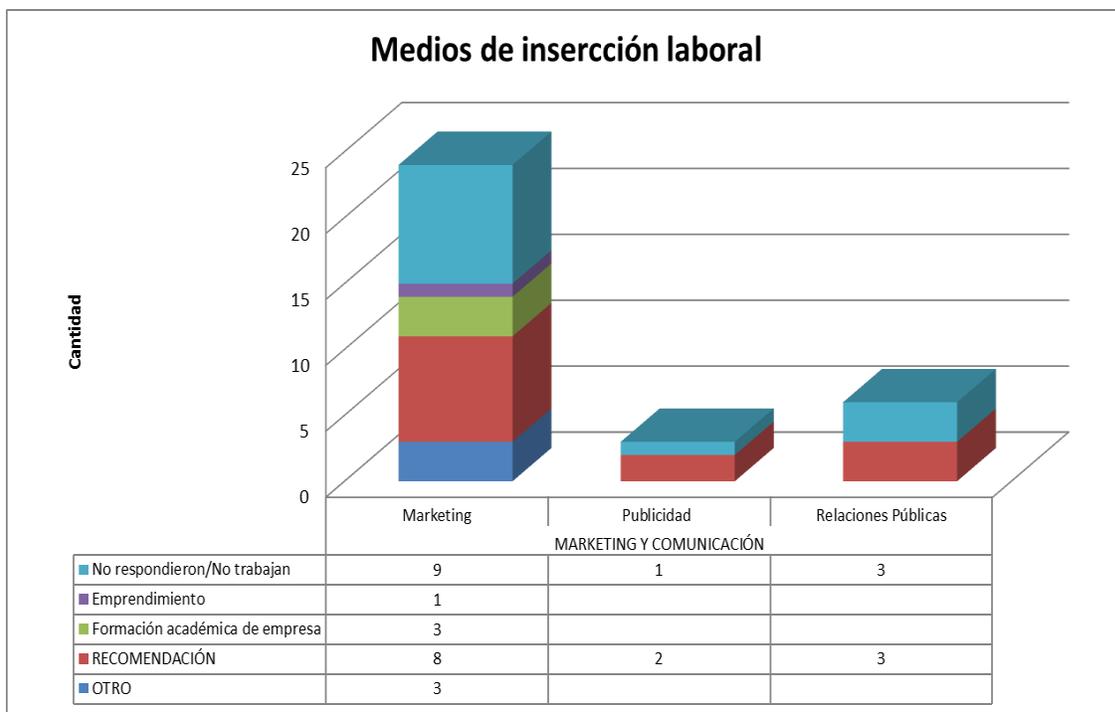


Fuente: USG
Elaborado por: USG

La persona que no labora dentro de su área no lo hace por motivos económicos.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 12: “Medios de Inserción laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Medios	Carrera <input type="text" value="Marketing y Comunicación"/>			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	100,00%	3	100,00%
RECOMENDACIÓN	2	66,67%	2	66,67%
No respondieron/No trabajan	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



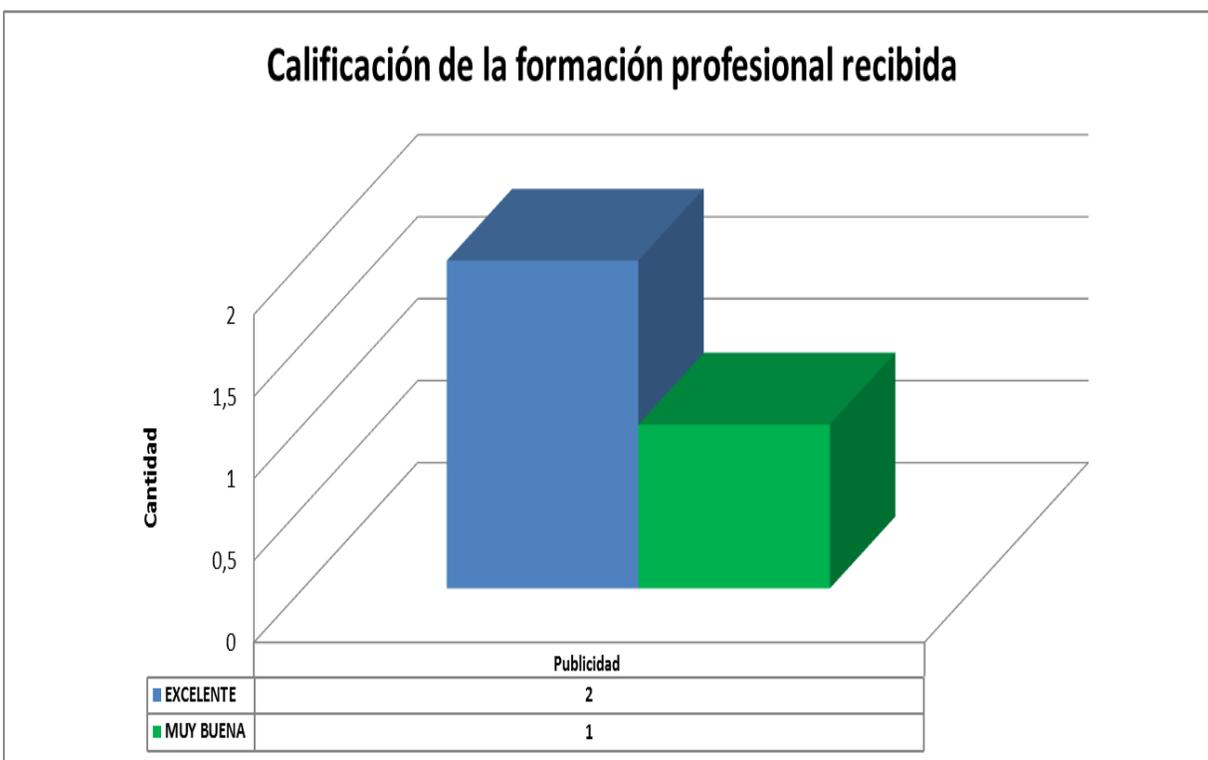
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) dice que el medio de inserción laboral fue por recomendación y el 34% (1) no respondieron a esta pregunta.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 13: “Calificación de su formación profesional”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras	EXCELENTE		MUY BUENA		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Publicidad	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Total general	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dice que su formación profesional recibida fue excelente, mientras que el 34% (1) lo consideran muy buena.

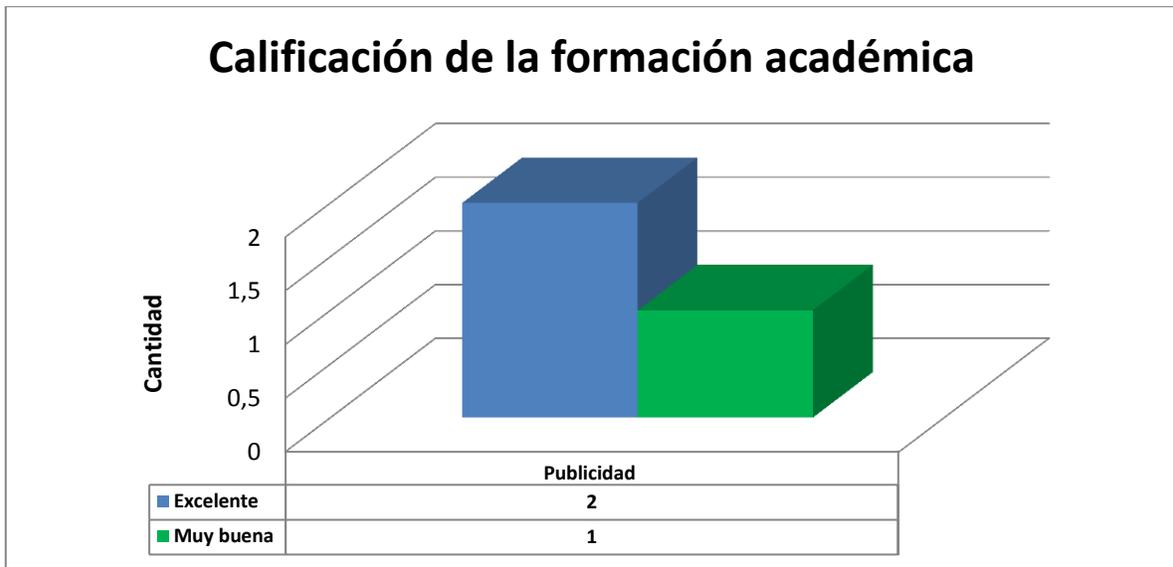
3. Percepción de su formación académica

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 14: “Calificación de la formación académica recibida en la U. Ecotec”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

CARRERAS	Excelente		Muy buena		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Publicidad	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Total general	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%



Fuente: USG

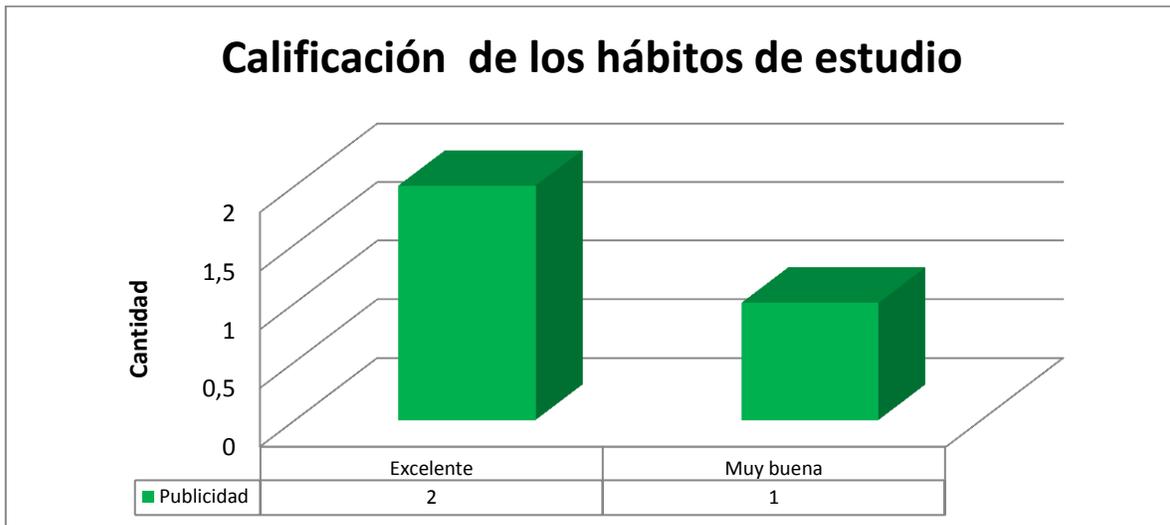
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dice que su formación académica recibida fue excelente, mientras que el 34% (1) lo consideran muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 15: “Calificación de los hábitos de estudio”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	66,67%	2	66,67%
Muy buena	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100%	3	100%

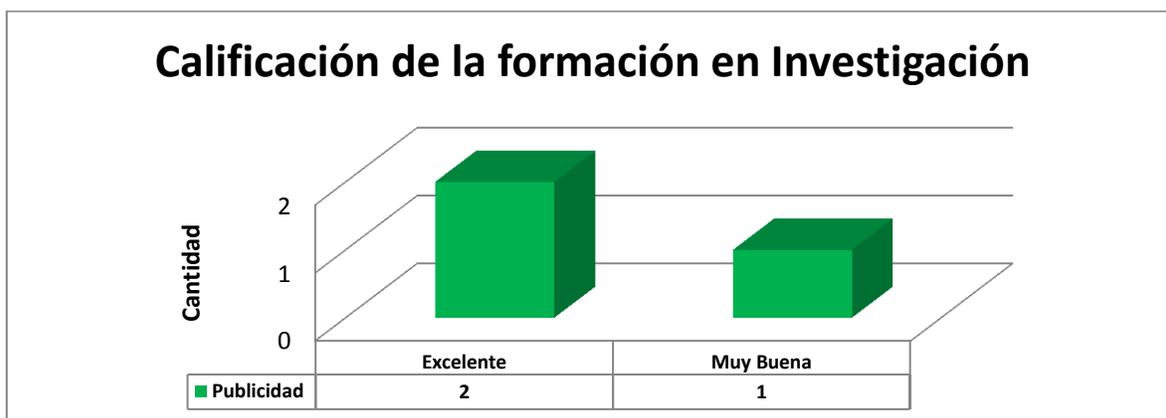


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dice que su formación en los hábitos de estudio recibida fue excelente, mientras que el 34% (1) lo consideran muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 16: “Calificación de la Formación en Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Publicidad			
			Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	67%	2	67%
Muy Buena	1	33%	1	33%
Total general	3	100%	3	100%



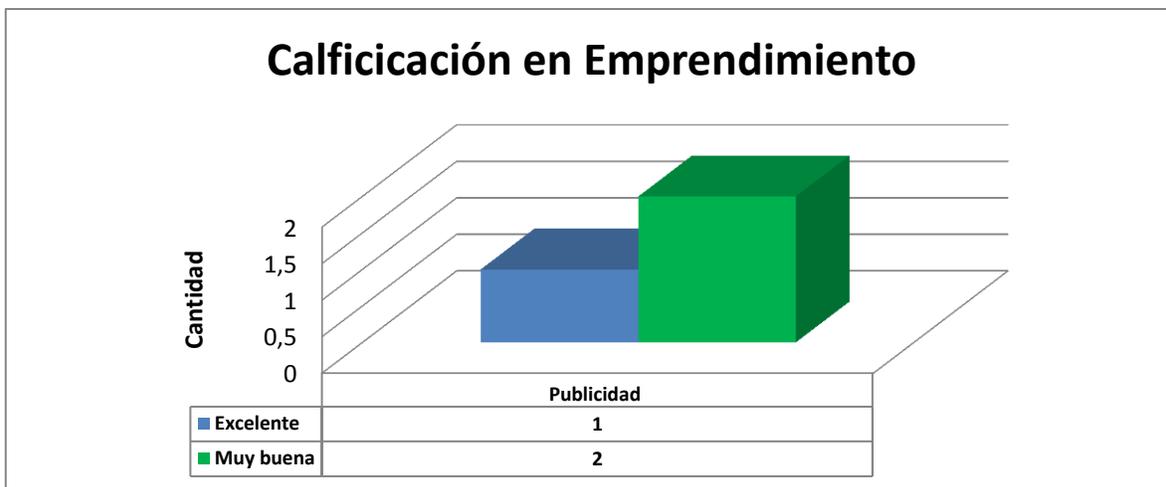
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dice que su formación en la investigación fue excelente, mientras que el 34% (1) lo consideran muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 17: “Calificación de la formación en Emprendimiento”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	1	33,33%	1	33,33%
Muy buena	2	66,67%	2	66,67%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

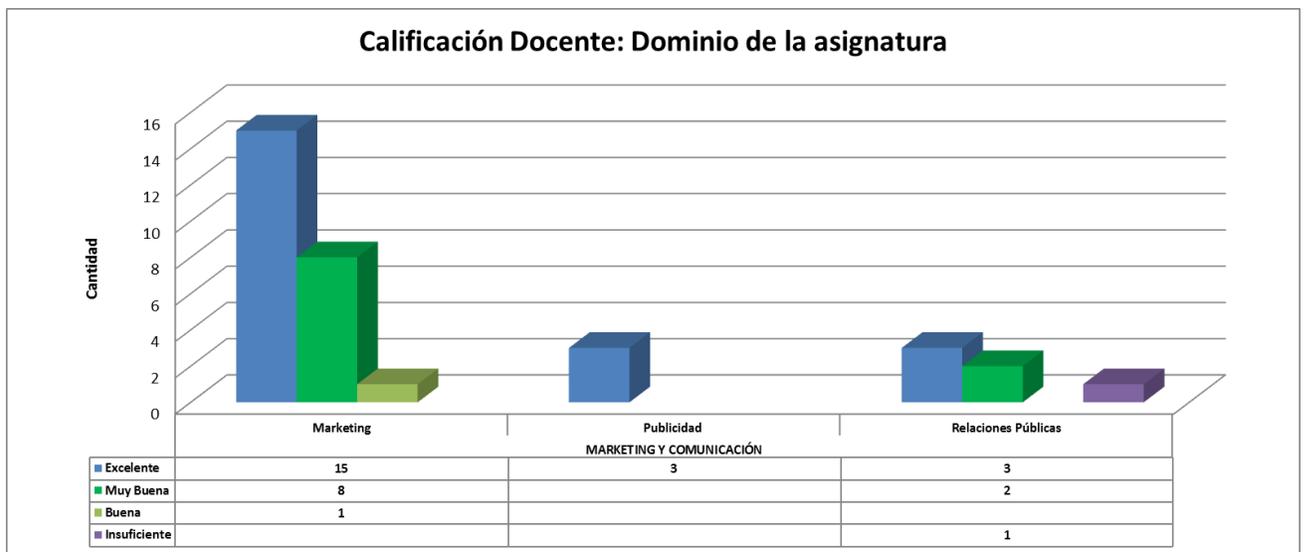
El 66% (2) de los graduados dice que su formación en emprendimiento fue muy buena, mientras que el 34% (1) lo consideran excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 18: “Calificación de los docentes: Dominio de la asignatura”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
Facultades	Cantidad	Porcentaje	
Excelente	3	100,00%	3
Total general	3	100,00%	3



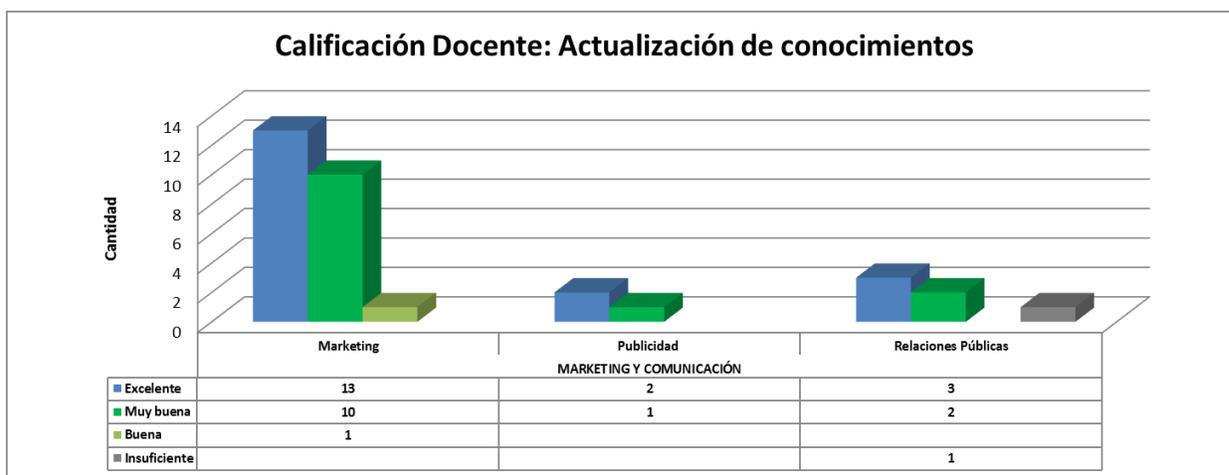
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados dijo que el dominio de la asignatura es excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 19: “Calificación de los docentes: Actualización de los conocimientos”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	66,67%	2	66,67%
Muy buena	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dice que la actualización de conocimientos por parte de los docentes fue excelente, mientras que el 34% (1) lo consideran muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 20: “Calificación de los Docentes: Metodología de la Enseñanza”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	1	33,33%	1	33,33%
Muy buena	2	66,67%	2	66,67%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dice que la metodología de enseñanza por parte de los docentes fue muy buena, mientras que el 34% (1) lo consideran excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 21: “Calificación de los docentes: Fomento de las
habilidades de Análisis e Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	1	33,33%	1	33,33%
Muy buena	2	66,67%	2	66,67%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



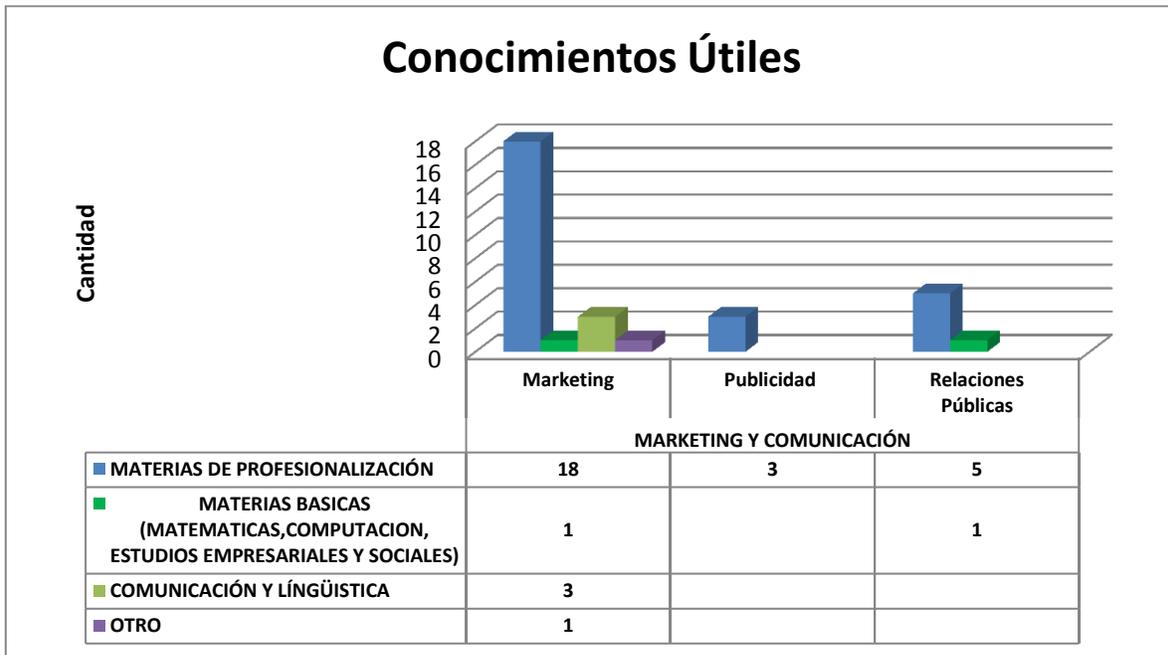
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dice que las habilidades de análisis e investigación por parte de los docentes fue muy buena, mientras que el 34% (1) lo consideran excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 22: “Conocimientos útiles adquiridos durante la carrera”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Conocimientos útiles	Carrera		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS DE PROFESIONALIZACIÓN	3	100,00%	3	100,00%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

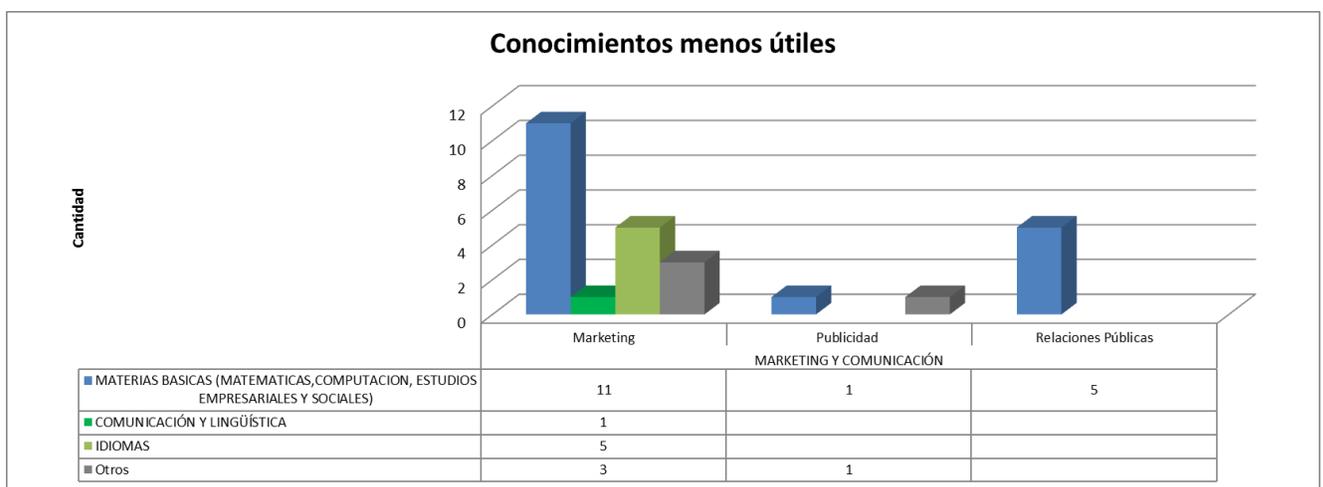
Para el 100% de los graduados de la carrera dice que las materias de profesionalización tienen los mayores conocimientos útiles.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 23: “Conocimientos menos útiles adquiridos durante la carrera”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Conocimientos	Carreras		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS BASICAS (MATEMATICAS, COMPUTACION, ESTUDIOS EMPRESARIALES Y SOCIALES)	1	50,00%	1	50,00%
Otros	1	50,00%	1	50,00%
Total general	2	100,00%	2	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

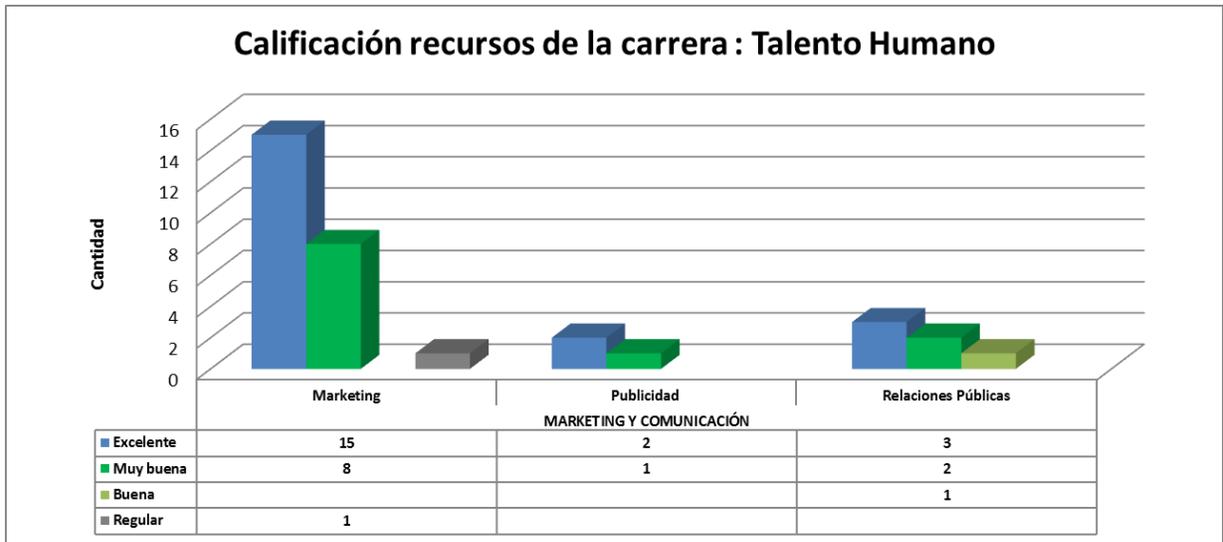
Para el 50% (1) de los graduados los conocimientos adquiridos menos útiles son las materias básicas, mientras que para el otro 50% consideran como otros.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 24: “Evaluación de los recursos de la carrera: Talento Humano”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	66,67%	2	66,67%
Muy buena	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100%	3	100%

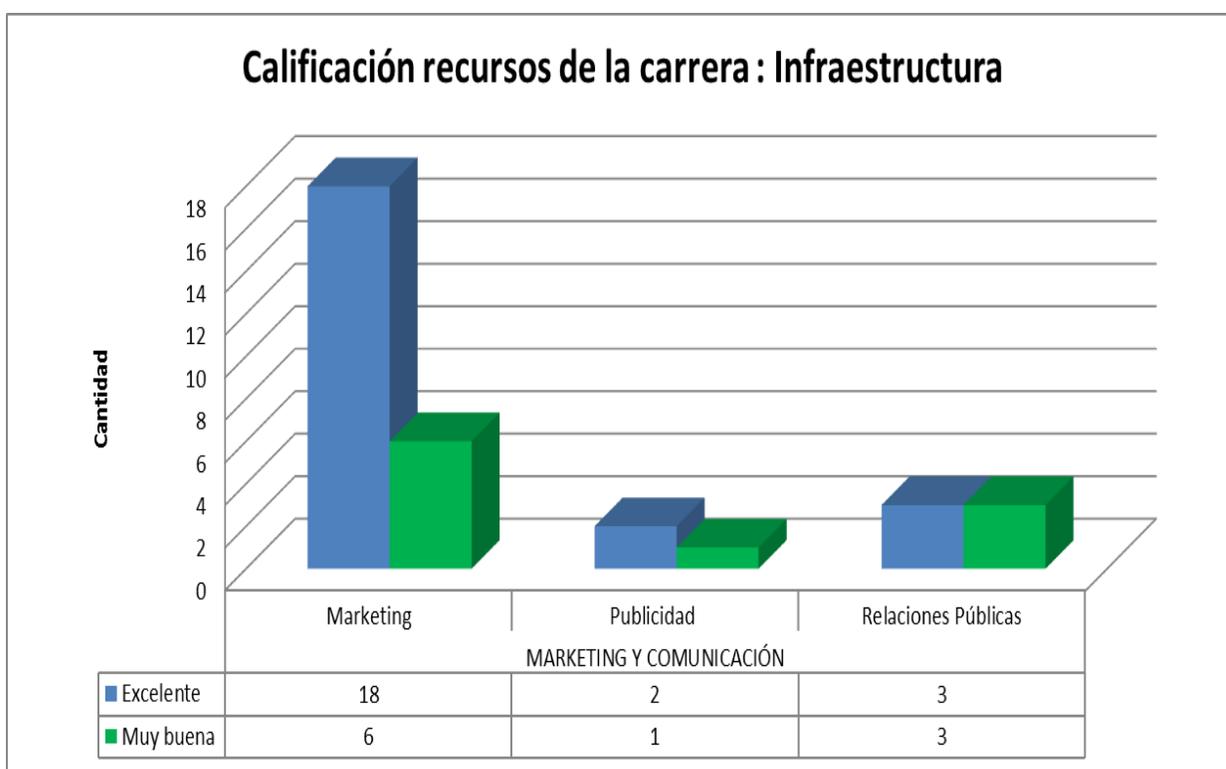


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) dijo que dentro de los recursos de la carrera con respecto al recurso humano fue excelente, mientras que para el 34% (1) dijo que era muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 25: “Evaluación de los recursos de la carrera:
Infraestructura”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación de los Recursos de la carrera _ Infraestructura			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	100,00%	3	100,00%
Excelente	2	66,67%	2	66,67%
Muy buena	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) dijo que dentro de los recursos de la carrera con respecto a la infraestructura fue excelente, mientras que para el 34% (1) dijo que era muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 26: “Evaluación de los recursos de la carrera: Servicios”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Etiquetas de columna		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	66,67%	2	66,67%
Muy buena	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



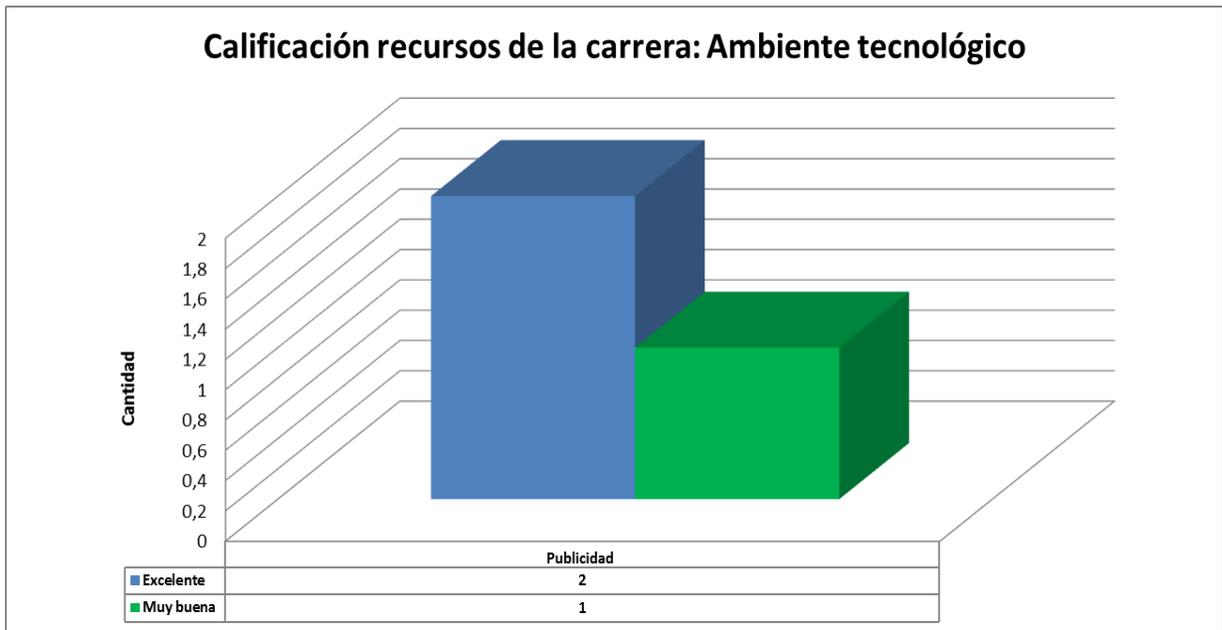
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) dijo que dentro de los recursos de la carrera con respecto a los servicios fue excelente, mientras que para el 34% (1) dijo que era muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 27: “Evaluación de los recursos de la carrera: Ambiente Tecnológico”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Excelente		Muy buena		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Publicidad	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Total general	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) dijo que dentro de los recursos de la carrera con respecto al ambiente tecnológico fue excelente, mientras que para el 34% (1) dijo que era muy bueno.

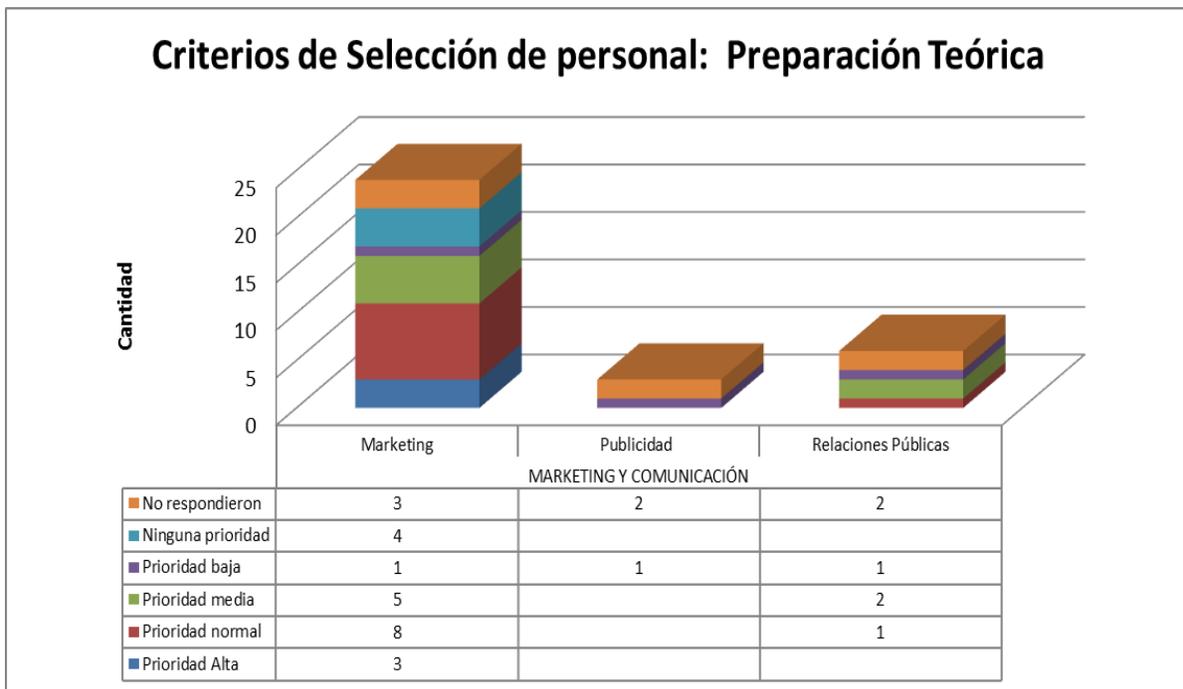
4. Competencias requeridas en el campo laboral vs competencias profesionales adquiridas

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 28: “Evaluación de los criterios de selección de personal: preparación teórica”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Criterios			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	100,00%	3	100,00%
Prioridad baja	1	33,33%	1	33,33%
No respondieron	2	66,67%	2	66,67%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG

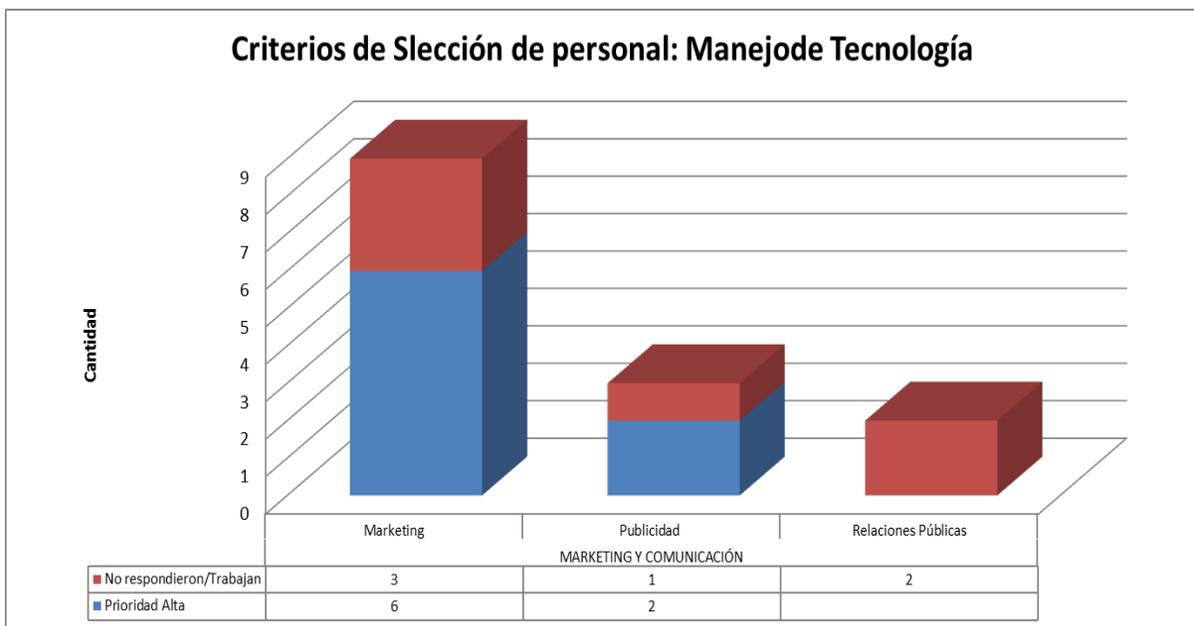
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados no respondieron a este criterio, mientras que el 34% (1) dijo tener una prioridad baja con respecto a la preparación teórica.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 29: “Evaluación de los criterios de selección de personal: manejo de la tecnología”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Prioridad Alta		No respondieron/Trabajan		Total cantidad	Total Porcentaje
	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Publicidad	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Total general	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%



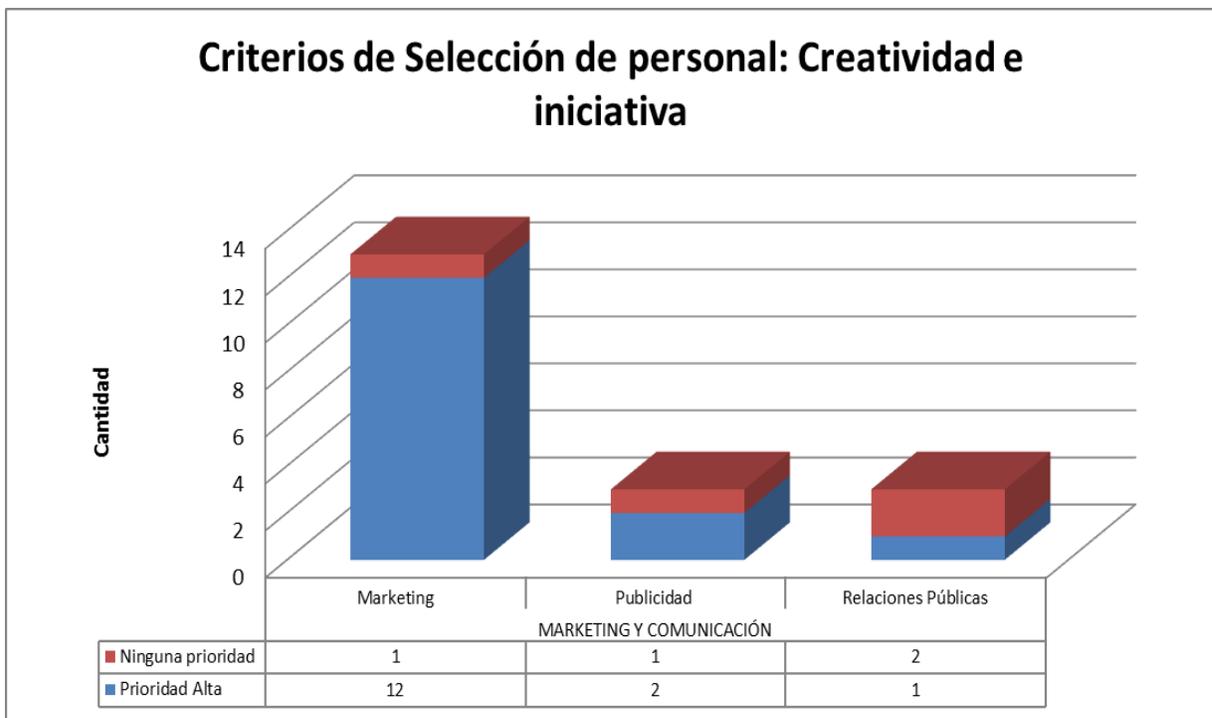
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dijo tener una prioridad alta con respecto a la preparación teórica, mientras que el 34% (1) no respondieron a este criterio.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 30: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Creatividad e iniciativa”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Ninguna prioridad		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Publicidad	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%
Total general	2	66,67%	1	33,33%	3	100,00%



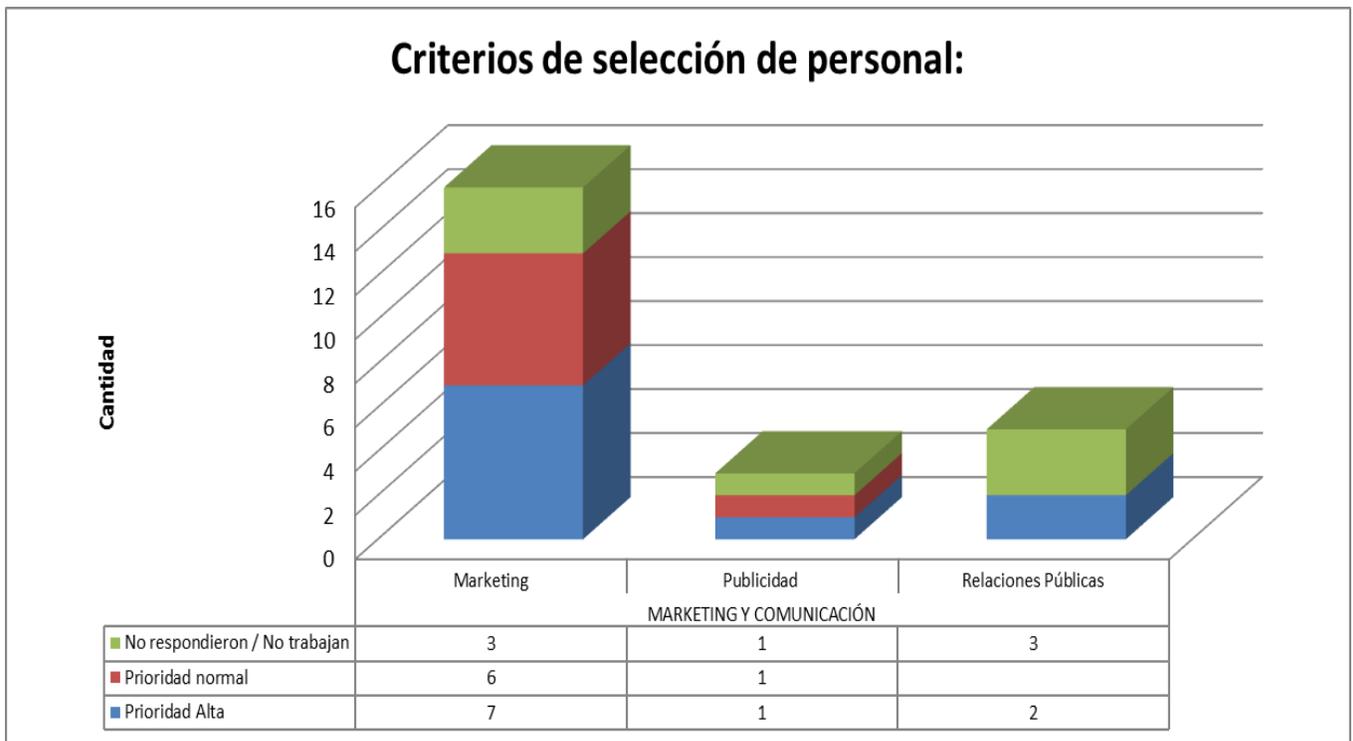
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dijo tener una prioridad alta con respecto a la creatividad e iniciativa, mientras que el 34% (1) no tienen ninguna prioridad.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 31: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Estabilidad emocional”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Prioridad normal		No respondieron / No trabajan		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	1	33,33%	1	33,33%	1	33,33%	3	100,00%
Publicidad	1	33,33%	1	33,33%	1	33,33%	3	100,00%
Total general	1	33,33%	1	33,33%	1	33,33%	3	100,00%

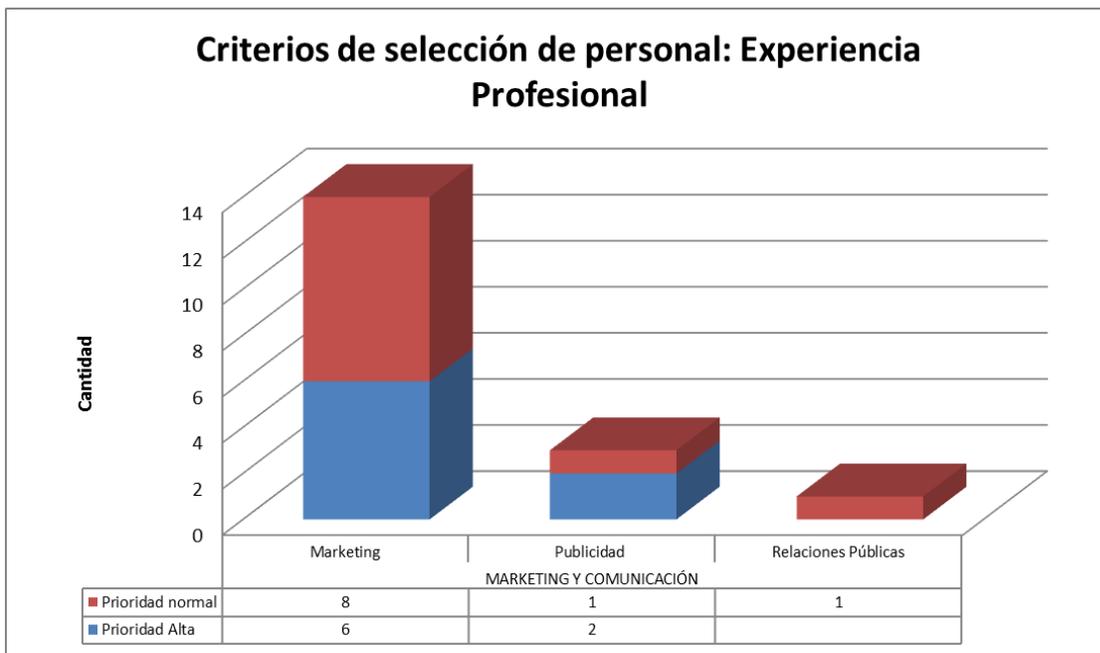


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% de los graduados dijo que su prioridad es alta con respecto al criterio de selección de personal, el otro 33% dijo ser una prioridad media y el otro 33% no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 32: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
 Experiencia profesional”**
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Publicidad				
	Criterios				
	MARKETING Y COMUNICACIÓN			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje			
Prioridad Alta		2	66,67%	2	66,67%
Prioridad normal		1	33,33%	1	33,33%
Total general		3	100,00%	3	100,00%

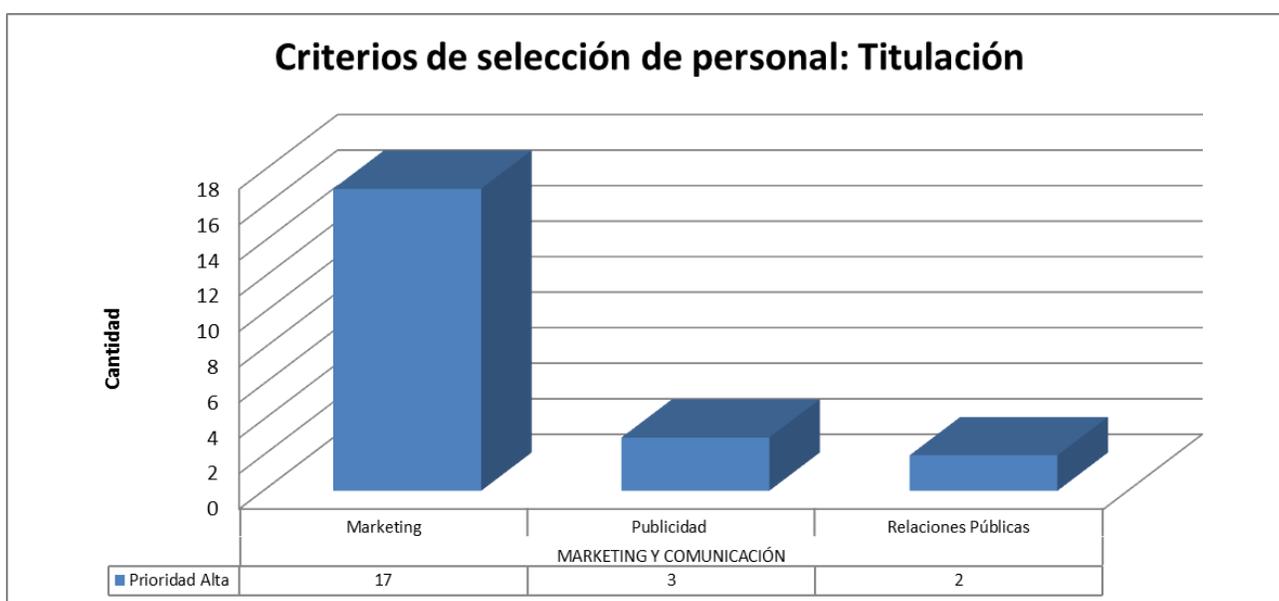


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dijo tener una prioridad alta con respecto a la experiencia profesional, mientras que el 34% (1) dijo tener una prioridad normal.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 33: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Titulación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Publicidad			
	Criterios de selección			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	3	100,00%	3	100,00%
Total general	3	100,00%	3	100,00%

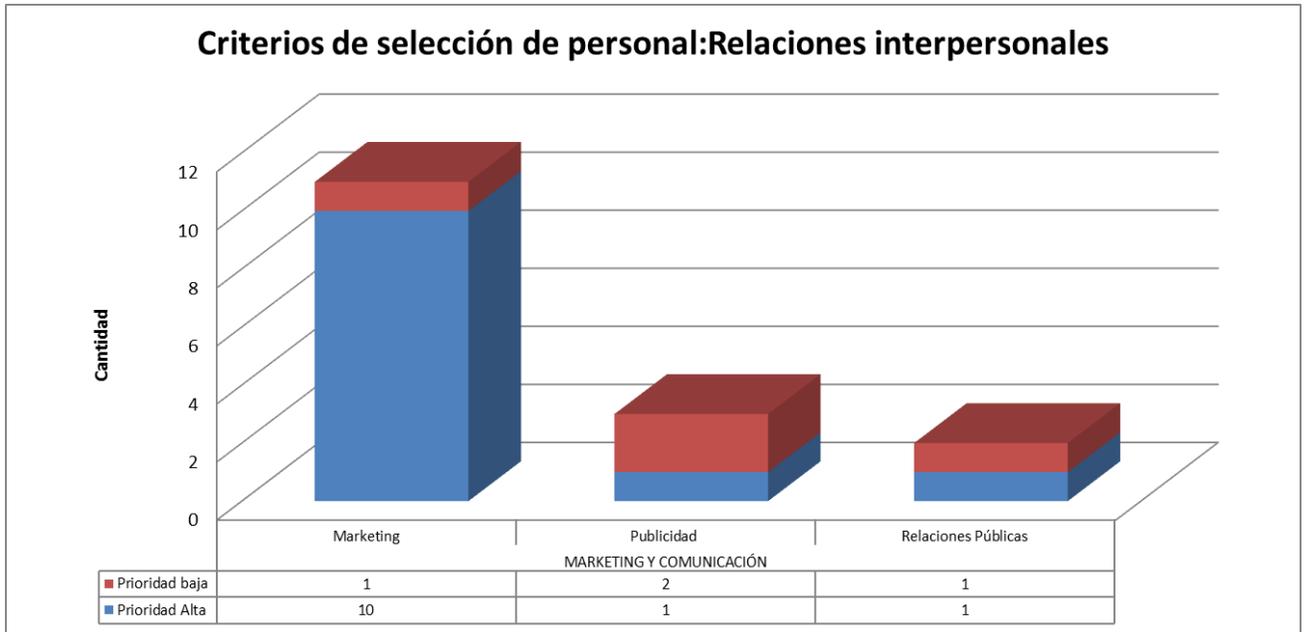


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados dijo tener una prioridad alta con respecto al criterio de titulación.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 34: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Relaciones interpersonales”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Publicidad			
	Criterios			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad baja	2	66,67%	2	66,67%
Total general	3	100,00%	3	100,00%

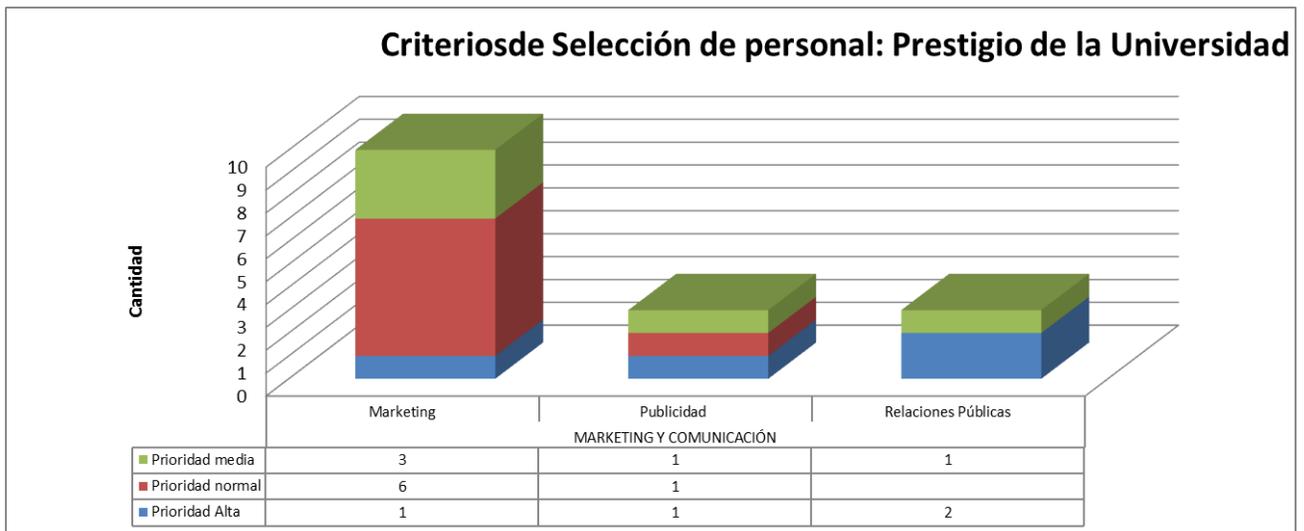


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dijo tener una prioridad baja con respecto a las relaciones interpersonales, mientras que el 34% (1) dijo tener una prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 35: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
 Prestigio de la Universidad”**
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Publicidad			
	Criterios de selección			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad normal	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad media	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%

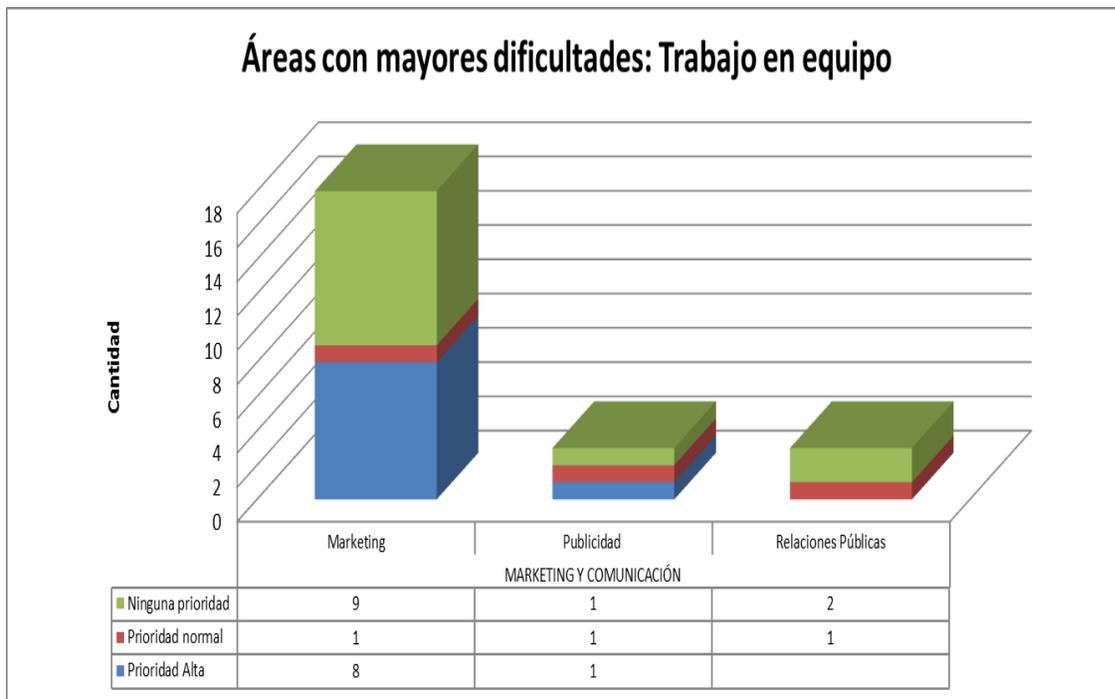


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% de los graduados que representa a 1 cada uno, dijo con respecto al criterio del prestigio de la Universidad la prioridad es alta, media y normal respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 36: “Áreas con mayores dificultades: Trabajo en equipo”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Publicidad			
	Áreas			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentajes
FACULTADES	Cantidad	Porcentajes		
Prioridad Alta	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad normal	1	33,33%	1	33,33%
Ninguna prioridad	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



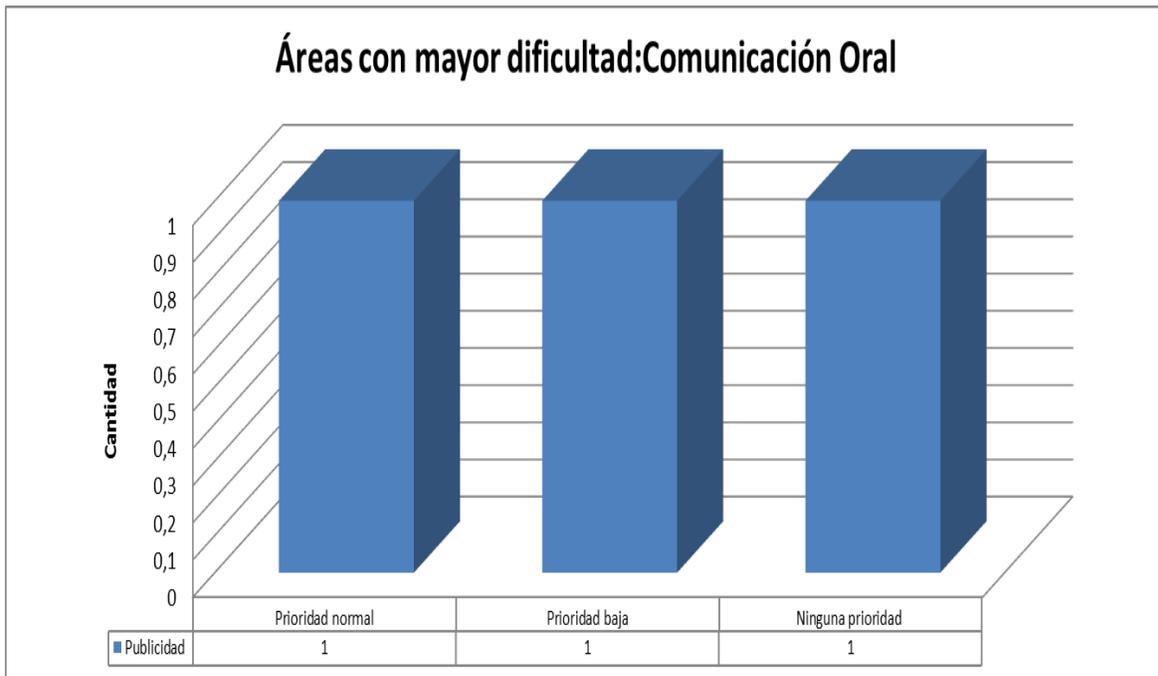
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% de los graduados que representa a 1 cada uno, dijo con respecto al criterio del trabajo en equipo la prioridad es alta, normal y ninguna prioridad respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 38: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Oral”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad normal	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad baja	1	33,33%	1	33,33%
Ninguna prioridad	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

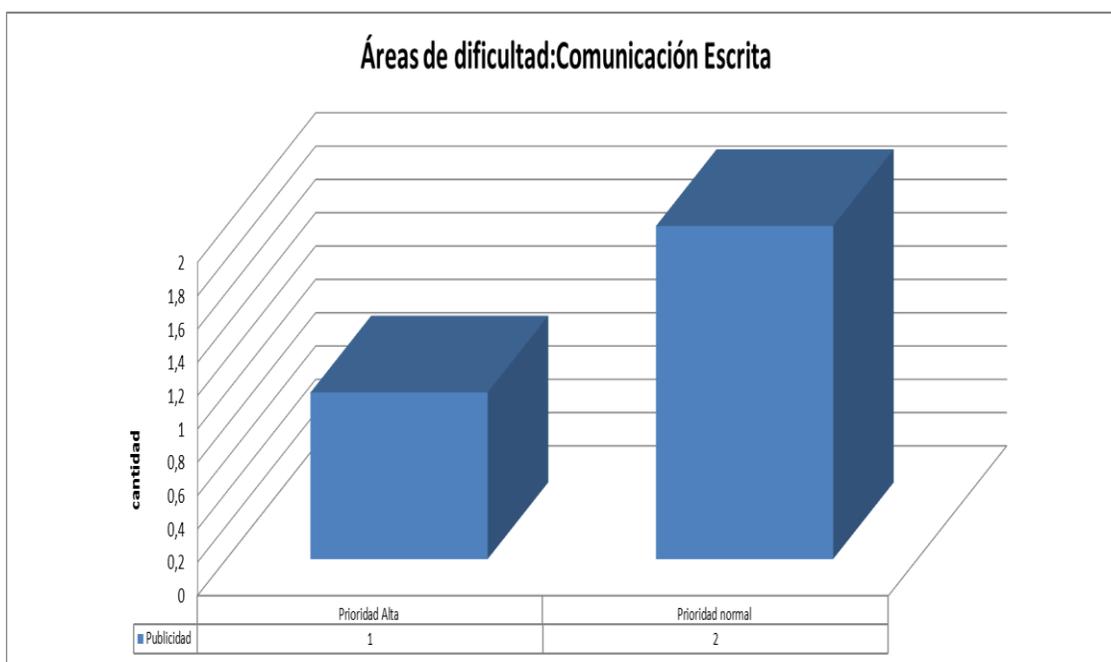
El 33% de los graduados que representa a 1 cada uno, dijo con respecto al criterio de la comunicación oral la prioridad es baja, normal y ninguna prioridad respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 39: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad				
MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Etiquetas de columna				
Publicidad			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad normal	2	66,67%	2	66,67%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



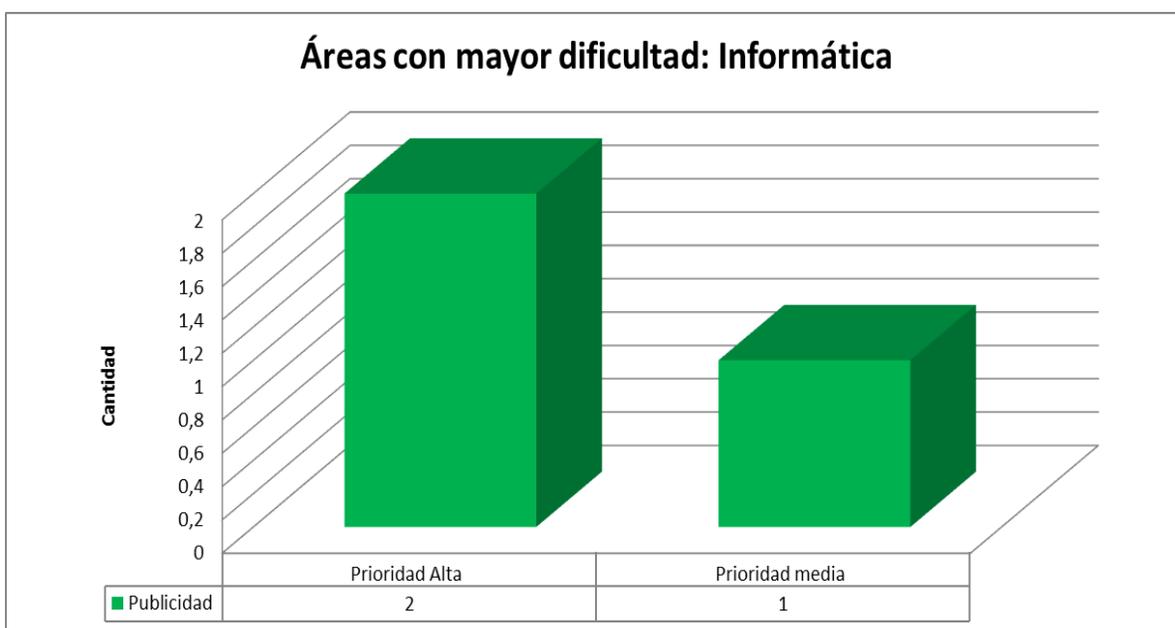
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 66% de los graduados con respecto al criterio de dificultad de comunicación escrita dijo tener una prioridad normal, mientras que el otro graduado dijo tener una prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 40: “Áreas con mayores dificultades: Informática”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Áreas			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	2	66,67%	2	66,67%
Prioridad media	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%

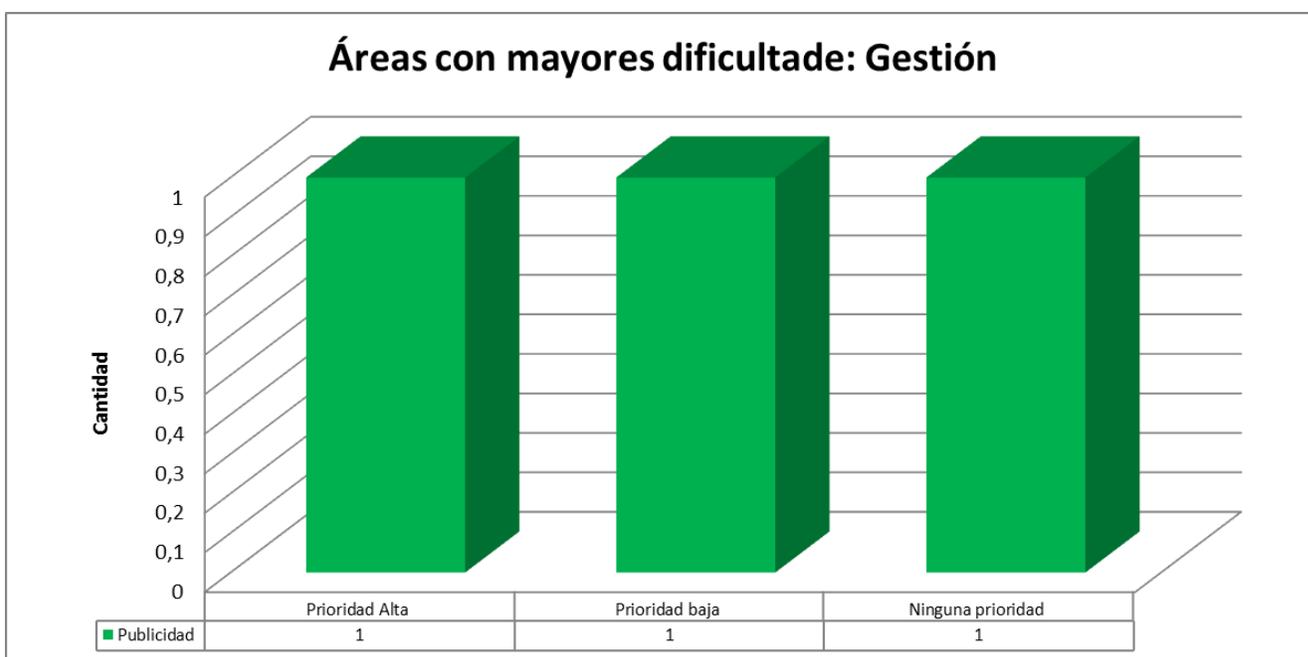


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% de los graduados con respecto al criterio de dificultad de informática dijo tener una prioridad alta, mientras que el otro graduado dijo tener una prioridad media.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 41: “Áreas con mayores dificultades: Gestión”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad baja	1	33,33%	1	33,33%
Ninguna prioridad	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% de los graduados dijo que su dentro de las áreas de mayor dificultad con respecto a la gestión es de prioridad alta, baja y no lo consideran como prioridad respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 42: “Áreas con mayores dificultades: Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	1	33,33%	1	33,33%
Prioridad baja	2	66,67%	2	66,67%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados dentro de sus áreas de mayor dificultad con respecto a la investigación tiene una prioridad baja, mientras que el 36% (1) tiene una prioridad alta.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 43: “Evaluación de la competencia especifica N°.1”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 1

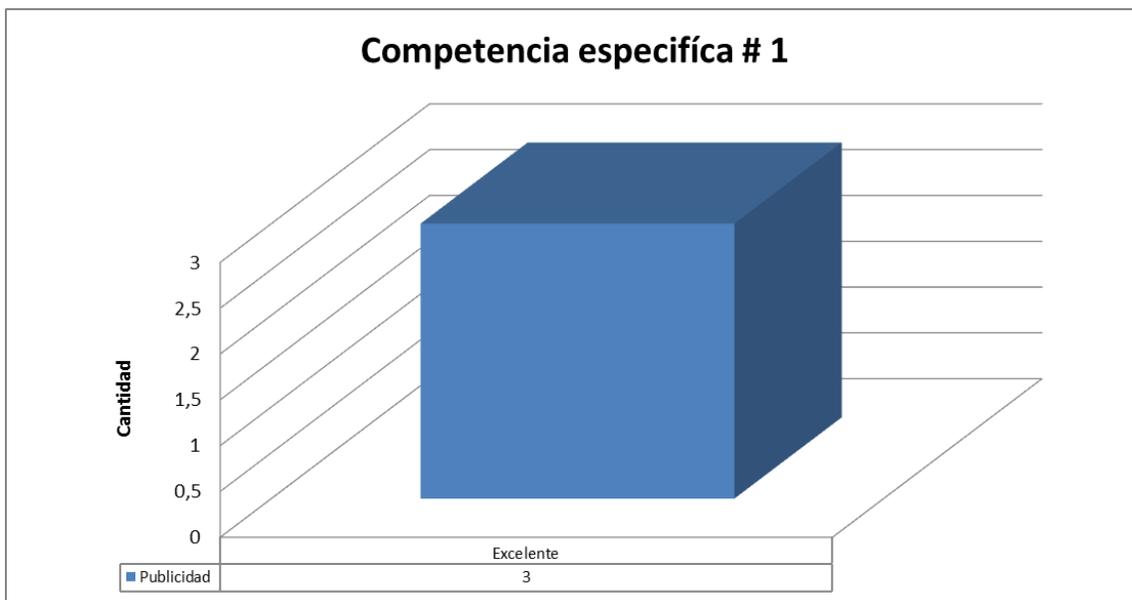
Comunicación empresarial: Establece diagnósticos, diseña estrategias correctas y ejecuta las acciones convenientes con una visión global, potenciando sus habilidades comunicativas.

Marketing: Analiza las condiciones del mercado, mediante técnicas de investigación pertinentes y explora escenarios posibles del marketing.

Publicidad: Planea y realiza proyectos para medios interactivos por medio de la observación, análisis, interpretación y evaluación de la información publicitaria y propagandas.

Relaciones Públicas: Planifica, implementa y evalúa acciones para optimizar las relaciones de organizaciones públicas y privadas con sus diferentes públicos.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	100,00%	3	100,00%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados consideran excelente la competencia específica 1.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 44: “Evaluación de la competencia especifica N°.2”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 2

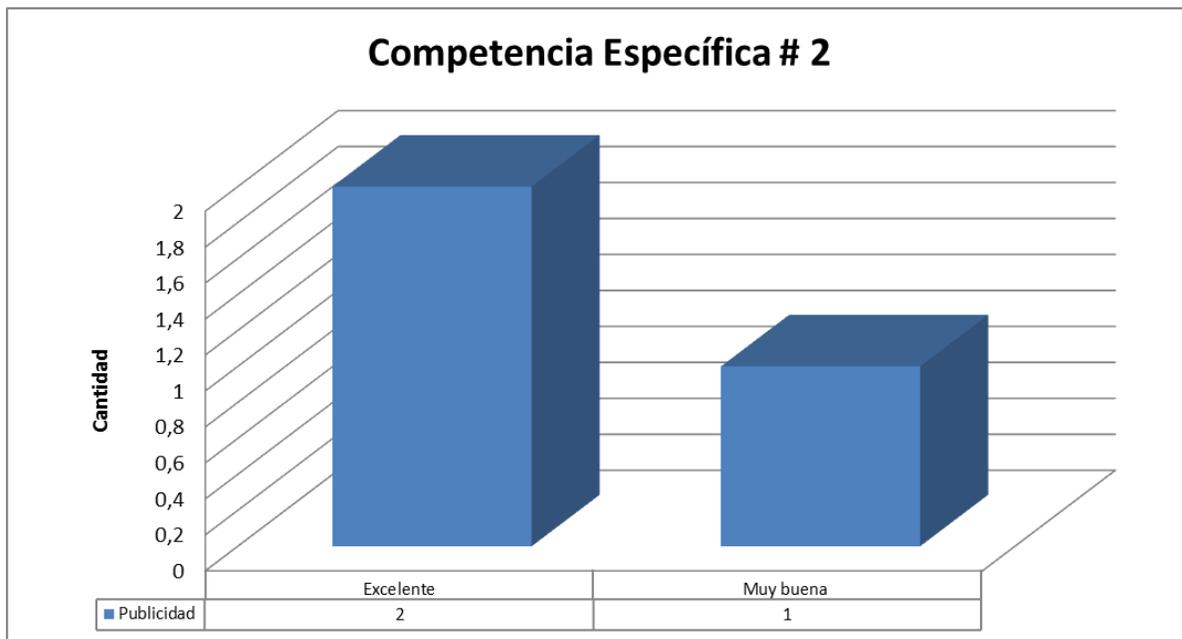
Comunicación empresarial: Gestiona la imagen corporativa de la empresa o marca que representa en comunidades virtuales y redes sociales.

Marketing: Diseña las estrategias de productos, precios, promoción y plaza.

Publicidad: Conocimiento y dominio global de las funciones publicitarias como la planificación, asesoramiento y estrategias de producción dirigidas a la completa satisfacción del servicio al cliente.

Relaciones Públicas: Organiza eventos especiales y acciones comunitarias que potencien positivamente la imagen de la organización que representa.

Competencia				
Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje	
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	66,67%	2	66,67%
Muy buena	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados considera excelente la competencia específica 2, mientras que el 36% (1) lo considera muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 45: “Evaluación de la competencia especifica N°.3”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 3

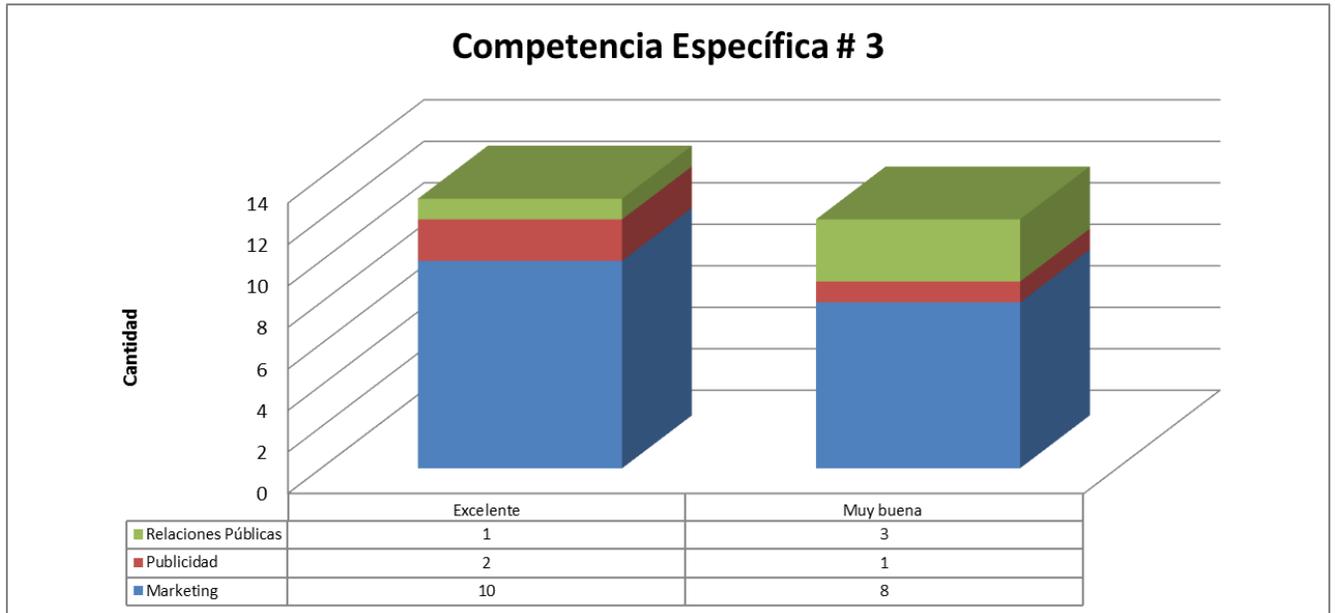
Comunicación empresarial: Profesional capacitado y competente capaz de diseñar productos comunicativos, analizar y evaluar las necesidades de comunicación de una organización.

Marketing: Maneja asertivo el marketing en la planificación de medios y campañas publicitarias.

Publicidad: Toma decisiones acerca del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada

Relaciones Públicas: Desempeña con eficacia en situaciones de crisis concretas, vinculadas al campo global de la gestión institucional e imagen pública de las organizaciones.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	66,67%	2	66,67%
Muy buena	1	33,33%	1	33,33%
Total general	3	100,00%	3	100,00%



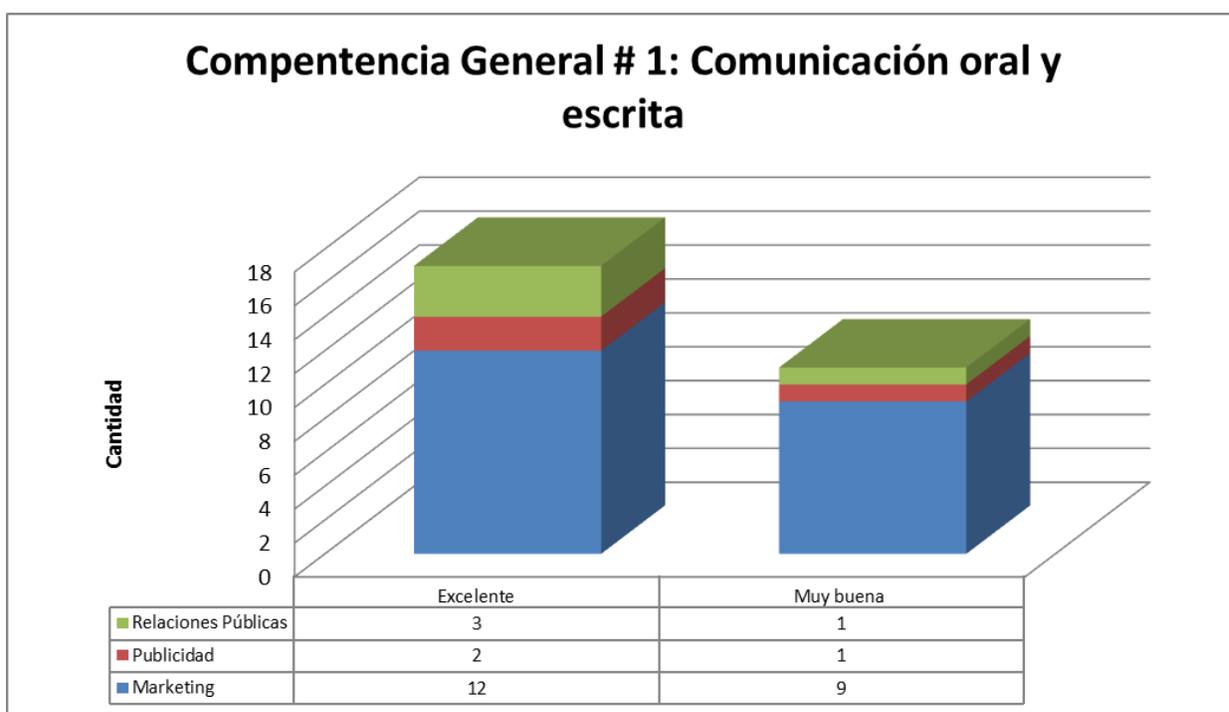
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados considera excelente la competencia específica 3, mientras que el 36% (1) lo considera muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 46: “Competencia general N°.1: Comunicación oral y/o Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	carreras			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	67%	2	67%
Muy buena	1	33%	1	33%
Total general	3	100%	3	100%



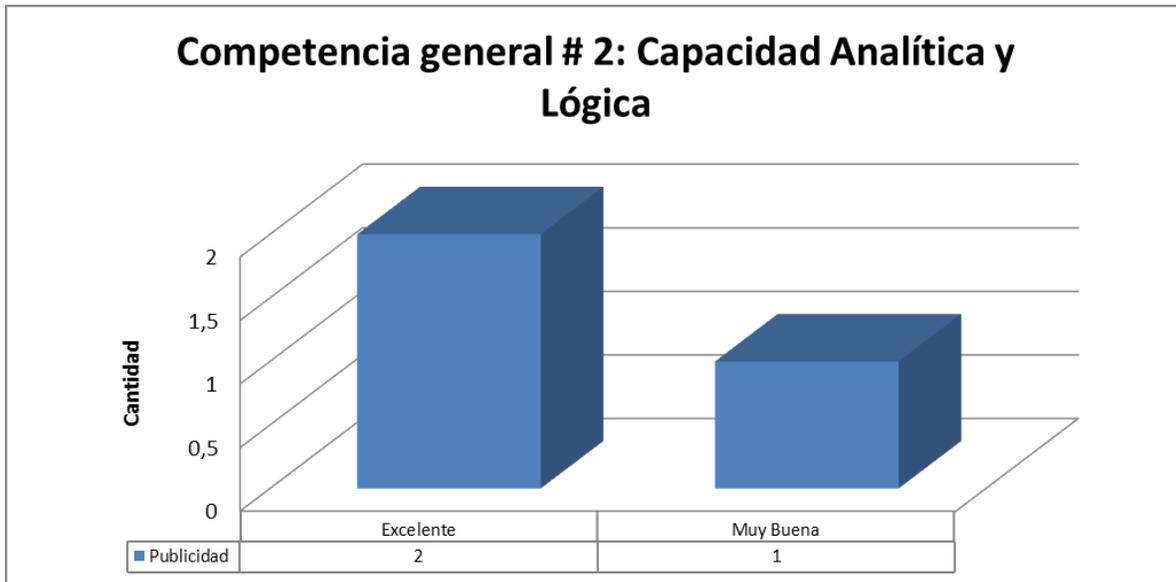
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados considera excelente la competencia de comunicación oral y escrita, mientras que el 36% (1) lo considera muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 47: “Competencia general N°.2: Capacidad analítica lógica”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	67%	2	67%
Muy Buena	1	33%	1	33%
Total general	3	100%	3	100%



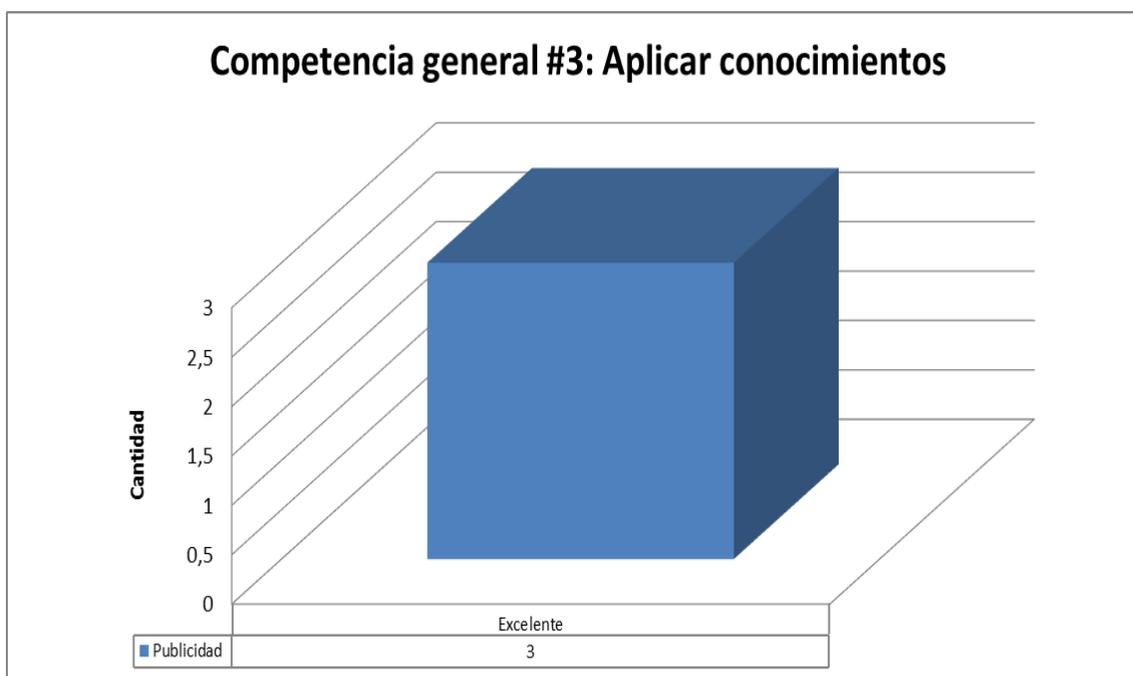
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados considera excelente la competencia de comunicación oral y escrita, mientras que el 36% (1) lo considera muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 48: “Competencia general N°.3: Capacidad para aplicar los conocimientos generales”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Competencia			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	100%	3	100%
Total general	3	100%	3	100%

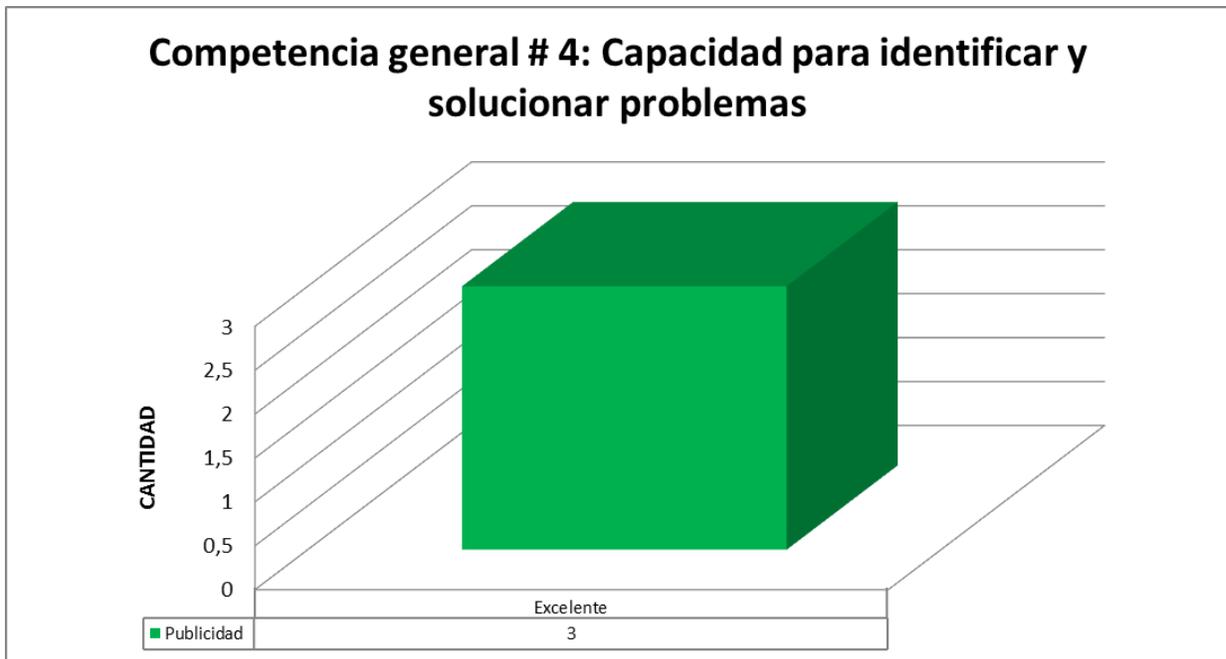


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados consideran dentro de la competencia en aplicar conocimientos como excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 49: “Competencia general N°.4: Capacidad para identificar y solucionar problemas de su área”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	100%	3	100%
Total general	3	100%	3	100%

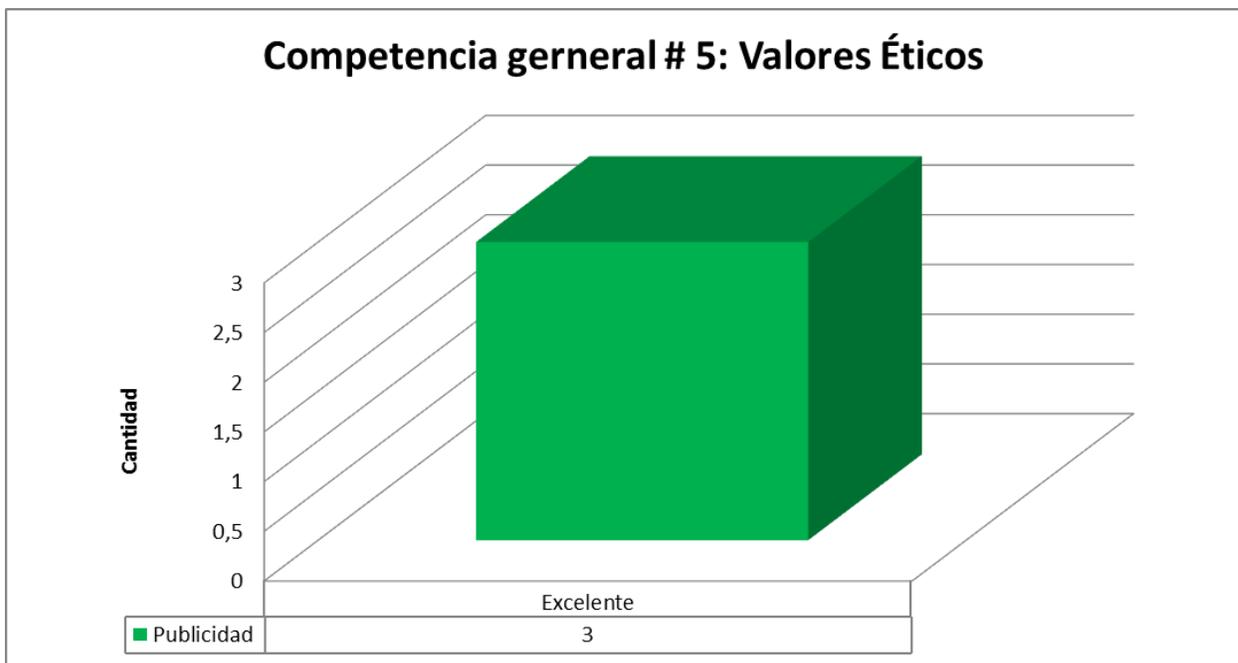


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados consideran dentro de la competencia en la capacidad para identificar y solucionar problemas como excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 50: “Competencia general N°.5: Valores Éticos”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	100%	3	100%
Total general	3	100%	3	100%

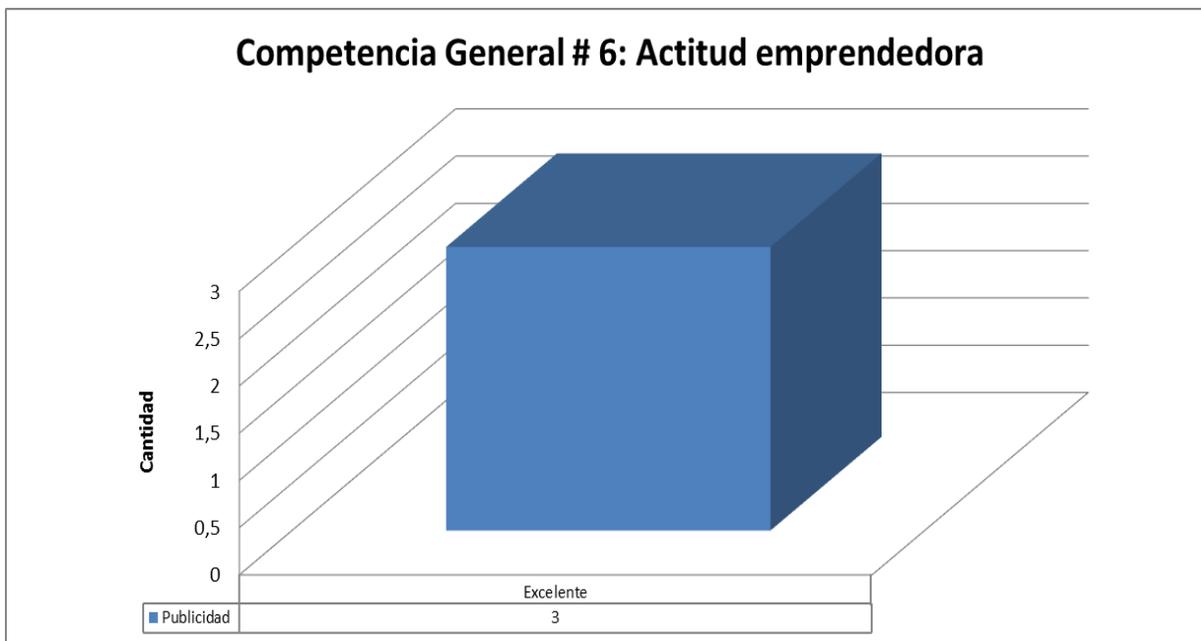


Fuente: USG
Elaborado por: USG

Dentro de los valores éticos el 100% de los graduados dijo que era excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 51: “Competencia general N°.6: Actitud emprendedora”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	100%	3	100%
Total general	3	100%	3	100%



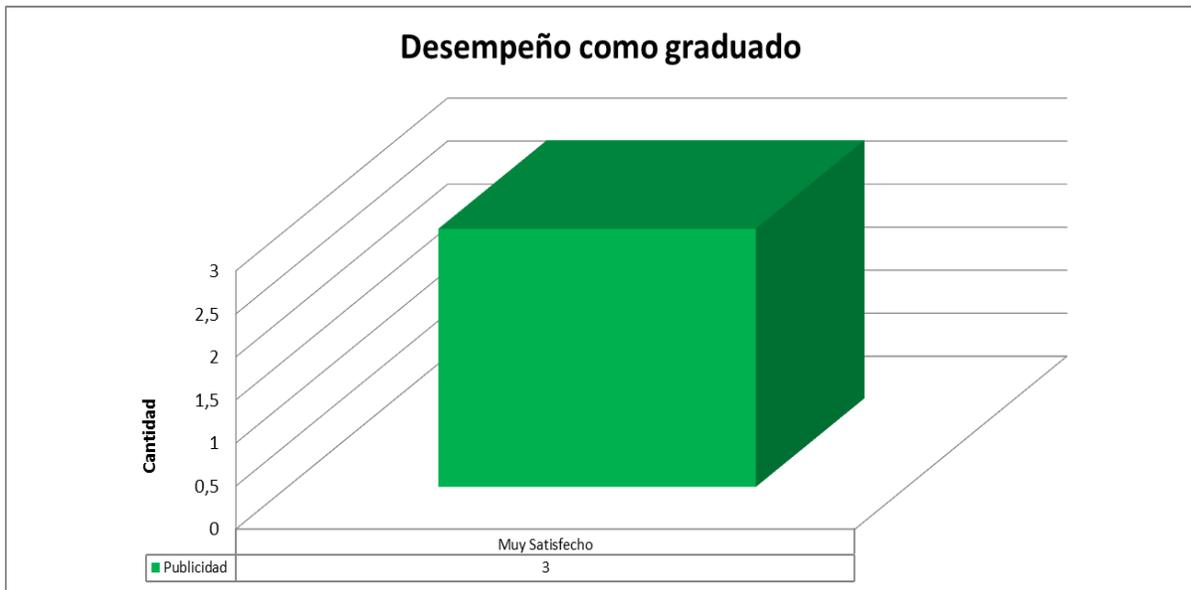
Fuente: USG
Elaborado por: USG

Dentro de la actitud emprendedora el 100% de los graduados dijo que era excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 52: “Evaluación general de su desempeño como graduado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Desempeño			
	Publicidad		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Muy Satisfecho	3	100%	3	100%
Total general	3	100%	3	100%



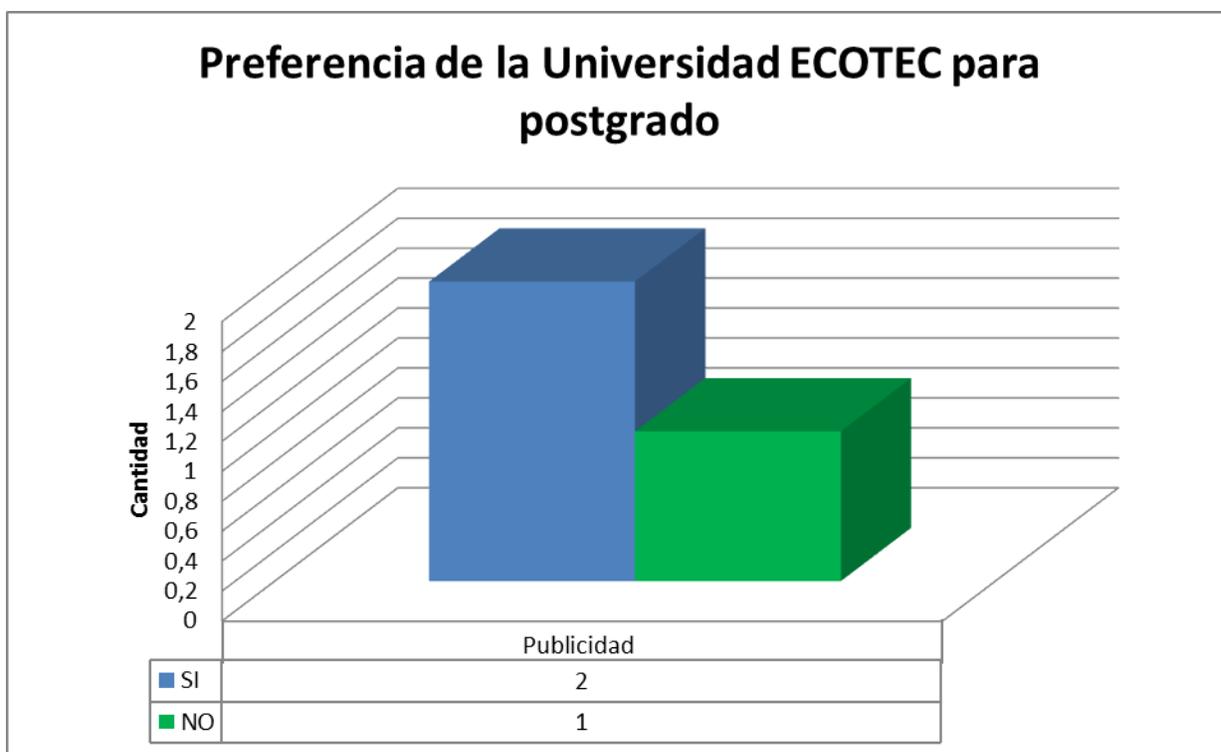
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados dijo sentirse muy satisfecho con su desempeño como graduado.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 54: “Preferencia de la Universidad ECOTEC para cursar estudios de postgrado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						
	Etiquetas de columna						
	SI		NO		Total cantidad	Total Porcentaje	
carreras	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje			
Publicidad	2	67%	1	33%	3	100%	
Total general	2	67%	1	33%	3	100%	



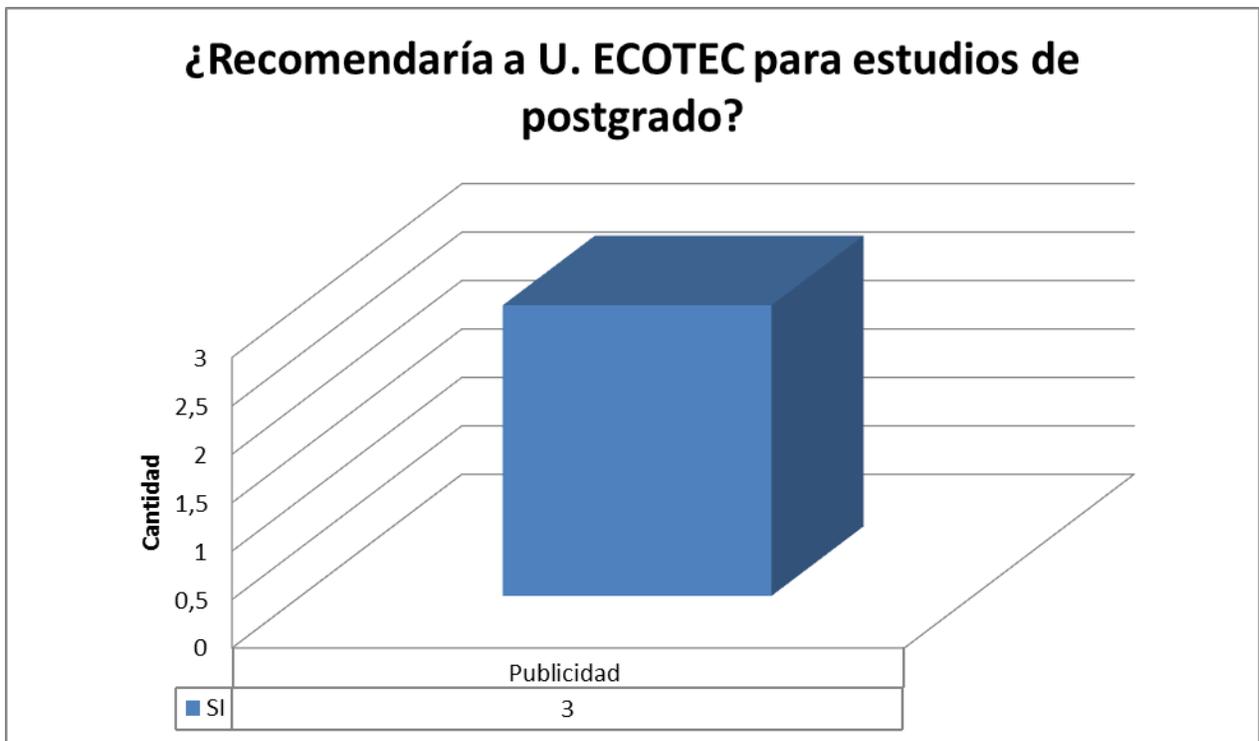
Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 66% (2) de los graduados estarían de acuerdo en seguir en la ECOTEC para seguir estudios post grado, mientras que el 34% (1) no estaría de acuerdo.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 55: “Cantidad de graduados que recomendarían la Universidad ECOTEC para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	SI		Total Cantidad	Total porcentaje
FACULTADES	Cantidad	porcentaje		
Publicidad	3	100%	3	100%
Total general	3	100%	3	100%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados estarían de acuerdo en recomendar a la ECOTEC para estudios post grado.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 56: “Temas de interés para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Publicidad

Fuente: USG
Elaborado por: USG

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 57: “Temas de interés para cursos de certificación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Diseño en 3D

Dirección Sector Público

Fuente: USG

Elaborado por: USG



**FACULTAD DE MARKETING Y
COMUNICACIÓN**

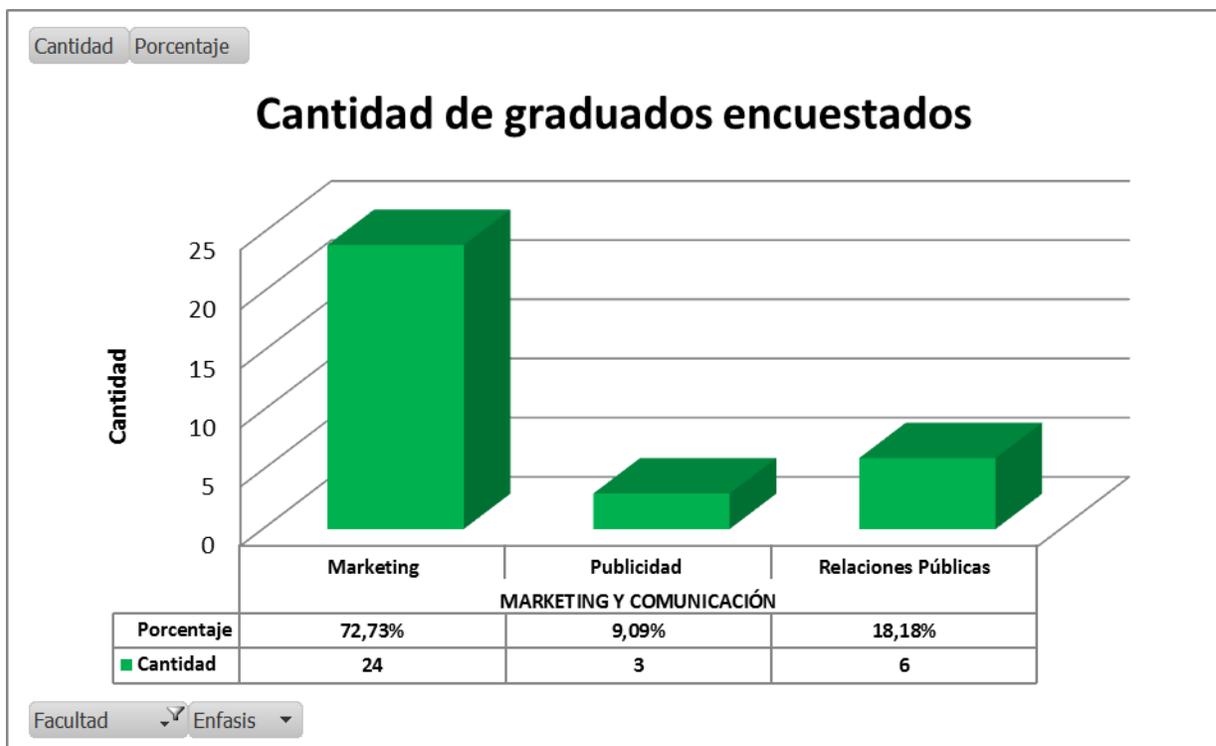
**CARRERA: RELACIONES
PÚBLICAS**

Diciembre 2014

1. Información general

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Gráfica 1: "Cantidad de Encuestados"
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Cantidad	Porcentaje
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	33	100,00%
Marketing	24	72,73%
Publicidad	3	9,09%
Relaciones Públicas	6	18,18%
Total general	33	100,00%

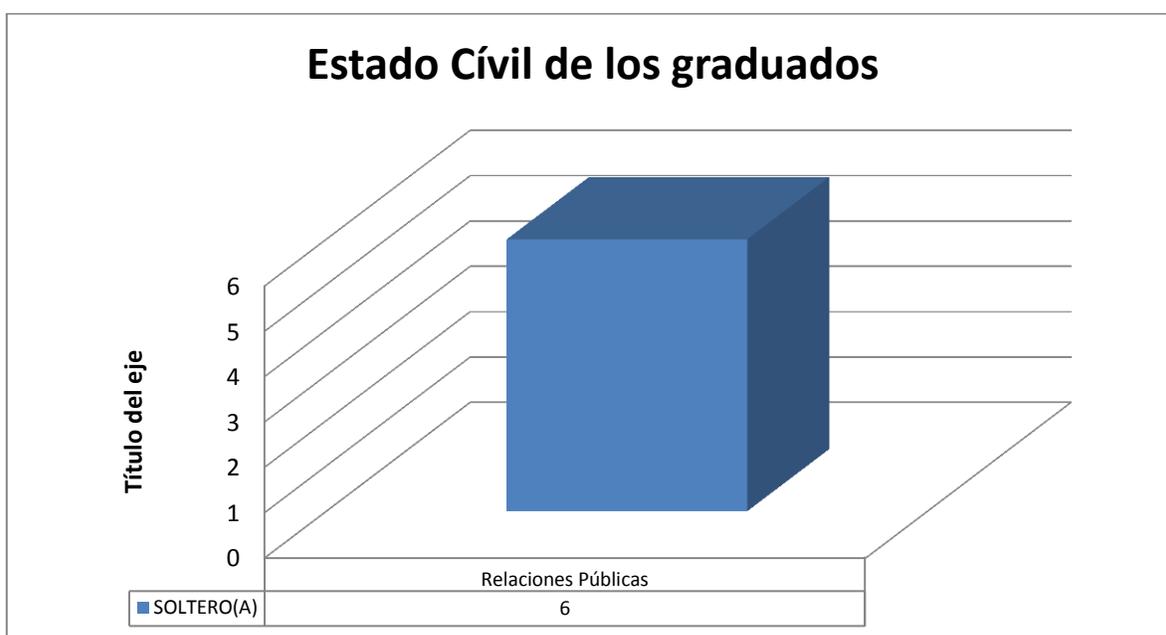


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 18% (6) de los graduados de la facultad de Marketing y Comunicación corresponden a la carrera de Relaciones Públicas.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 2: “Estado Civil de los graduados encuestados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Etiquetas de columna ▾				
SOLTERO(A)			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	6	100,00%	6	100,00%
Relaciones Públicas	6	100,00%	6	100,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



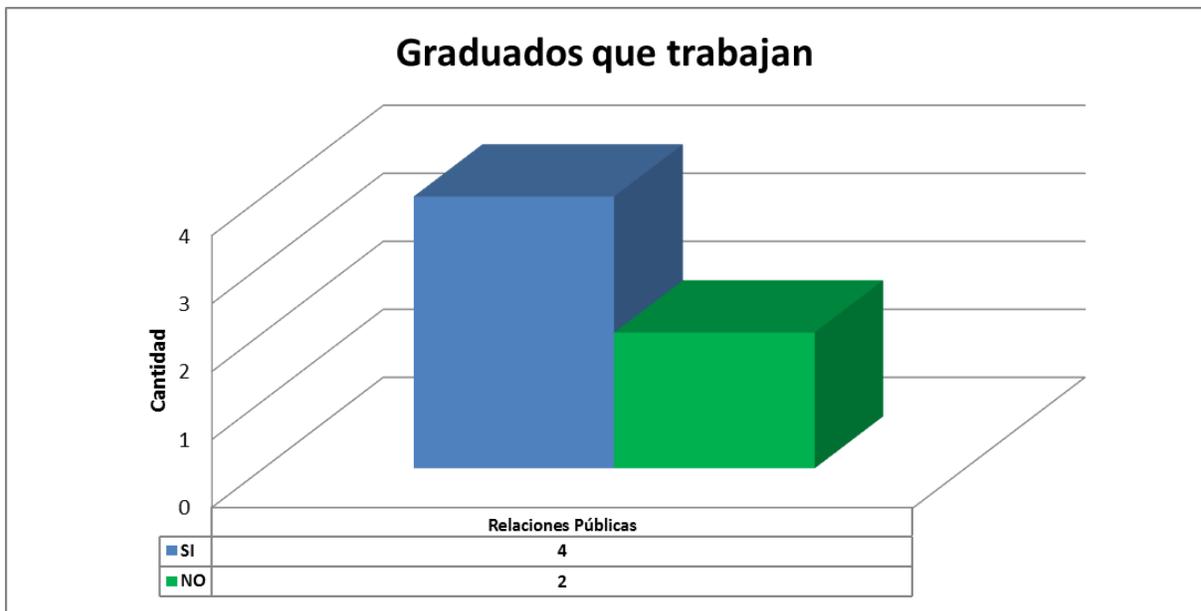
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 100% (6) de los graduados son solteros.

2. Situación laboral actual

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 3: “Cantidad de Graduados que trabajan actualmente”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Situación laboral				Total Cantidad	Total Porcentaje
	SI		NO			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	4	66,67%	2	33,33%	6	100,00%
Relaciones Públicas	4	66,67%	2	33,33%	6	100,00%
Total general	4	66,67%	2	33,33%	6	100,00%



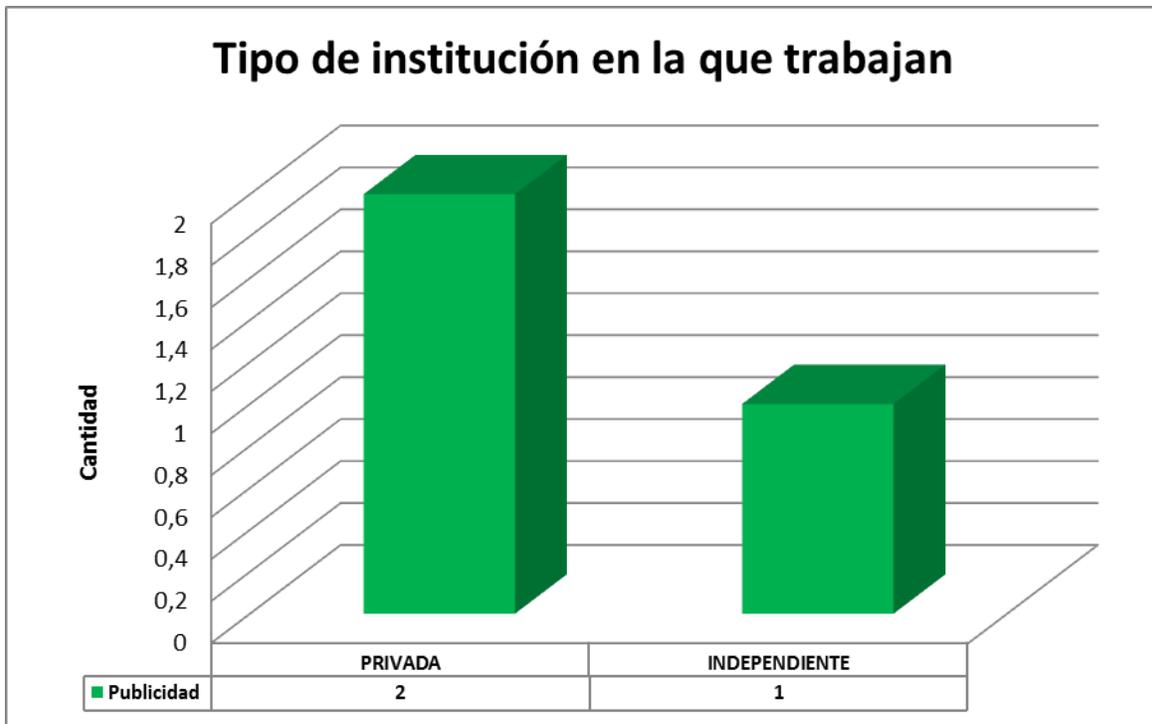
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (4) de los graduados laboran actualmente, mientras que el 34% (2) no lo hace.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 4: “Tipo de institución en la que trabajan los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

		Carreras		
		Relaciones Públicas	Total Cantidad	Total Porcentaje
Tipo Empresa	Cantidad	Porcentaje		
PRIVADA	4	100%	4	100%
Total general	4	100%	4	100%



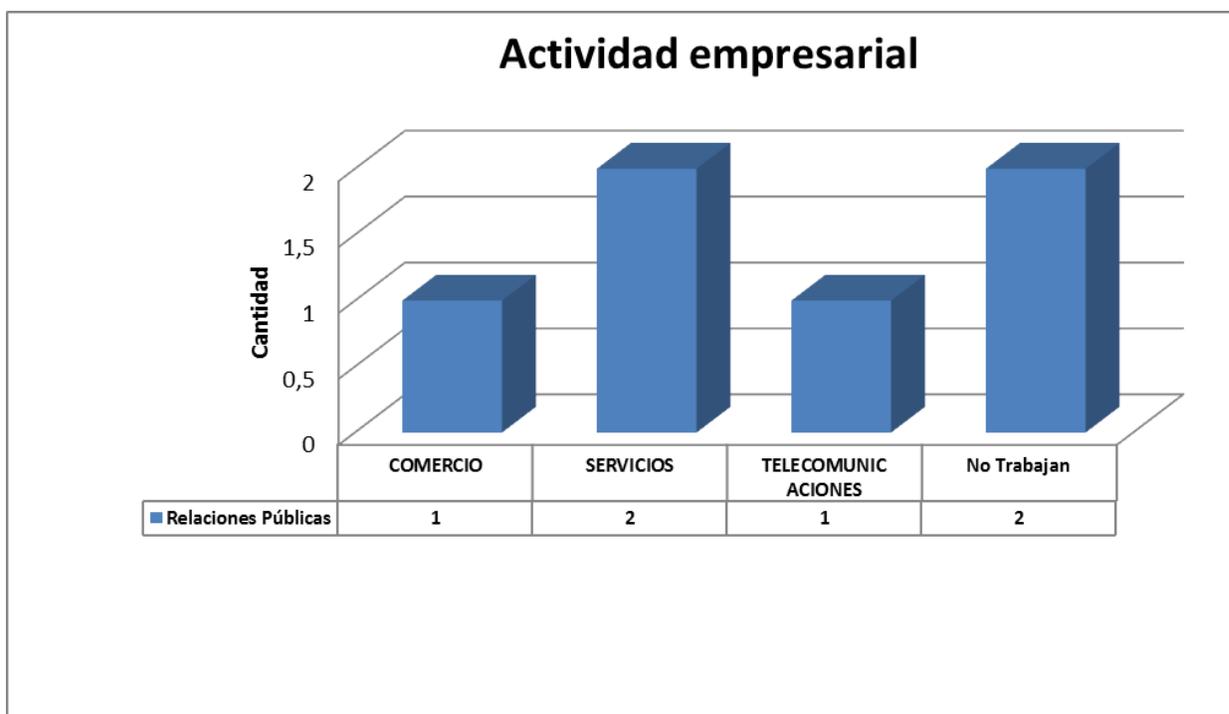
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) labora en el sector privado, mientras que 16% (1) labora de manera independiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 5: “Actividad económica de la empresas”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad ▼

		Carreras <input type="text" value="Relaciones Públicas"/> ▼		
		Relaciones Públicas	Total Cantidad	Total Porcentaje
Actividad Empresarial <input type="text" value="Relaciones Públicas"/> ▼	Cantidad	Porcentaje		
COMERCIO	1	17%	1	17%
SERVICIOS	2	33%	2	33%
TELECOMUNICACIONES	1	17%	1	17%
No Trabajan	2	33%	2	33%
Total general	6	100%	6	100%



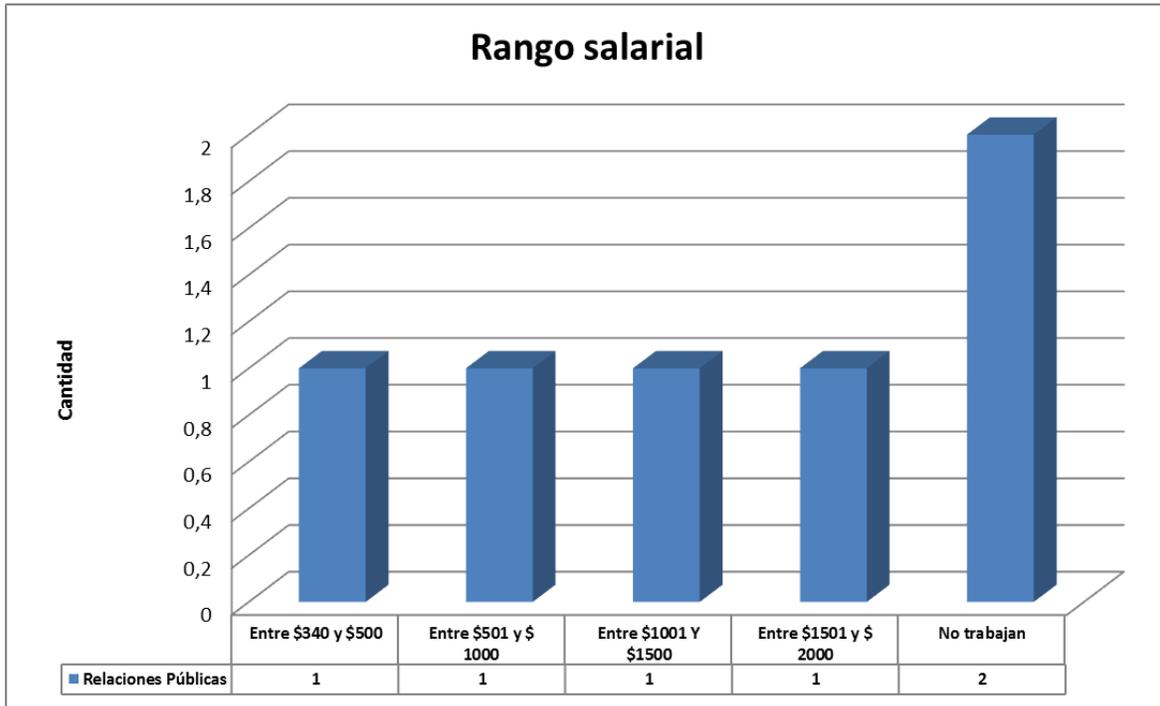
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) no labora y labora dentro del área de servicio, mientras que el 16% (1) labora dentro del área de comercio y de telecomunicaciones respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 6: “Rango salarial”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad

		Carreras <input type="text" value="Relaciones Públicas"/>		Total Cantidad	Total Porcentaje
Rango Salarial <input type="text" value=""/>	Cantidad	Porcentaje			
Entre \$340 y \$500	1	16,67%	1	16,67%	
Entre \$501 y \$ 1000	1	16,67%	1	16,67%	
Entre \$1001 Y \$1500	1	16,67%	1	16,67%	
Entre \$1501 y \$ 2000	1	16,67%	1	16,67%	
-	2	33,33%	2	33,33%	
Total general	6	100,00%	6	100,00%	



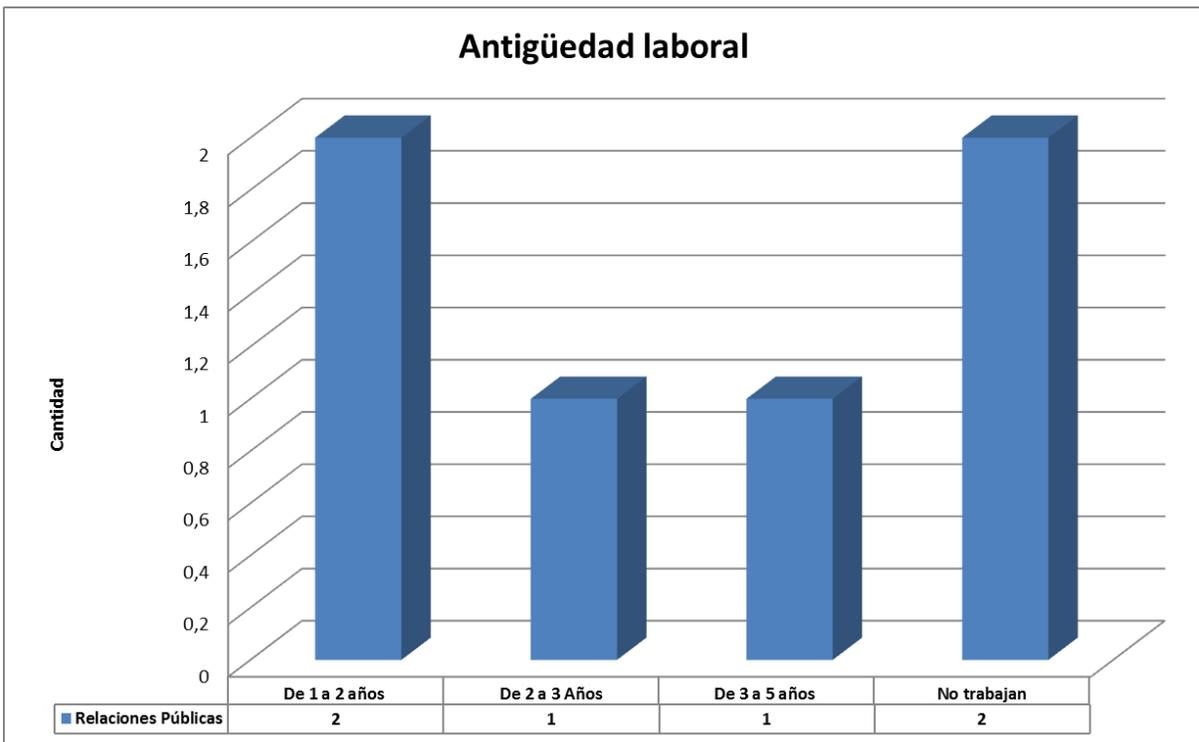
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) no labora, mientras que la diferencia que es el 16% (1) cada uno de los 4 restantes percibe un sueldo de 340-500, 501-1000, 1001-1500 y 1501-2000 respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 7: “Antigüedad laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

		Carreras			
		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Antigüedad		Cantidad	Porcentaje		
De 1 a 2 años		2	33,33%	2	33,33%
De 2 a 3 Años		1	16,67%	1	16,67%
De 3 a 5 años		1	16,67%	1	16,67%
No trabajan		2	33,33%	2	33,33%
Total general		6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

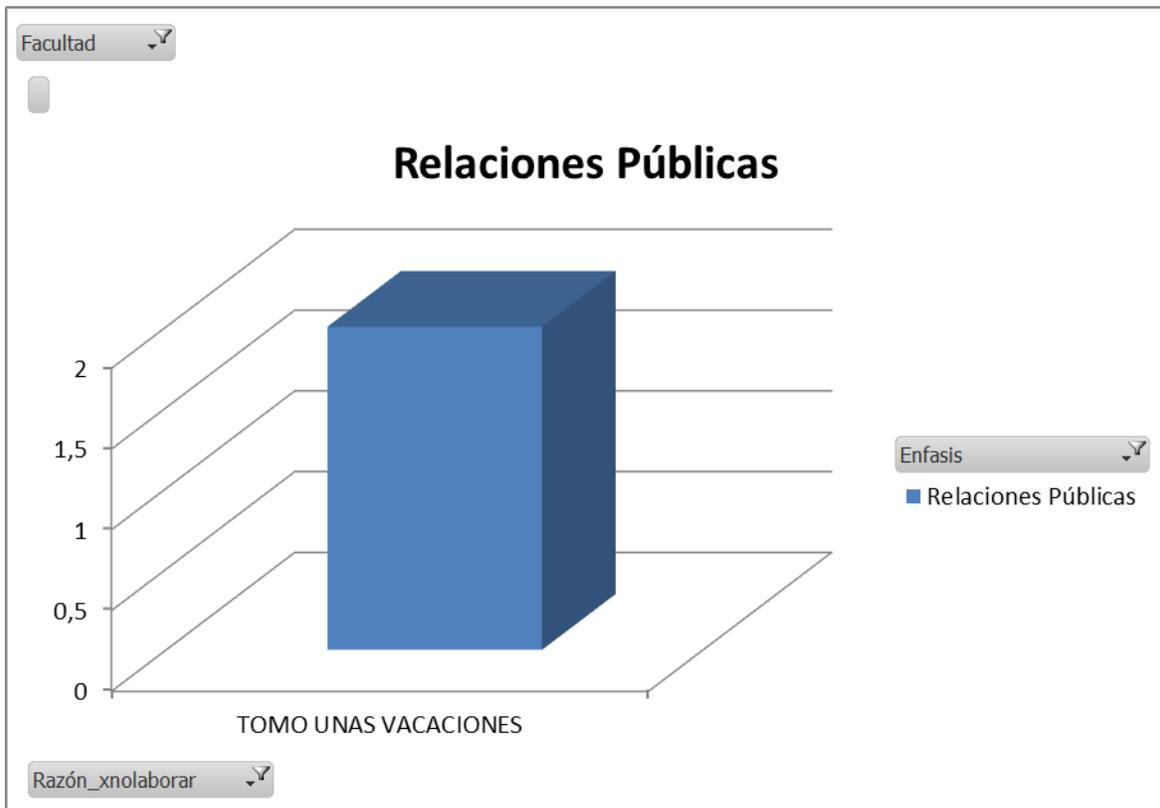
El 34% (2) de los graduados labora de 1 a 2 años, mientras que el 16% (1) tiene de 2 a 3 años y de 3 a 5 años respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 8: “Razones por la que no laboran”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad

MARKETING Y COMUNICACIÓN

		Carreras			
		Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Razones por las que no laboran	Cantidad	Porcentaje			
TOMO UNAS VACACIONES	2	100%		2	100%
Total general	2	100%		2	100%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

Del 100% (2) de graduados que no labora, respondieron que no lo hacen porque tomaron unas vacaciones.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 9: “Cantidad de graduados que trabajan en su especialidad”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación				Total Cantidad	Total Porcentaje
	SI		NO			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	50,00%	3	50,00%	6	100,00%
Relaciones Públicas	3	50,00%	3	50,00%	6	100,00%
Total general	3	50,00%	3	50,00%	6	100,00%

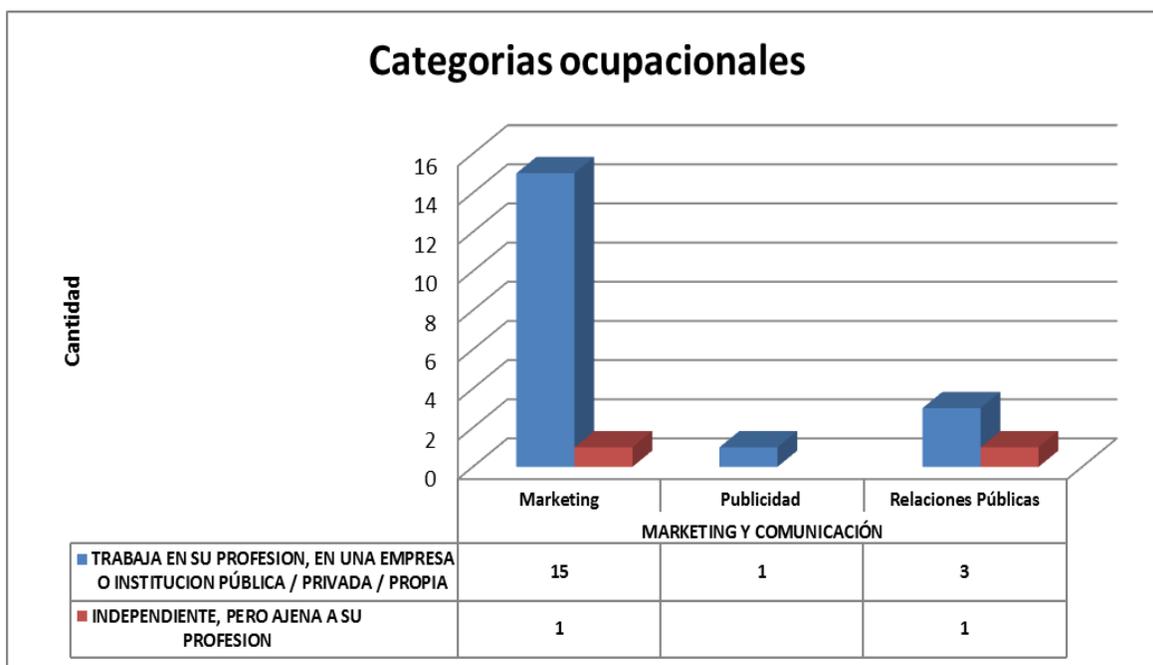


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados si labora dentro de su especialidad, mientras que el otro 50% no lo hace.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 10: “Categorías ocupacionales de los graduados”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Etiquetas de columna			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	4	100,00%	4	100,00%
TRABAJA EN SU PROFESION, EN UNA EMPRESA O INSTITUCION PÚBLICA / PRIVADA / PROPIA	3	75,00%	3	75,00%
INDEPENDIENTE, PERO AJENA A SU PROFESION	1	25,00%	1	25,00%
Total general	4	100,00%	4	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) labora en su profesión en alguna empresa o institución pública, mientras que el 16% (1) labora de manera independiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 11: “Razones por las que no trabajan en su especialidad”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

		Etiquetas de columna				Total Cantidad	Total Porcentaje
		MOTIVOS ECONÓMICOS		Otros			
Facultades		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
<input checked="" type="checkbox"/> MARKETING Y COMUNICACIÓN		1	50,00%	1	50,00%	2	100,00%
	Relaciones Públicas	1	50,00%	1	50,00%	2	100,00%

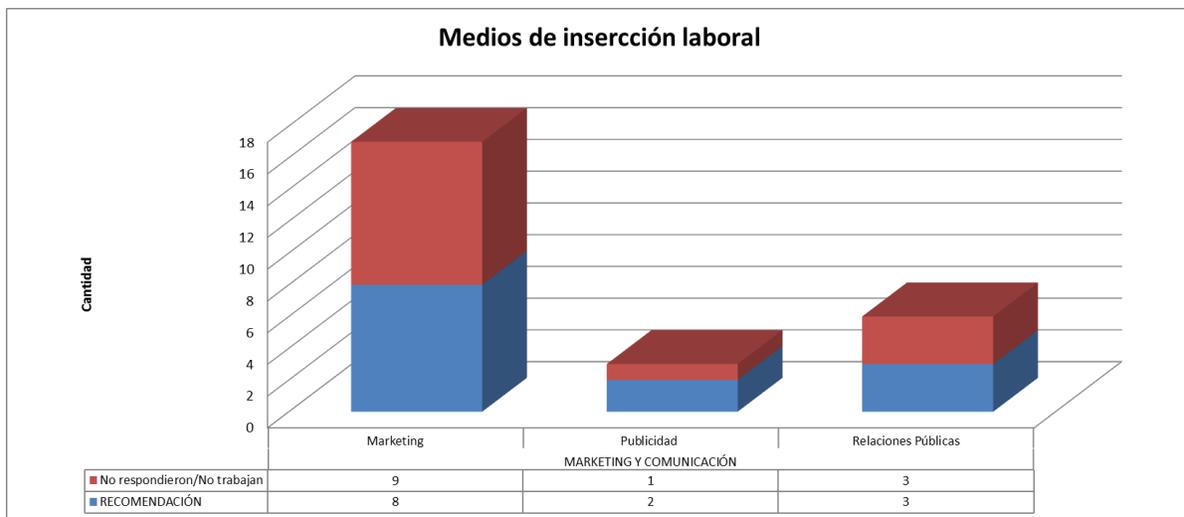


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 16% (1) dijo no laborar en su especialidad por motivos económicos, mientras que el otro 16% presentó otros motivos.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 12: “Medios de Inserción laboral”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Medios	Carrera		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Relaciones Públicas			
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	6	100,00%	6	100,00%
RECOMENDACIÓN	3	50,00%	3	50,00%
No respondieron/No trabajan	3	50,00%	3	50,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



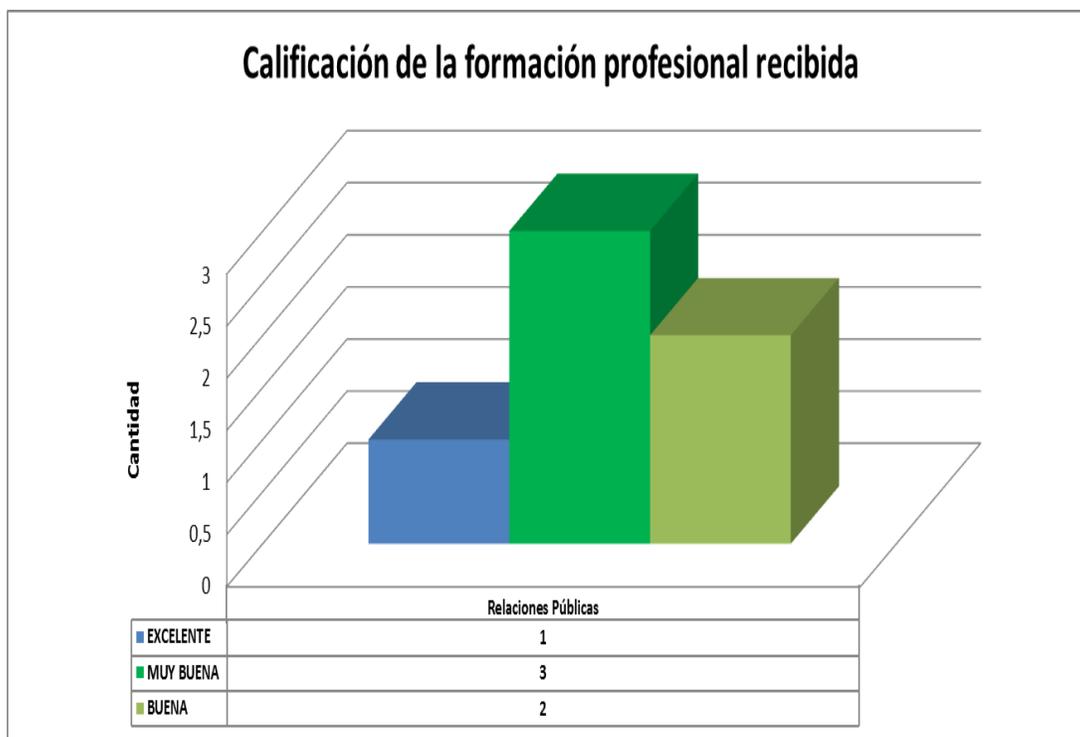
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados no respondieron a esta pregunta, mientras que el otro 50% respondió que su inserción laboral se dio por medio de recomendación.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 13: “Calificación de su formación profesional”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	EXCELENTE		MUY BUENA	BUENA				
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Relaciones Públicas	1	16,67%	3	50,00%	2	33,33%	6	100,00%
Total general	1	16,67%	3	50,00%	2	33,33%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 16% (1) de los graduados dijo ser excelente la formación profesional recibida, mientras que el 50% (3) dijo que era muy buena y el 34% buena.

3. Percepción de su formación académica

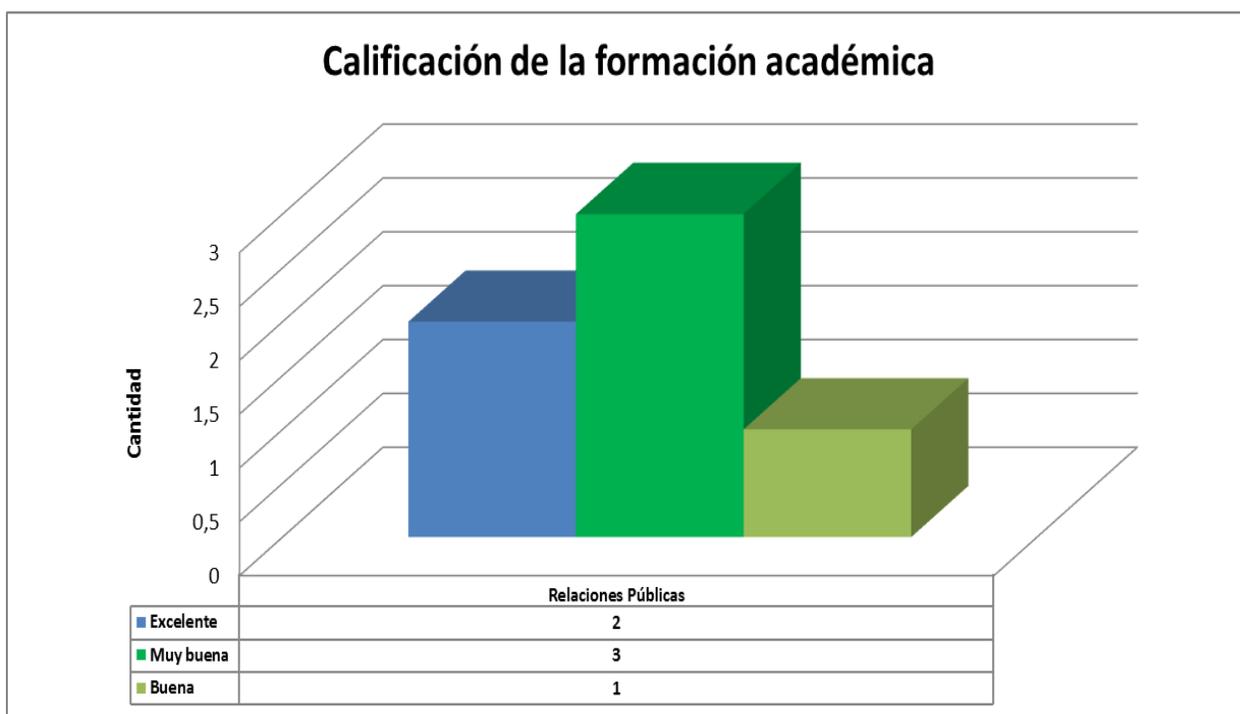
Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 14: “Calificación de la formación académica recibida en la U. Ecotec”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

CARRERAS	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Excelente		Muy buena		Buena			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
Relaciones Públicas	2	33,33%	3	50,00%	1	16,67%	6	100,00%
Total general	2	33,33%	3	50,00%	1	16,67%	6	100,00%



Fuente: USG

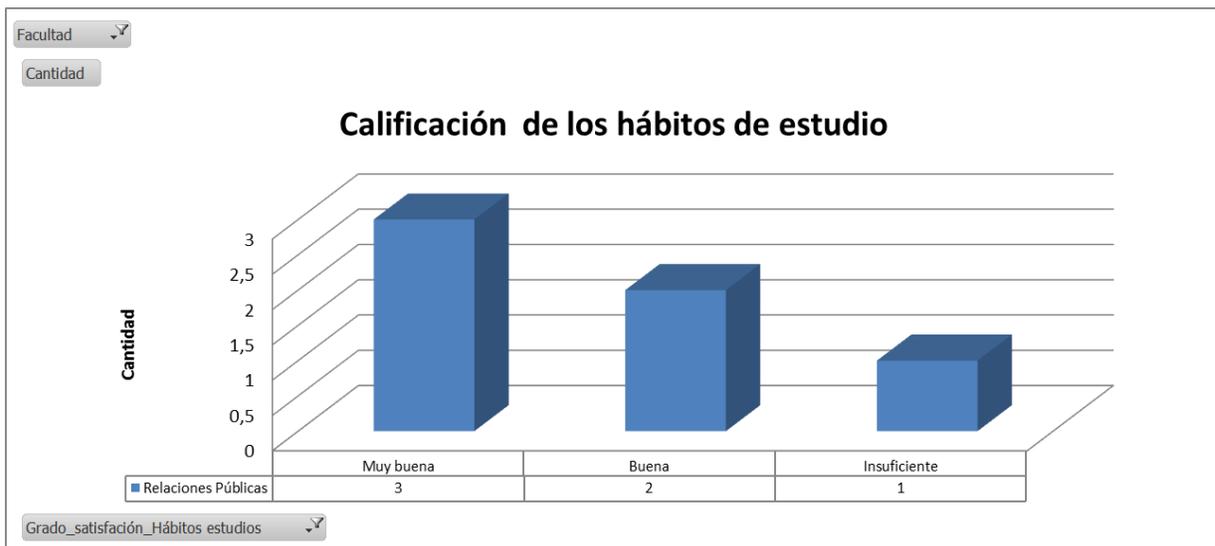
Elaborado por: USG

El 16% (1) de los graduados dijo ser buena la formación académica recibida, mientras que el 50% (3) dijo que era muy buena y el 34% excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 15: “Calificación de los hábitos de estudio”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Carreras	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Muy buena	3	50,00%	3	50,00%
Buena	2	33,33%	2	33,33%
Insuficiente	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100%	6	100%

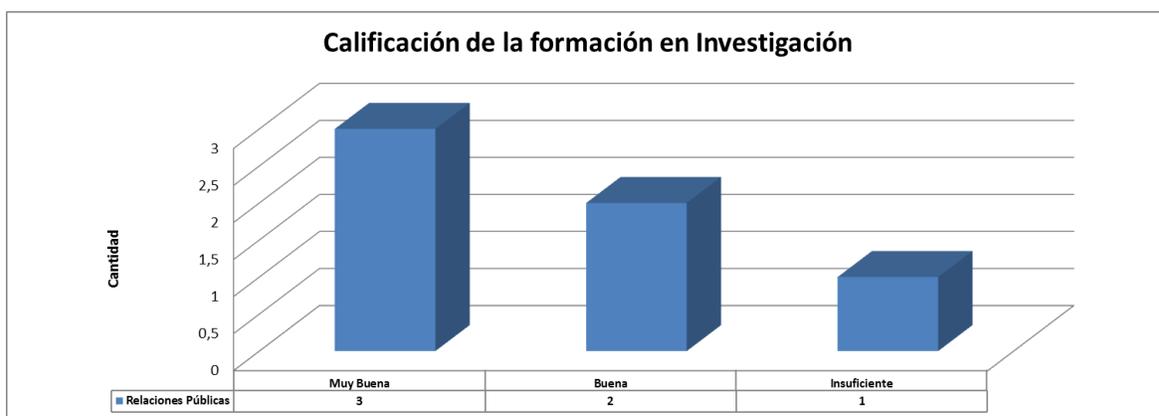


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 16% (1) de los graduados dijo ser insuficiente la calificación de los hábitos de estudio, mientras que el 50% (3) dijo que era muy buena y el 34% buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 16: “Calificación de la Formación en Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Relaciones Públicas			
			Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Muy Buena	3	50%	3	50%
Buena	2	33%	2	33%
Insuficiente	1	17%	1	17%
Total general	6	100%	6	100%



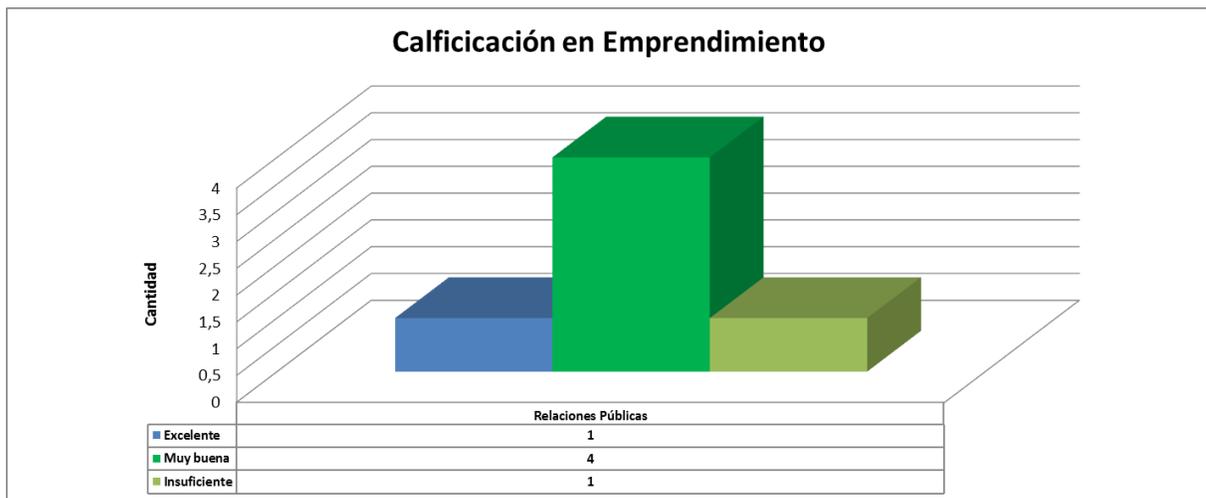
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 16% (1) de los graduados dijo ser insuficiente la calificación de la formación en investigación, mientras que el 50% (3) dijo que era muy buena y el 34% buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 17: “Calificación de la formación en Emprendimiento”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	1	16,67%	1	16,67%
Muy buena	4	66,67%	4	66,67%
Insuficiente	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

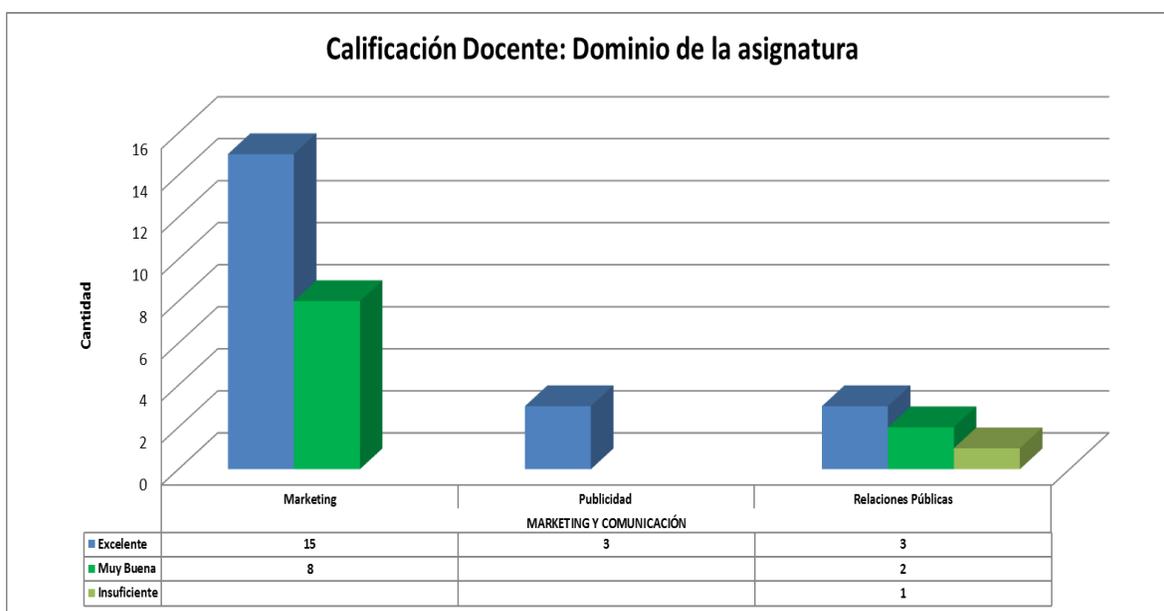
El 16% (1) de los graduados dijo ser excelente e insuficiente la calificación en emprendimiento respectivamente, mientras que el 34% (2) dijo que era muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 18: “Calificación de los docentes: Dominio de la asignatura”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	50,00%	3	50,00%
Muy Buena	2	33,33%	2	33,33%
Insuficiente	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

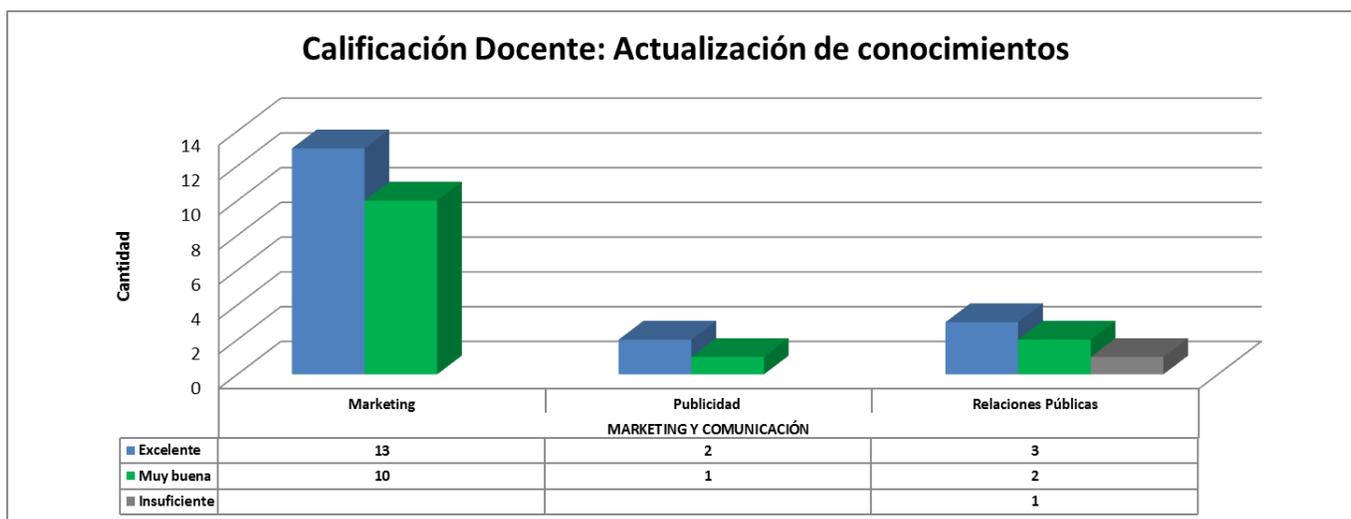
El 16% (1) de los graduados dijo ser insuficiente el dominio de la asignatura por parte del docente, mientras que el 50% (3) dijo que era excelente y el 34% muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 19: “Calificación de los docentes: Actualización de los conocimientos”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	50,00%	3	50,00%
Muy buena	2	33,33%	2	33,33%
Insuficiente	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

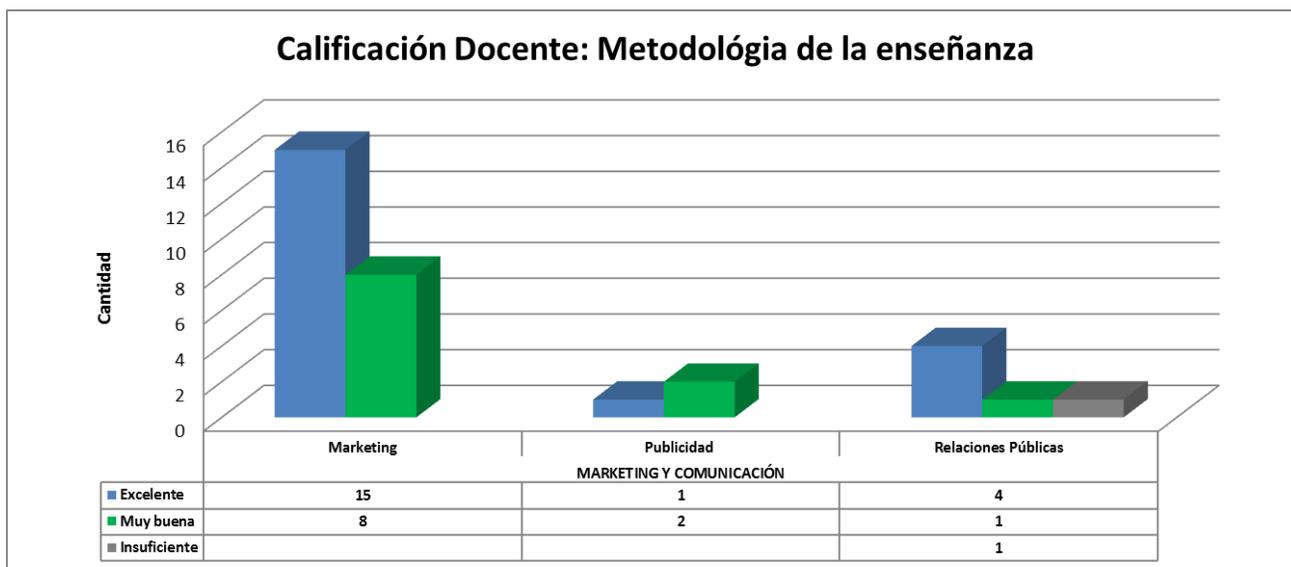
El 16% (1) de los graduados dijo ser insuficiente la actualización de conocimientos por parte del docente, mientras que el 50% (3) dijo que era excelente y el 34% muy buena.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 20: “Calificación de los Docentes: Metodología de la Enseñanza”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	4	66,67%	4	66,67%
Muy buena	1	16,67%	1	16,67%
Insuficiente	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



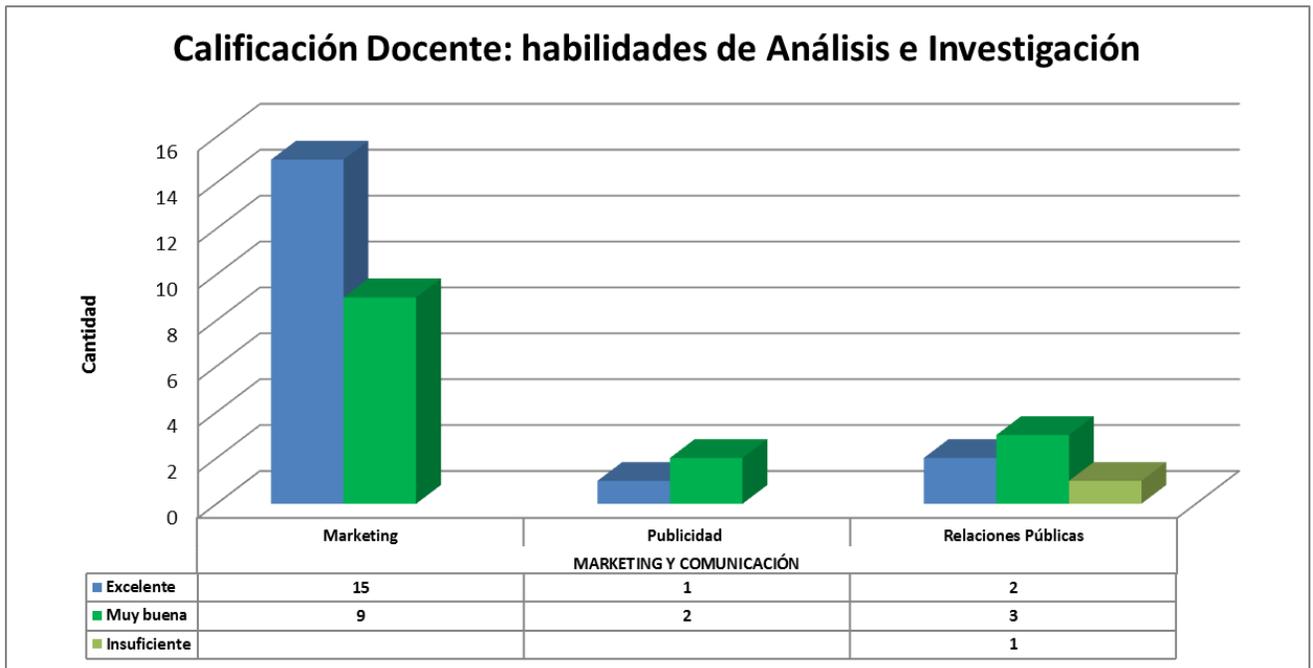
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 16% (1) de los graduados dijo ser insuficiente y muy buena la metodología de enseñanza por parte del docente respectivamente, mientras que el 66% (4) dijo que era excelente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 21: “Calificación de los docentes: Fomento de las
habilidades de Análisis e Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	33,33%	2	33,33%
Muy buena	3	50,00%	3	50,00%
Insuficiente	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



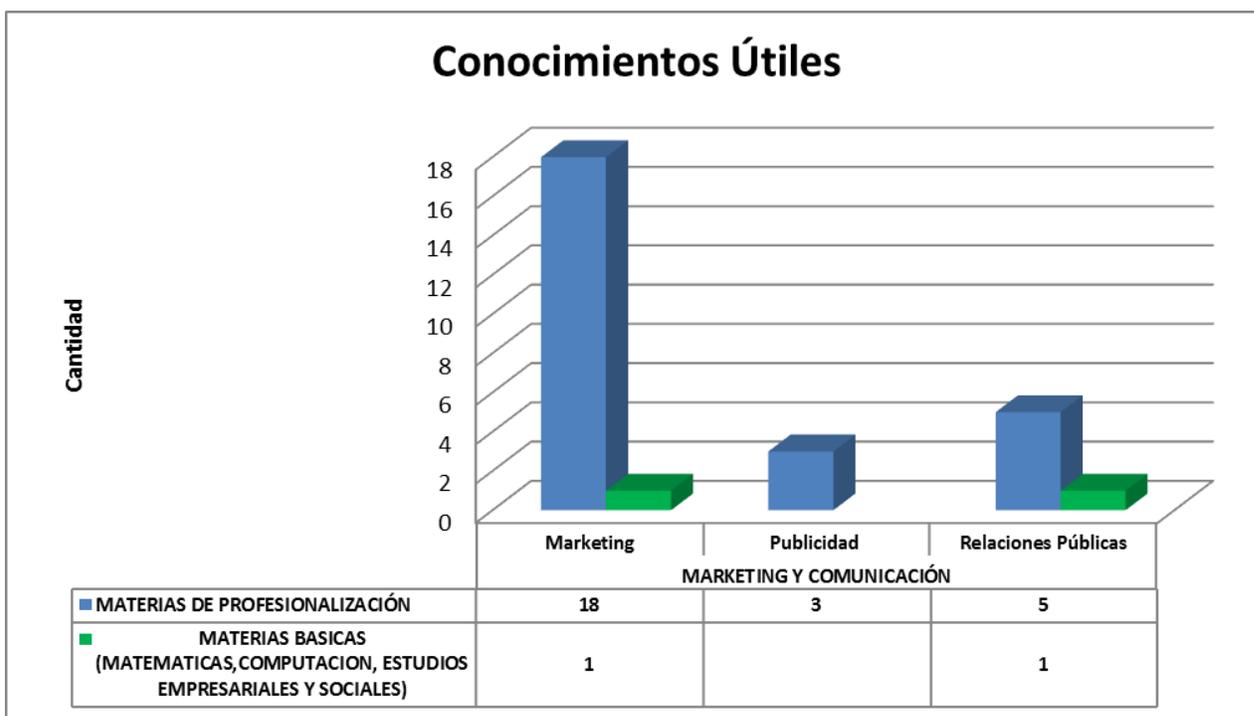
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados dijo que las habilidades de análisis e investigación por parte del docente era muy buena, mientras que el 34% (2) dijo que era excelente y el 16% (1) dijo que era insuficiente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 22: “Conocimientos útiles adquiridos durante la carrera”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Conocimientos útiles	Carrera		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS DE PROFESIONALIZACIÓN	5	83,33%	5	83,33%
MATERIAS BASICAS (MATEMATICAS, COMPUTACION, ESTUDIOS EMPRESARIALES Y SOCIALES)	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

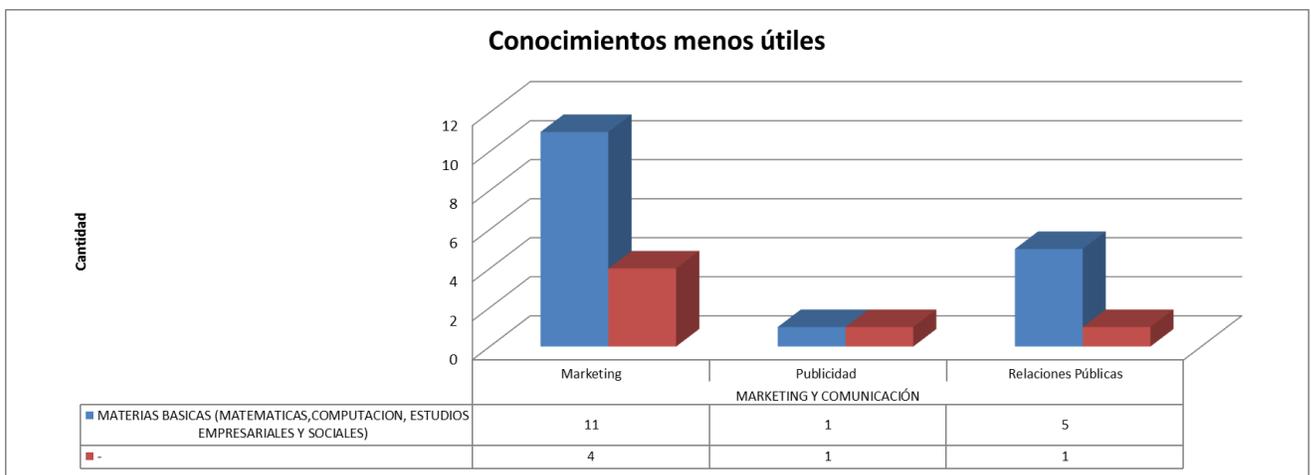
El 83% (5) de los graduados dijo que los conocimientos útiles fueron las materias de profesionalización, mientras que el 16% (1) dijo que las materias básicas las eran.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 23: “Conocimientos menos útiles adquiridos durante la carrera”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Conocimientos	Carreras		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MATERIAS BASICAS (MATEMATICAS, COMPUTACION, ESTUDIOS EMPRESARIALES Y SOCIALES)	5	100,00%	5	100,00%
Total general	5	100,00%	5	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

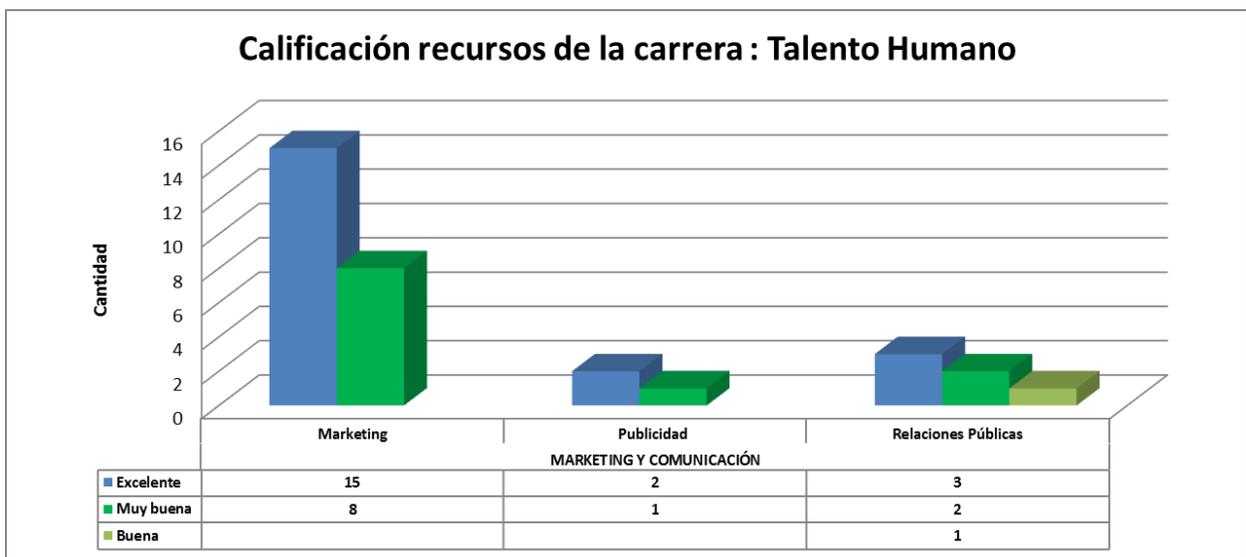
El 83% (5) de los graduados dijo que las materias menos útiles son las materias básicas.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 24: “Evaluación de los recursos de la carrera: Talento Humano”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Calificación		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	50,00%	3	50,00%
Muy buena	2	33,33%	2	33,33%
Buena	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100%	6	100%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados dijo que era excelente los recursos de talento humano por parte de la carrera, mientras que el 33% (2) lo considera muy bueno y el 16% (1) bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 25: “Evaluación de los recursos de la carrera:
Infraestructura”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	50,00%	3	50,00%
Muy buena	3	50,00%	3	50,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



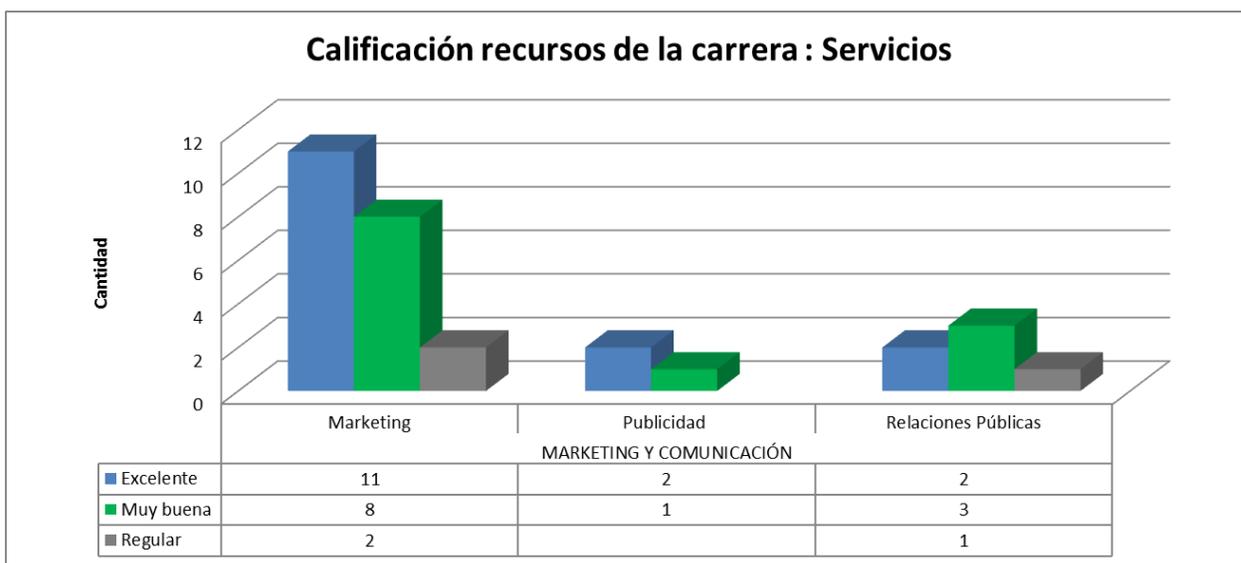
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados consideran excelente la infraestructura como recurso de la carrera, mientras que el otro 50% lo consideran muy bueno.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 26: “Evaluación de los recursos de la carrera: Servicios”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad **MARKETING Y COMUNICACIÓN**

Facultades	Etiquetas de columna		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	33,33%	2	33,33%
Muy buena	3	50,00%	3	50,00%
Regular	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



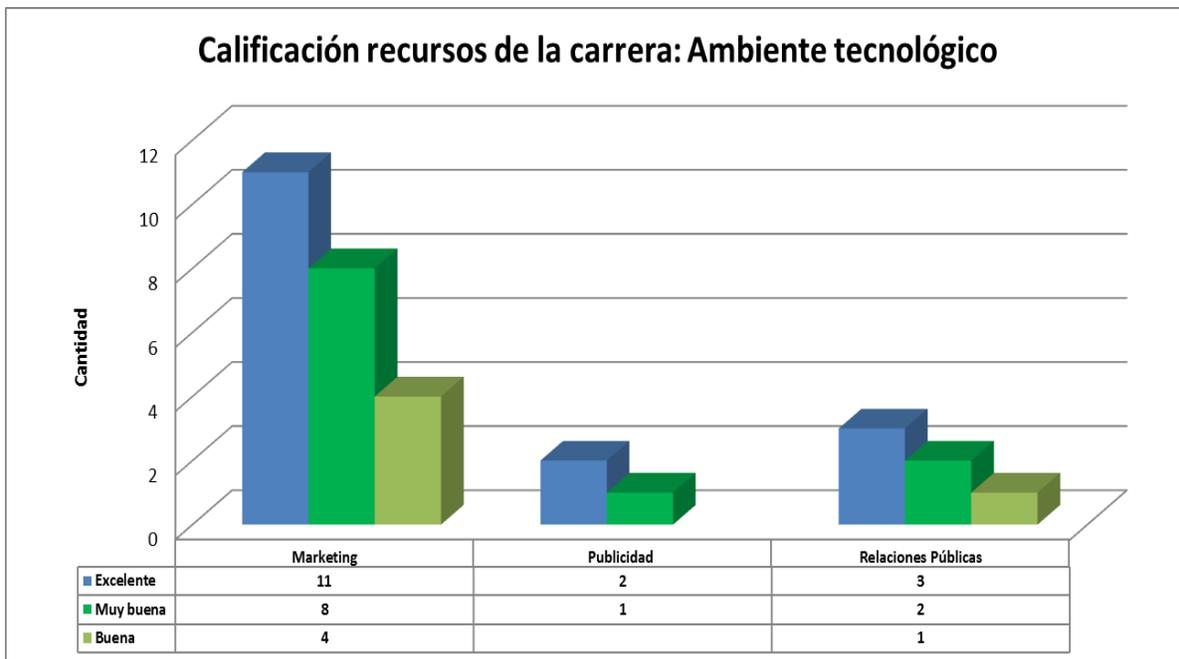
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados consideran muy bueno los servicios como recurso de la carrera, mientras que el 33% (2) lo consideran excelente y el 16% regular.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 27: “Evaluación de los recursos de la carrera: Ambiente Tecnológico”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Calificación						Total Cantidad	Total Porcentaje
	Excelente		Muy buena		Buena			
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	3	50,00%	2	33,33%	1	16,67%	6	100,00%
Relaciones Públicas	3	50,00%	2	33,33%	1	16,67%	6	100,00%
Total general	3	50,00%	2	33,33%	1	16,67%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados les parece excelente el ambiente tecnológico como recurso de la carrera, mientras que el 33% lo considera muy bueno y el 16% lo considera bueno.

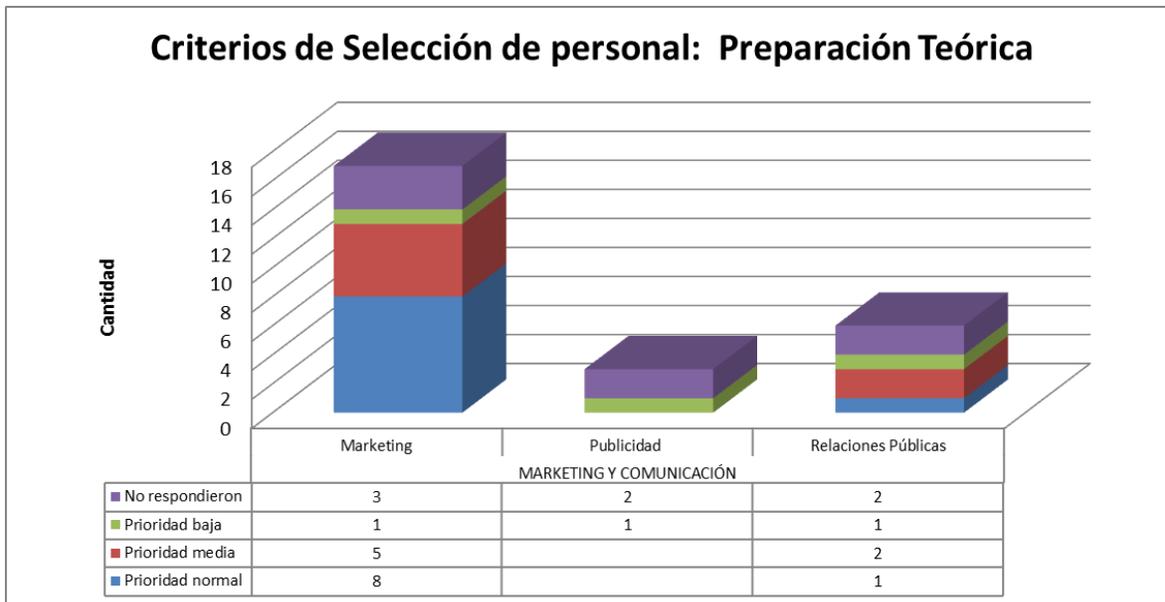
4. Competencias requeridas en el campo laboral vs competencias profesionales adquiridas

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 28: “Evaluación de los criterios de selección de personal: preparación teórica”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Criterios		Cantidad	Relaciones Públicas	Porcentaje	Relaciones Públicas	Total	Porcentaje
MARKETING Y COMUNICACIÓN							
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje					
Prioridad normal	1	16,67%	1	16,67%	1	16,67%	
Prioridad media	2	33,33%	2	33,33%	2	33,33%	
Prioridad baja	1	16,67%	1	16,67%	1	16,67%	
No respondieron	2	33,33%	2	33,33%	2	33,33%	
Total general	6	100,00%	6	100,00%	6	100,00%	



Fuente: USG

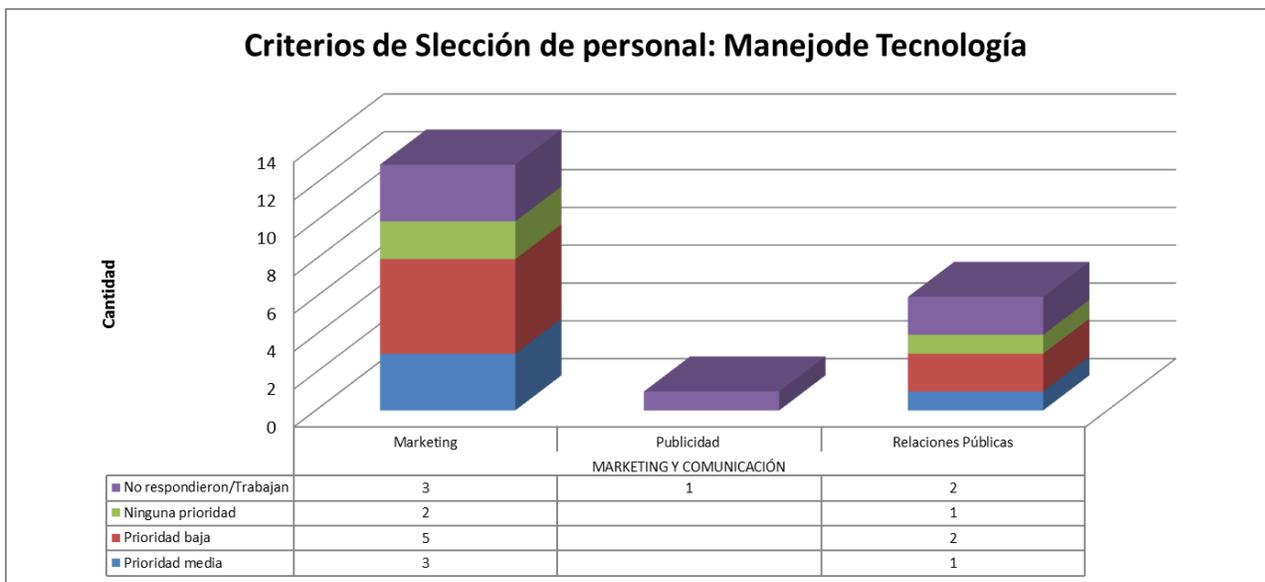
Elaborado por: USG

El 33% (2) de los graduados dijo tener una prioridad media con respecto a la preparación teórica y no respondieron respectivamente, mientras que el 16% (1) dijo tener una prioridad media y normal.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 29: “Evaluación de los criterios de selección de personal: manejo de la tecnología”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultades	Criterios		Total cantidad	Total Porcentaje
	cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	6	100,00%	6	100,00%
Prioridad media	1	16,67%	1	16,67%
Prioridad baja	2	33,33%	2	33,33%
Ninguna prioridad	1	16,67%	1	16,67%
No respondieron/Trabajan	2	33,33%	2	33,33%
Total general	6	100,00%	6	100,00%

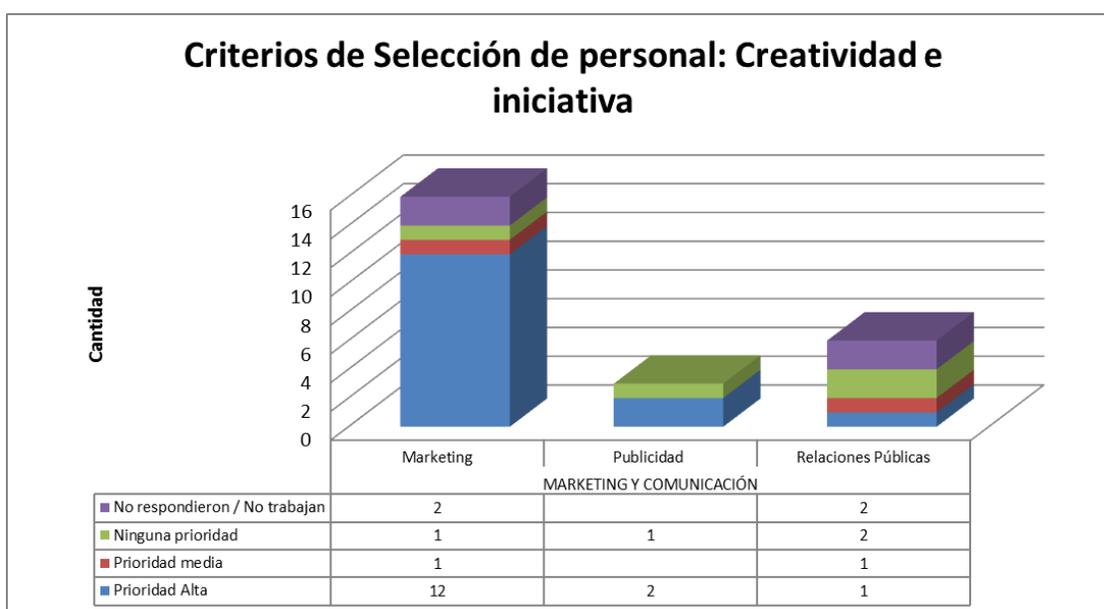


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (2) de los graduados dijo tener una prioridad baja con respecto al manejo de tecnología y no respondieron respectivamente, mientras que el 16% (1) dijo tener una prioridad media y ninguna prioridad.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 30: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
 Creatividad e iniciativa”**
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Criterios			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	6	100,00%	6	100,00%
Prioridad Alta	1	16,67%	1	16,67%
Prioridad media	1	16,67%	1	16,67%
Ninguna prioridad	2	33,33%	2	33,33%
No respondieron / No trabajan	2	33,33%	2	33,33%
Total general	6	100,00%	6	100,00%

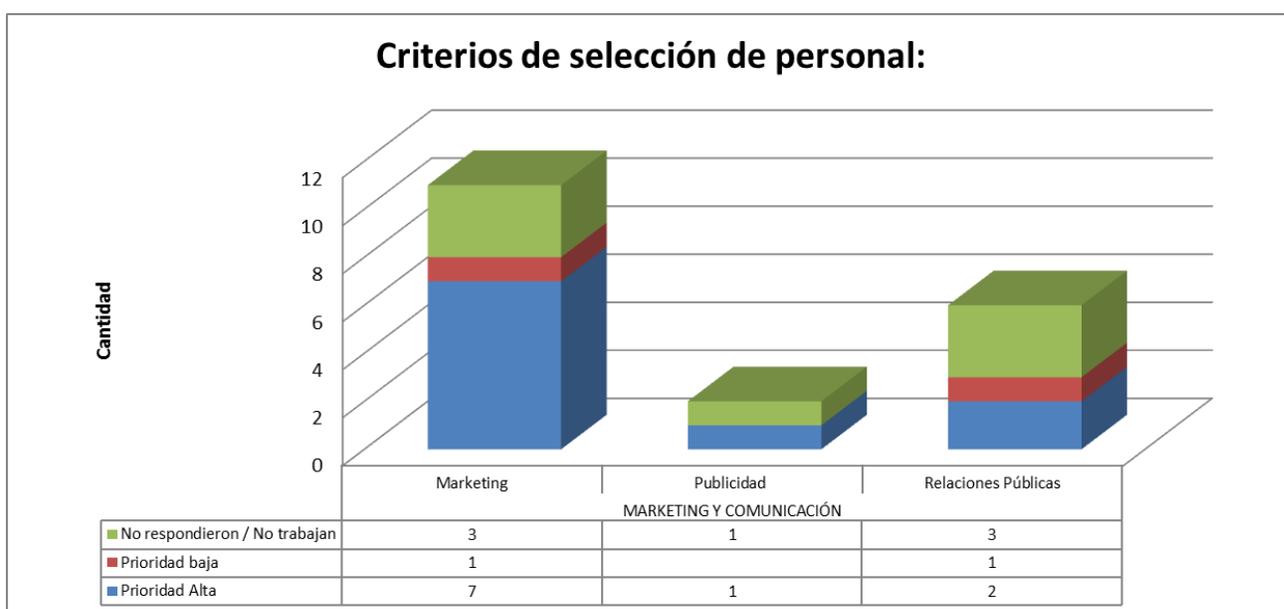


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (2) de los graduados dijo tener una prioridad baja con respecto al manejo de tecnología y no respondieron respectivamente, mientras que el 16% (1) dijo tener una prioridad media y ninguna prioridad.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 31: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Estabilidad emocional”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

FACULTADES	Prioridad Alta		Prioridad baja		No respondieron / No trabajan		Total Cantidad	Total Porcentaje
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje		
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2	33,33%	1	16,67%	3	50,00%	6	100,00%
Relaciones Públicas	2	33,33%	1	16,67%	3	50,00%	6	100,00%
Total general	2	33,33%	1	16,67%	3	50,00%	6	100,00%

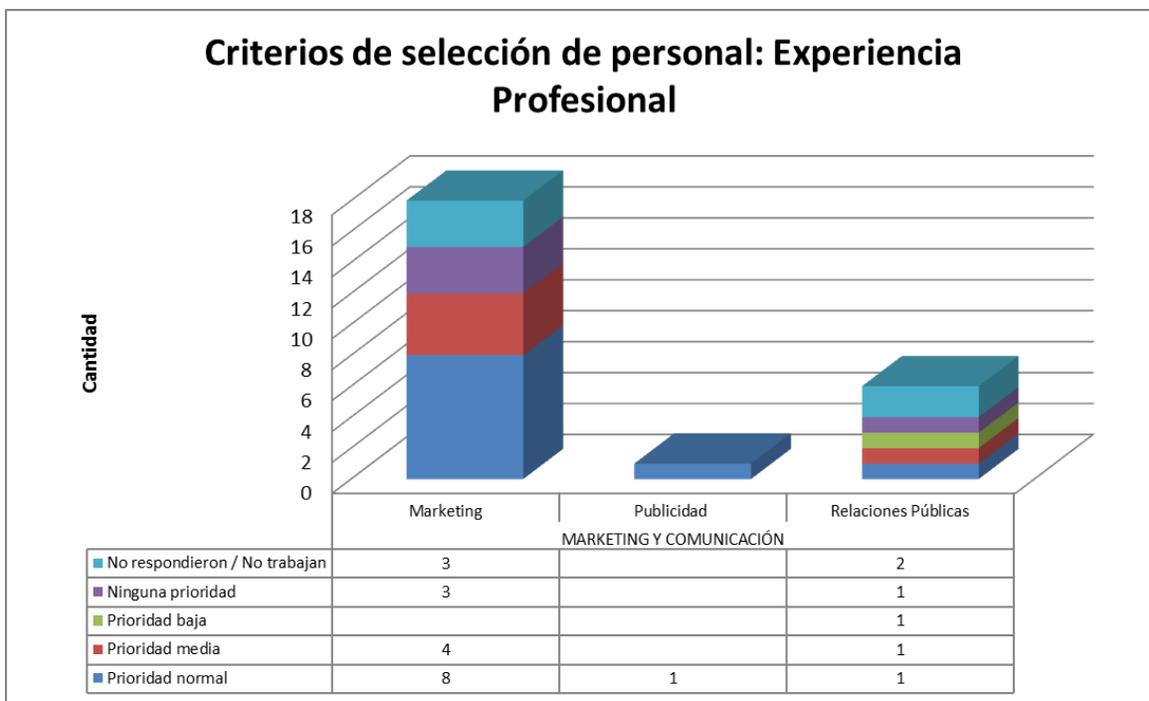


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados no respondieron a este criterio de estabilidad emocional, mientras que el 34% (2) tiene una prioridad alta y el 16% (1) tiene una prioridad baja.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 32: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
 Experiencia profesional”**
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Relaciones Públicas				
	Criterios				
	MARKETING Y COMUNICACIÓN			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje			
Ninguna prioridad	1	16,67%		1	16,67%
No respondieron / No trabajan	2	33,33%		2	33,33%
Prioridad baja	1	16,67%		1	16,67%
Prioridad media	1	16,67%		1	16,67%
Prioridad normal	1	16,67%		1	16,67%
Total general	6	100,00%		6	100,00%



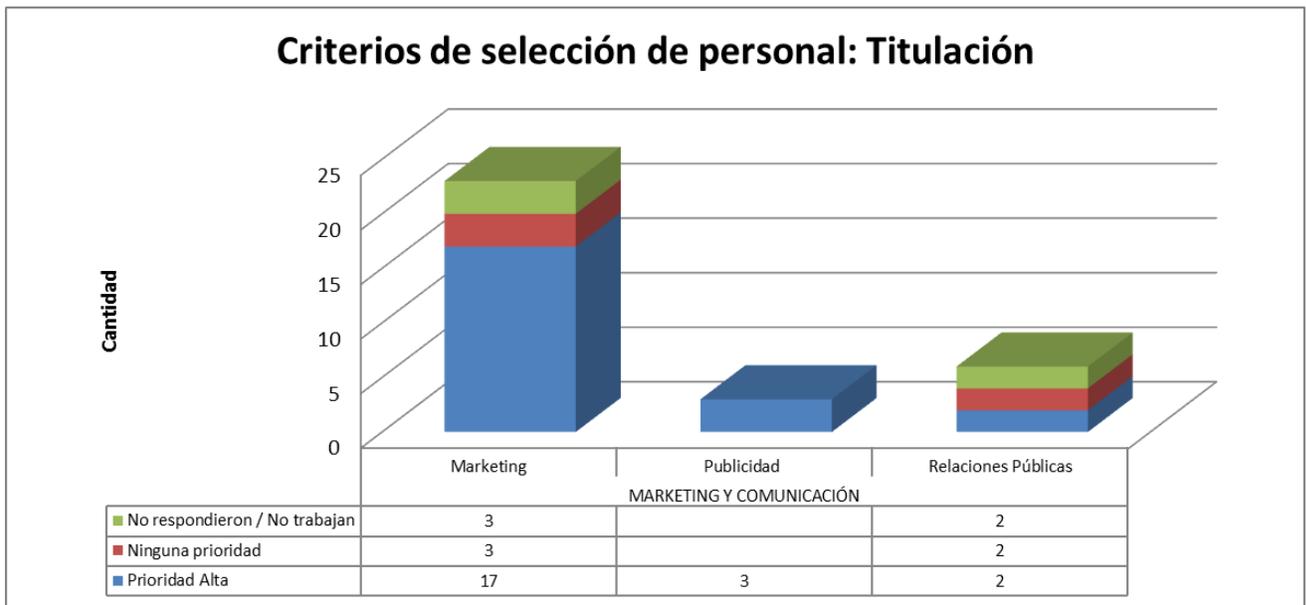
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) de los graduados no respondieron a este criterio, mientras que los 4 alumnos restantes que representa el 16% cada uno dijeron con respecto a la experiencia profesional que tiene una prioridad baja, media, normal y ninguna prioridad respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 33: “Evaluación de los criterios de selección de personal: Titulación”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Relaciones Públicas			
	Criterios de selección			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN	Total Cantidad	Total Porcentaje	
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	2	33,33%	2	33,33%
Ninguna prioridad	2	33,33%	2	33,33%
No respondieron / No trabajan	2	33,33%	2	33,33%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



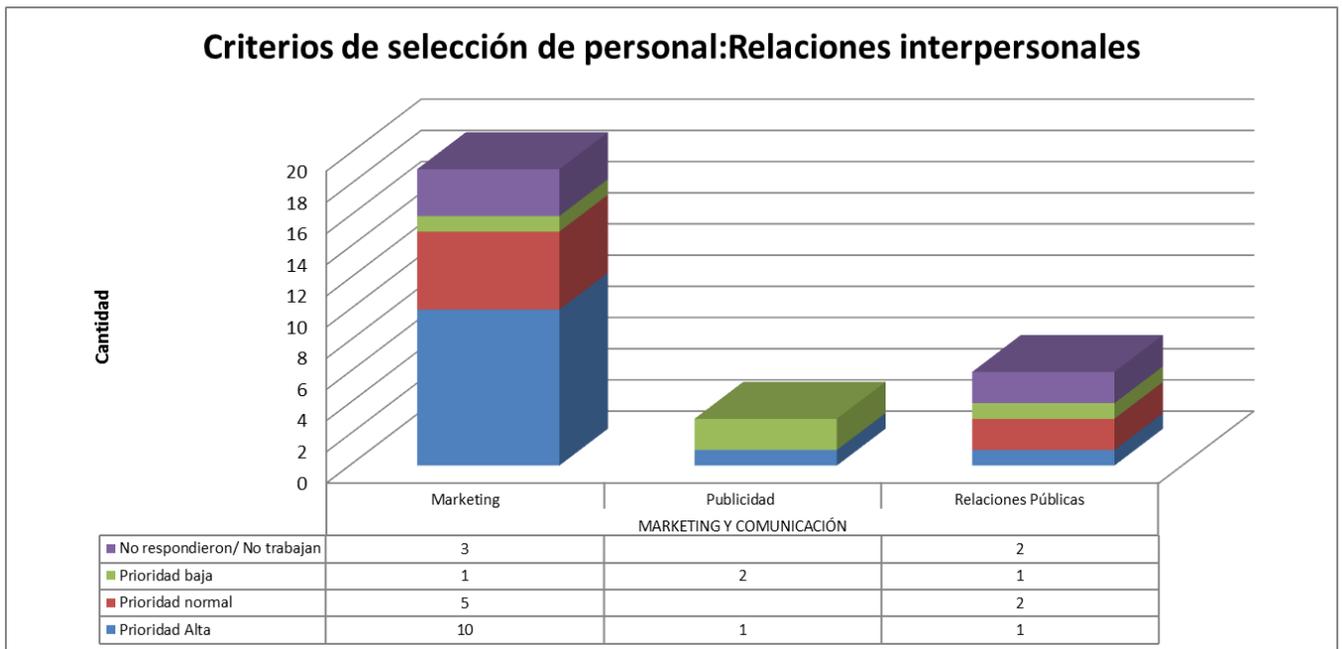
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) de los graduados no respondió este criterio, mientras que el mismo porcentaje no tiene ninguna prioridad y el otro 34% dijo tener una prioridad alta en el criterio de titulación.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 34: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Relaciones interpersonales”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Relaciones Públicas			
	Criterios			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	1	16,67%	1	16,67%
Prioridad normal	2	33,33%	2	33,33%
Prioridad baja	1	16,67%	1	16,67%
No respondieron/ No trabajan	2	33,33%	2	33,33%
Total general	6	100,00%	6	100,00%

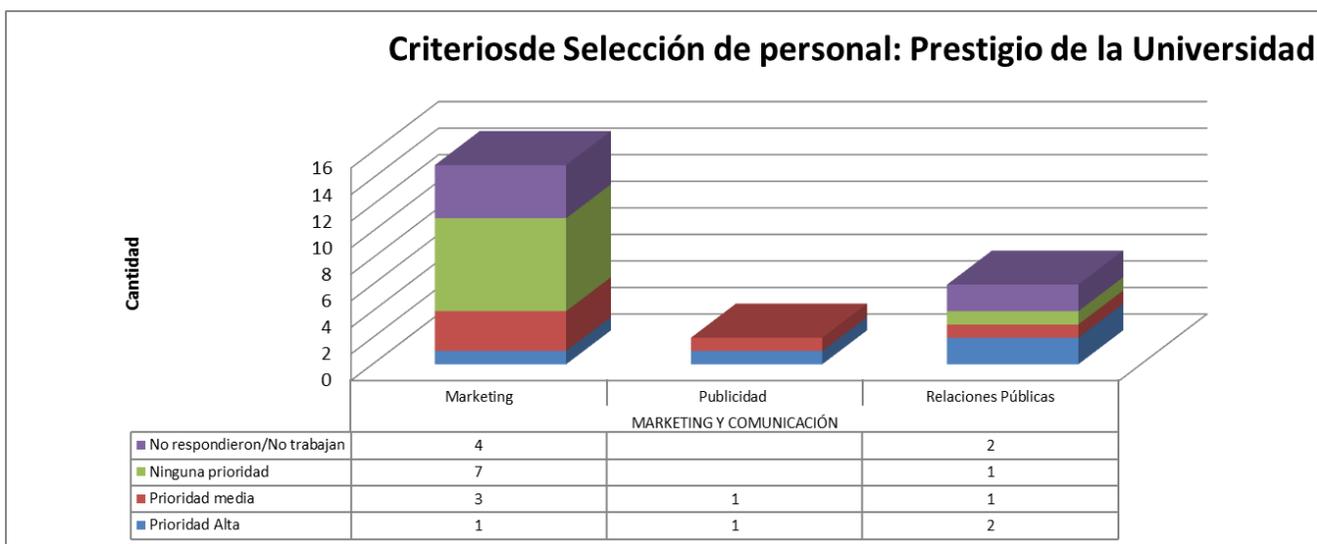


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) de los graduados no respondieron a este criterio y lo consideran como prioridad normal a las relaciones interpersonales, mientras que el 16% (1) lo consideran con prioridad alta y prioridad baja respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 35: “Evaluación de los criterios de selección de personal:
Prestigio de la Universidad”**
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Relaciones Públicas			
	Criterios de selección			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	2	33,33%	2	33,33%
Prioridad media	1	16,67%	1	16,67%
Ninguna prioridad	1	16,67%	1	16,67%
No respondieron/No trabajan	2	33,33%	2	33,33%
Total general	6	100,00%	6	100,00%

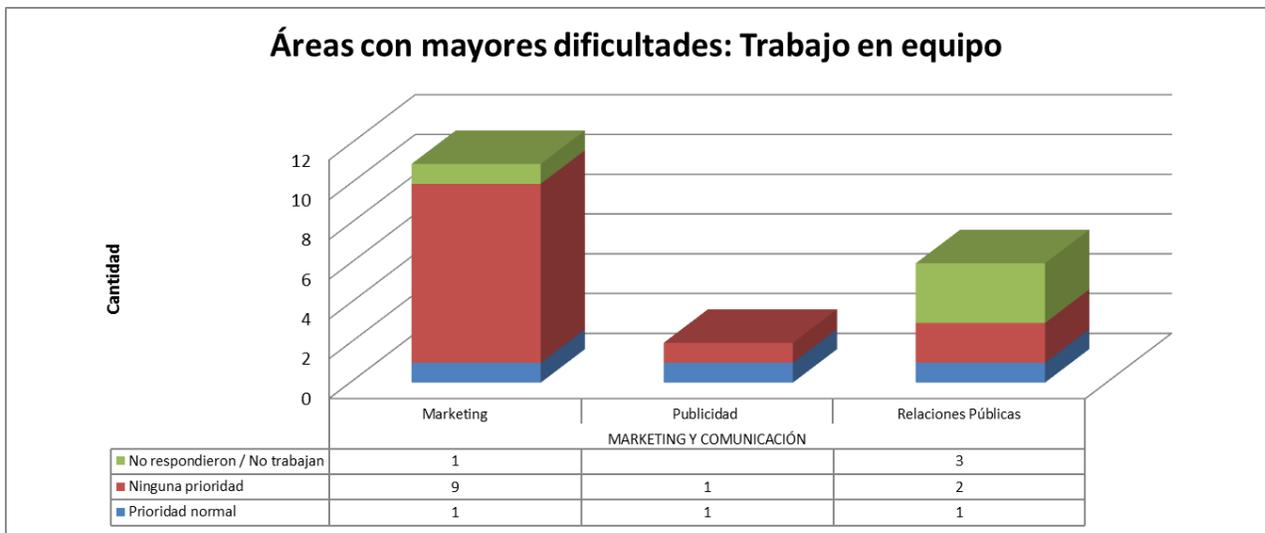


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) de los graduados no respondieron a este criterio y lo consideran como prioridad alta al prestigio de la Universidad, mientras que el 16% (1) lo consideran con prioridad medio y ninguna prioridad respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 36: “Áreas con mayores dificultades: Trabajo en equipo”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Enfasis	Relaciones Públicas			
	Áreas			
	MARKETING Y COMUNICACIÓN		Total Cantidad	Total Porcentajes
FACULTADES	Cantidad	Porcentajes		
Prioridad normal	1	16,67%	1	16,67%
Ninguna prioridad	2	33,33%	2	33,33%
No respondieron / No trabajan	3	50,00%	3	50,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



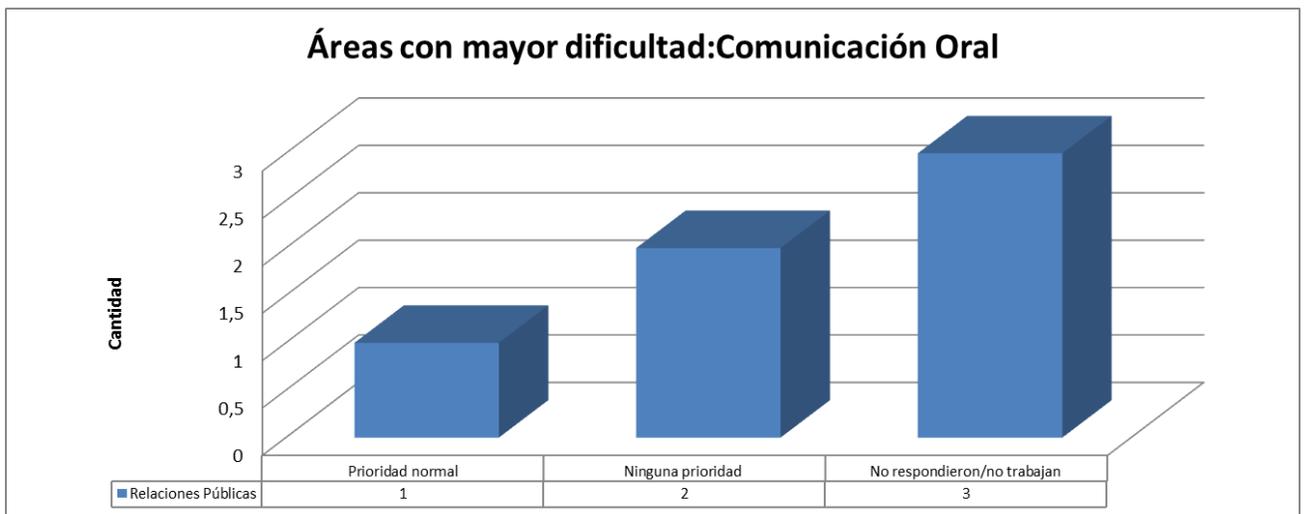
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados no respondieron este criterio, mientras que el 34% (2) dijo no tener ninguna prioridad con respecto al trabajo en equipo y el 16% (1) tiene prioridad normal.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 38: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Oral”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Relaciones Públicas	Total Cantidad	Total Porcentaje	
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad normal	1	16,67%	1	16,67%
Ninguna prioridad	2	33,33%	2	33,33%
No respondieron/no trabajan	3	50,00%	3	50,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



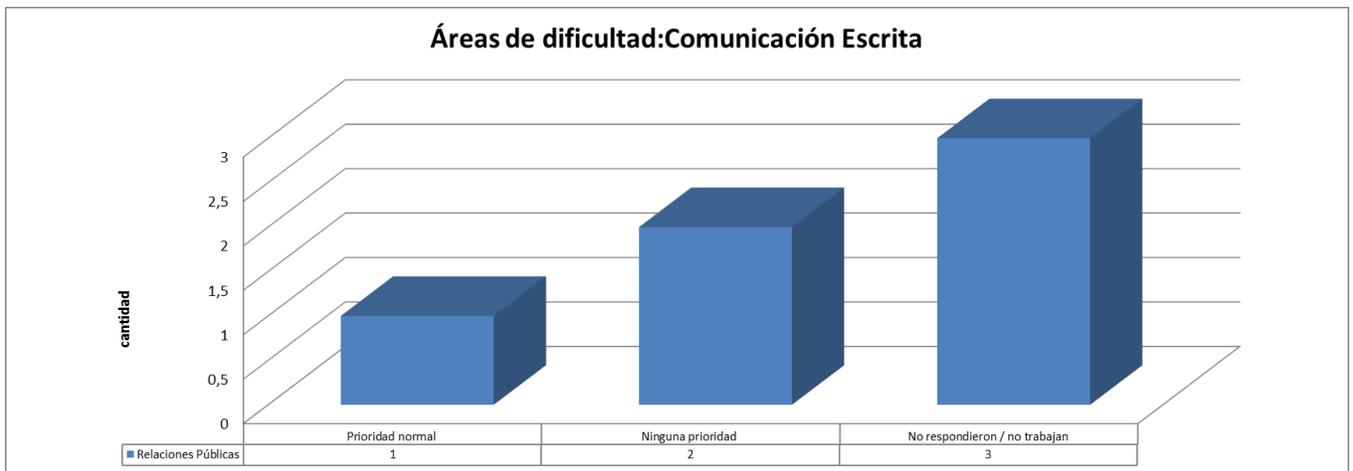
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados no respondieron este criterio, mientras que el 34% (2) dijo no tener ninguna prioridad con respecto a la comunicación oral y el 16% (1) tiene prioridad normal.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 39: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad normal	1	16,67%	1	16,67%
Ninguna prioridad	2	33,33%	2	33,33%
No respondieron / no trabajan	3	50,00%	3	50,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%

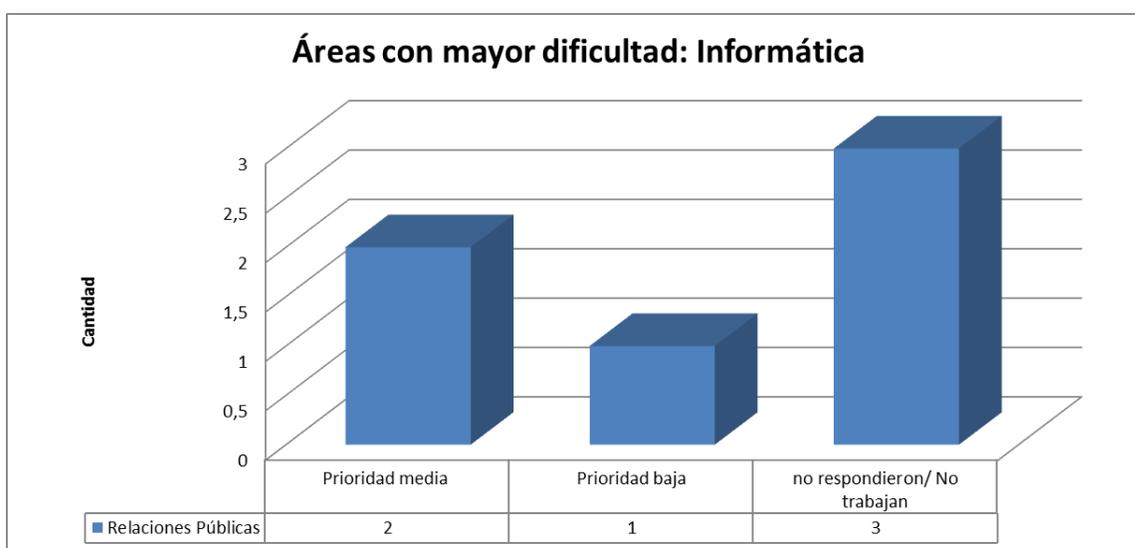


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados no respondieron este criterio, mientras que el 34% (2) dijo no tener ninguna prioridad con respecto a la comunicación escrita y el 16% (1) tiene prioridad normal.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 40: “Áreas con mayores dificultades: Informática”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Áreas				
Relaciones Públicas			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad media	2	33,33%	2	33,33%
Prioridad baja	1	16,67%	1	16,67%
no respondieron/ No trabajan	3	50,00%	3	50,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%

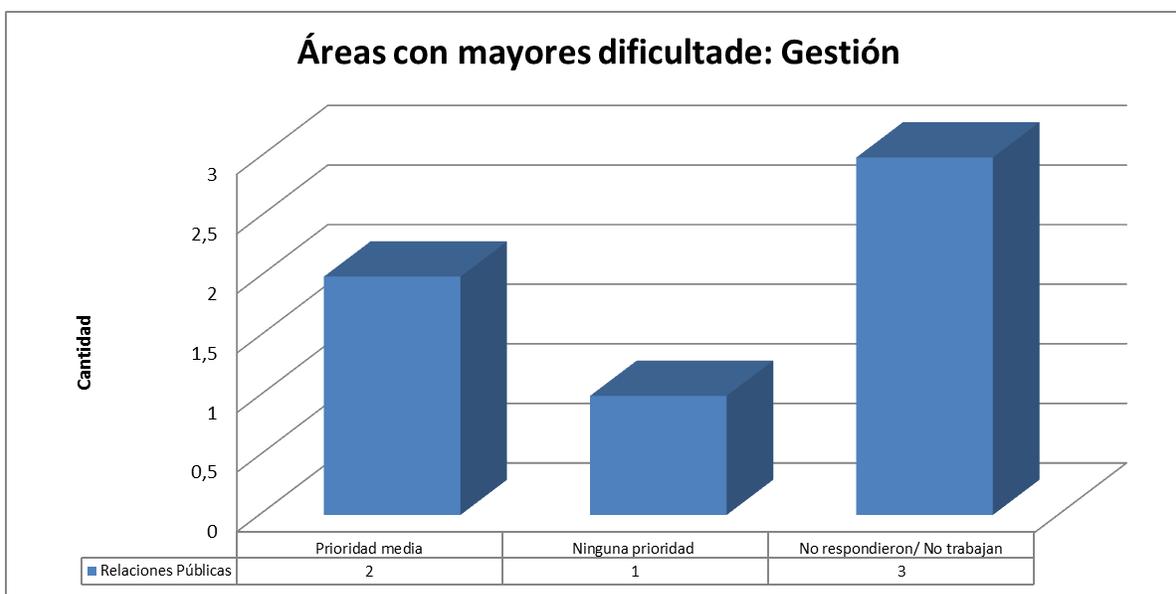


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados no respondieron este criterio, mientras que el 34% (2) dijo tener una prioridad media con respecto a informática y el 16% (1) tiene prioridad baja.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 41: “Áreas con mayores dificultades: Gestión”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad media	2	33,33%	2	33,33%
Ninguna prioridad	1	16,67%	1	16,67%
No respondieron/ No trabajan	3	50,00%	3	50,00%
Total general	6	100,00%	6	100,00%

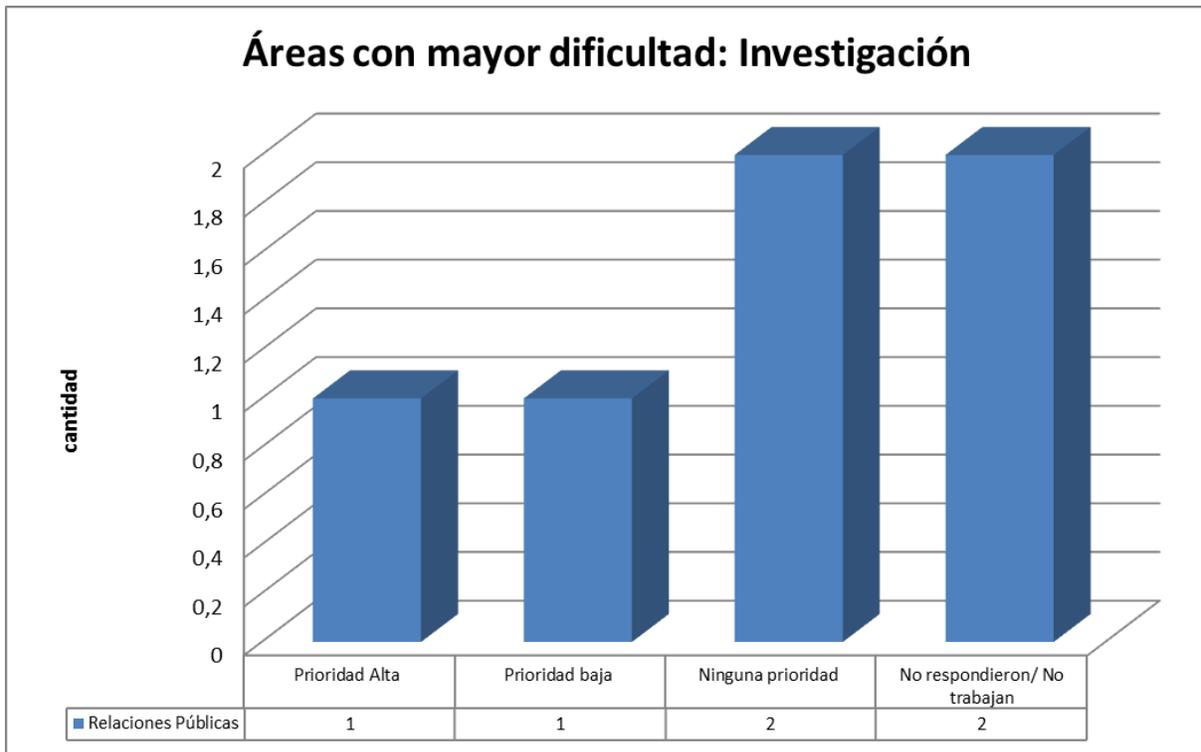


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados no respondieron este criterio, mientras que el 34% (2) dijo tener una prioridad media con respecto a la gestión y el 16% (1) no tiene ninguna prioridad.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 42: “Áreas con mayores dificultades: Investigación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Relaciones Públicas	Total Cantidad	Total Porcentaje	
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Prioridad Alta	1	16,67%	1	16,67%
Prioridad baja	1	16,67%	1	16,67%
Ninguna prioridad	2	33,33%	2	33,33%
No respondieron/ No trabajan	2	33,33%	2	33,33%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 34% (2) de los graduados dijo no tener ninguna prioridad y el otro 34% (2) no respondieron este criterio, mientras que el 16% (1) dijeron que como área de mayor dificultad la investigación tiene prioridad alta y baja respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 43: “Evaluación de la competencia especifica N°.1”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 1

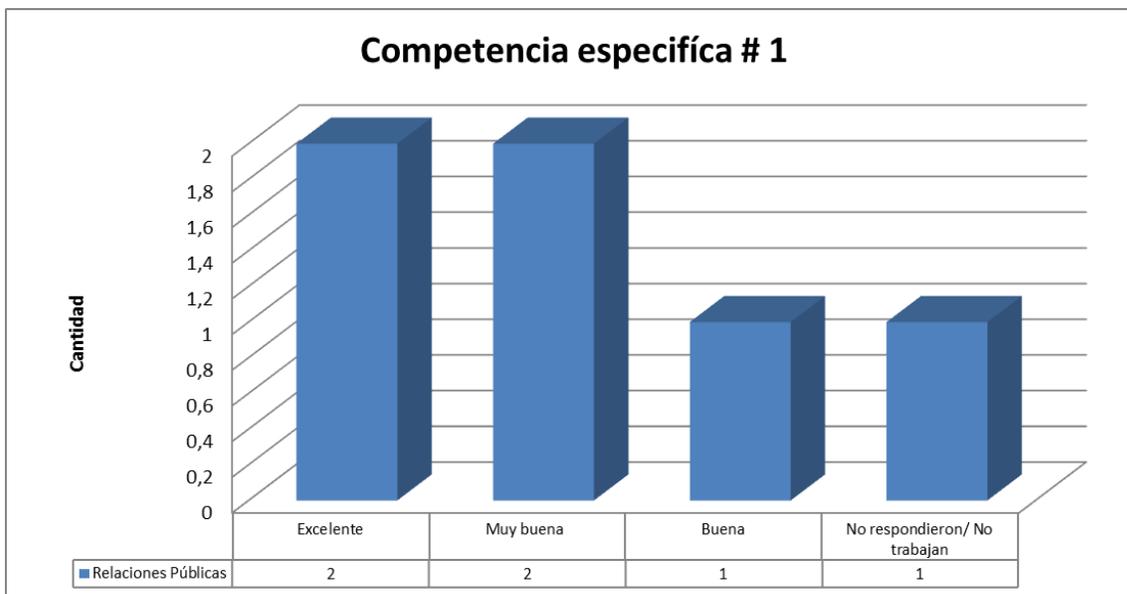
Comunicación empresarial: Establece diagnósticos, diseña estrategias correctas y ejecuta las acciones convenientes con una visión global, potenciando sus habilidades comunicativas.

Marketing: Analiza las condiciones del mercado, mediante técnicas de investigación pertinentes y explora escenarios posibles del marketing.

Publicidad: Planea y realiza proyectos para medios interactivos por medio de la observación, análisis, interpretación y evaluación de la información publicitaria y propagandas.

Relaciones Públicas: Planifica, implementa y evalúa acciones para optimizar las relaciones de organizaciones públicas y privadas con sus diferentes públicos.

Facultad				
MARKETING Y COMUNICACIÓN				
Etiquetas de columna				
Relaciones Públicas			Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	33,33%	2	33,33%
Muy buena	2	33,33%	2	33,33%
Buena	1	16,67%	1	16,67%
No respondieron/ No trabajan	1	16,67%	1	16,67%
Total general	6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG

Elaborado por: USG

El 34% (2) de los graduados dentro de las competencias específicas dijo que era excelente y el otro 34% (2) dijo que era muy buena, mientras que el 16% (1) dijeron que era buena y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 44: “Evaluación de la competencia especifica N°.2”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 2

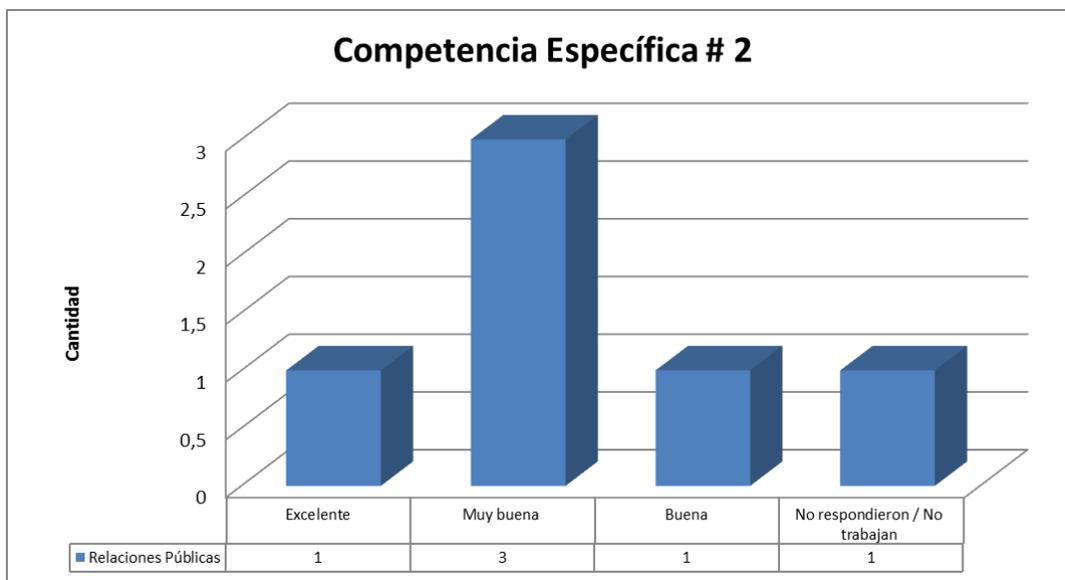
Comunicación empresarial: Gestiona la imagen corporativa de la empresa o marca que representa en comunidades virtuales y redes sociales.

Marketing: Diseña las estrategias de productos, precios, promoción y plaza.

Publicidad: Conocimiento y dominio global de las funciones publicitarias como la planificación, asesoramiento y estrategias de producción dirigidas a la completa satisfacción del servicio al cliente.

Relaciones Públicas: Organiza eventos especiales y acciones comunitarias que potencien positivamente la imagen de la organización que representa.

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN			
Competencia		Relaciones Públicas			
FACULTADES		Cantidad	Porcentaje	Total Cantidad	Total Porcentaje
Excelente		1	16,67%	1	16,67%
Muy buena		3	50,00%	3	50,00%
Buena		1	16,67%	1	16,67%
No respondieron / No trabajan		1	16,67%	1	16,67%
Total general		6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% de los graduados califican como excelente la competencia específica 2, mientras que el 16% lo califica como excelente, buena y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 45: “Evaluación de la competencia especifica N°.3”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Competencia Específica N°. 3

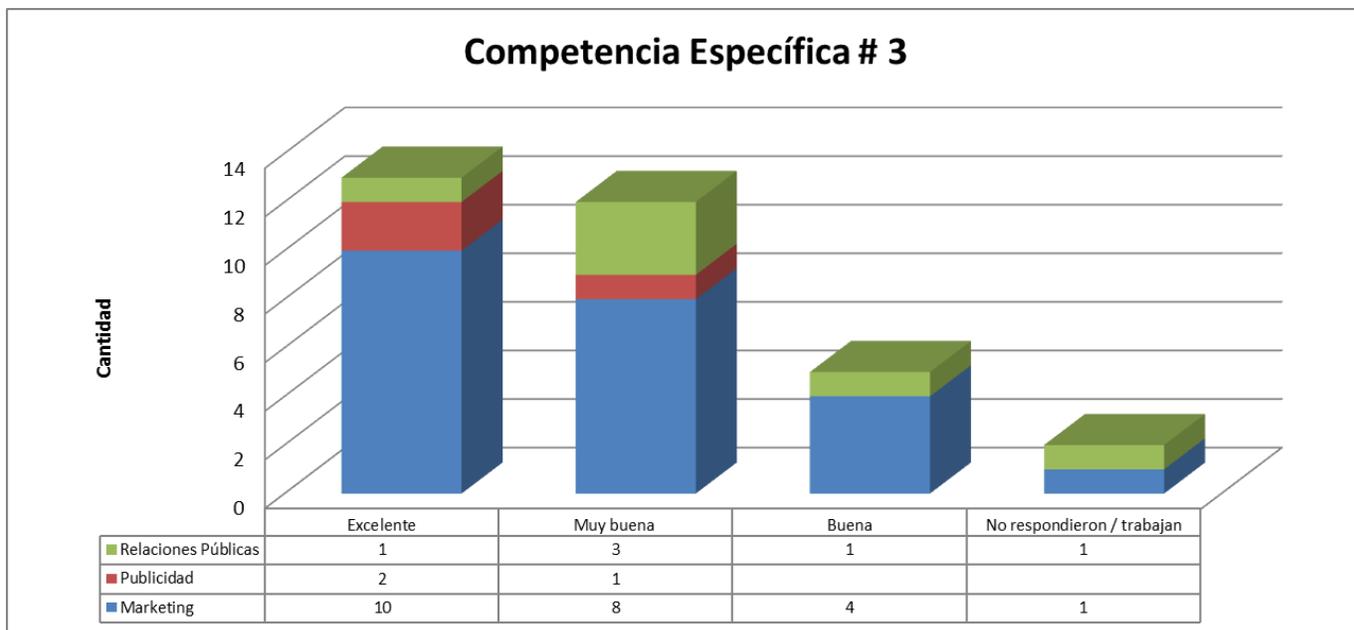
Comunicación empresarial: Profesional capacitado y competente capaz de diseñar productos comunicativos, analizar y evaluar las necesidades de comunicación de una organización.

Marketing: Maneja asertivo el marketing en la planificación de medios y campañas publicitarias.

Publicidad: Toma decisiones acerca del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada

Relaciones Públicas: Desempeña con eficacia en situaciones de crisis concretas, vinculadas al campo global de la gestión institucional e imagen pública de las organizaciones.

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN			
Etiquetas de columna		Relaciones Públicas			
FACULTADES		Cantidad	Porcentaje	Total Cantidad	Total Porcentaje
Excelente		1	16,67%	1	16,67%
Muy buena		3	50,00%	3	50,00%
Buena		1	16,67%	1	16,67%
No respondieron / trabajan		1	16,67%	1	16,67%
Total general		6	100,00%	6	100,00%



Fuente: USG

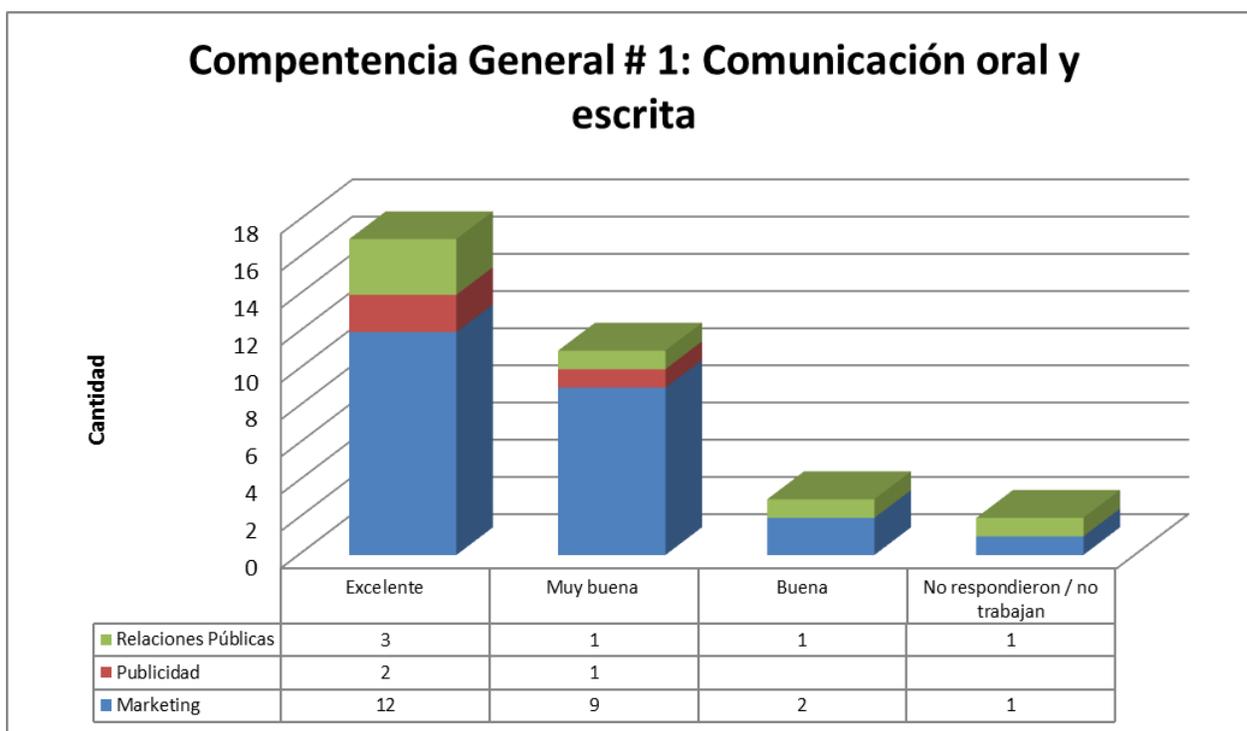
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados le parece muy buena la competencia 3, mientras que el 16% (1) les parece muy buena, excelente y no respondieron esta pregunta respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 46: “Competencia general N°.1: Comunicación oral y/o Escrita”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	carreras			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	50%	3	50%
Muy buena	1	17%	1	17%
Buena	1	17%	1	17%
No respondieron / no trabajan	1	17%	1	17%
Total general	6	100%	6	100%



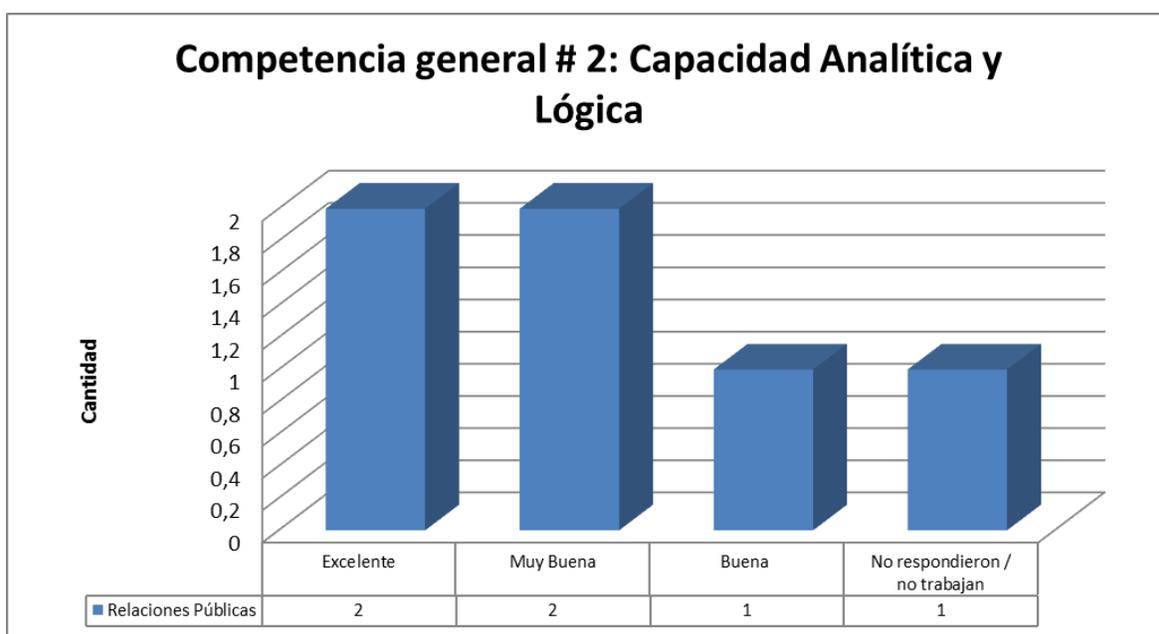
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados le parece excelente la competencia con respecto a la comunicación oral y escrita, mientras que el 16% (1) les parece muy buena, buena y no respondieron esta pregunta respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
**Tabla y Grafico No. 47: “Competencia general N°.2: Capacidad analítica
lógica”**

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	33%	2	33%
Muy Buena	2	33%	2	33%
Buena	1	17%	1	17%
No respondieron / no trabajan	1	17%	1	17%
Total general	6	100%	6	100%

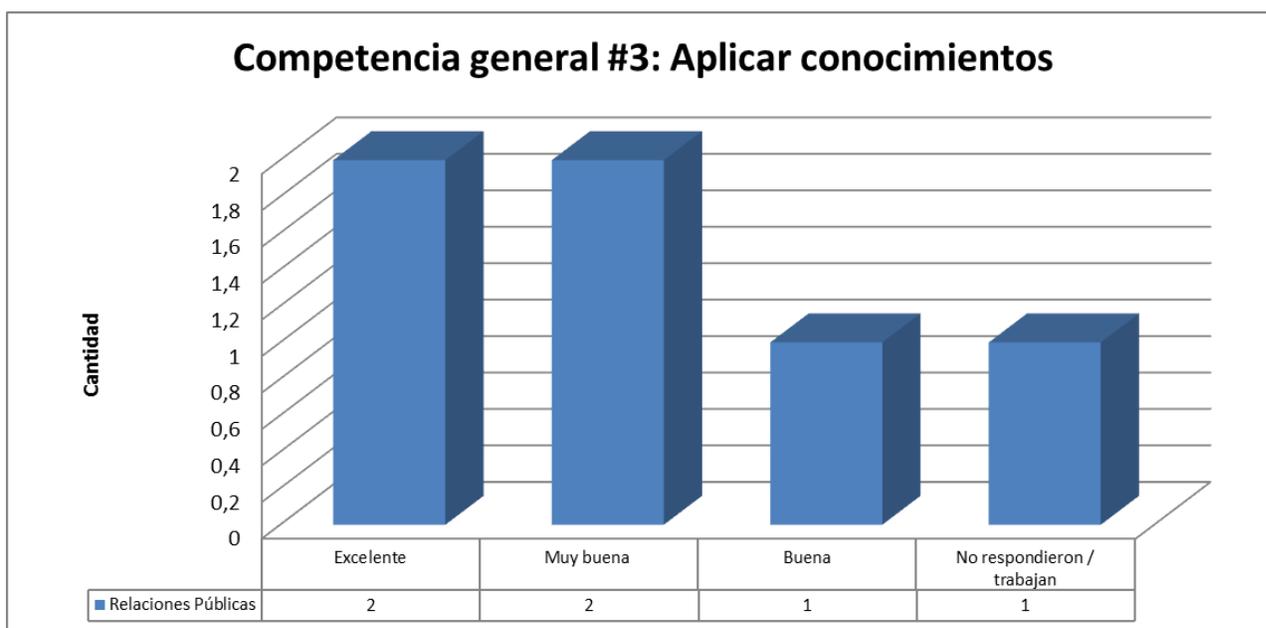


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (2) de los graduados le parece excelente y muy buena la competencia con respecto a la capacidad analítica y lógica, mientras que el 16% (1) le parece buena y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 48: “Competencia general N°.3: Capacidad para aplicar los conocimientos generales”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN			
Competencia		Relaciones Públicas			
FACULTADES		Cantidad	Porcentaje	Total Cantidad	Total Porcentaje
Excelente		2	33%	2	33%
Muy buena		2	33%	2	33%
Buena		1	17%	1	17%
No respondieron / trabajan		1	17%	1	17%
Total general		6	100%	6	100%



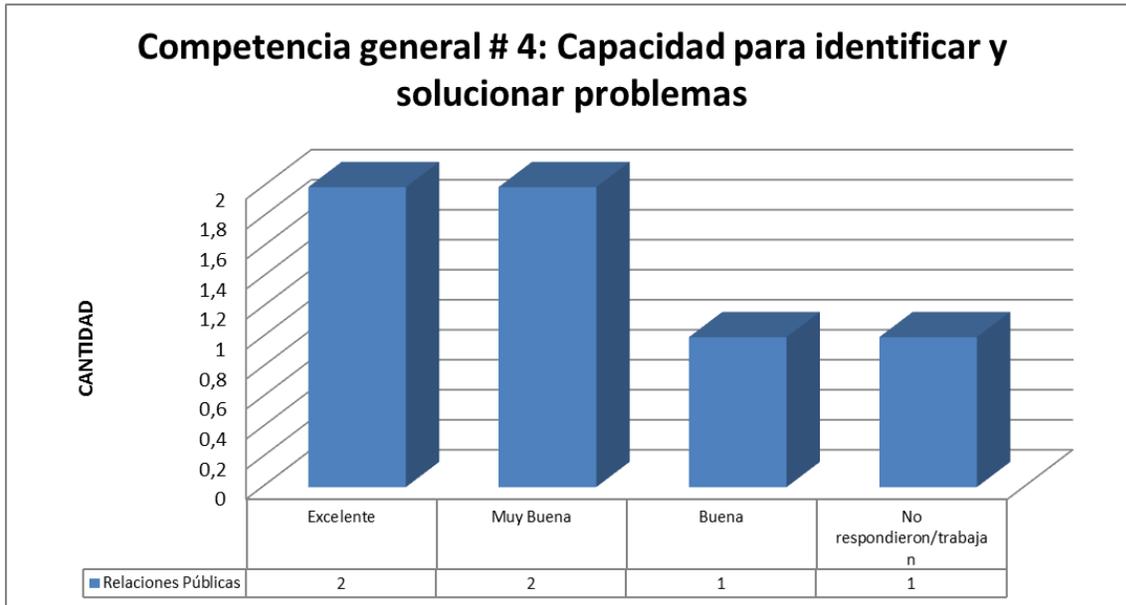
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (2) de los graduados le parece excelente y muy buena la competencia con respecto a aplicar conocimientos, mientras que el 16% (1) le parece buena y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 49: “Competencia general N°.4: Capacidad para identificar y solucionar problemas de su área”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	2	33%	2	33%
Muy Buena	2	33%	2	33%
Buena	1	17%	1	17%
No respondieron/trabajan	1	17%	1	17%
Total general	6	100%	6	100%

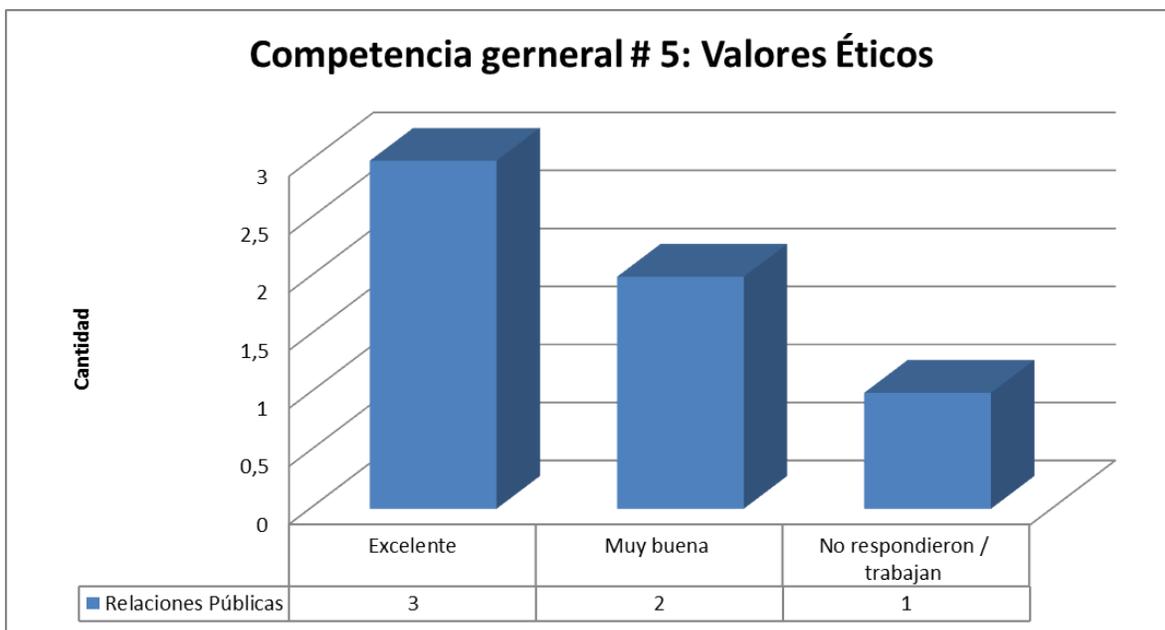


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 33% (2) de los graduados les parece excelente y muy buena la capacidad para identificar y solucionar problemas, mientras que el 16% (1) le parece buena y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 50: “Competencia general N°.5: Valores Éticos”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Etiquetas de columna			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	3	50%	3	50%
Muy buena	2	33%	2	33%
No respondieron / trabajan	1	17%	1	17%
Total general	6	100%	6	100%

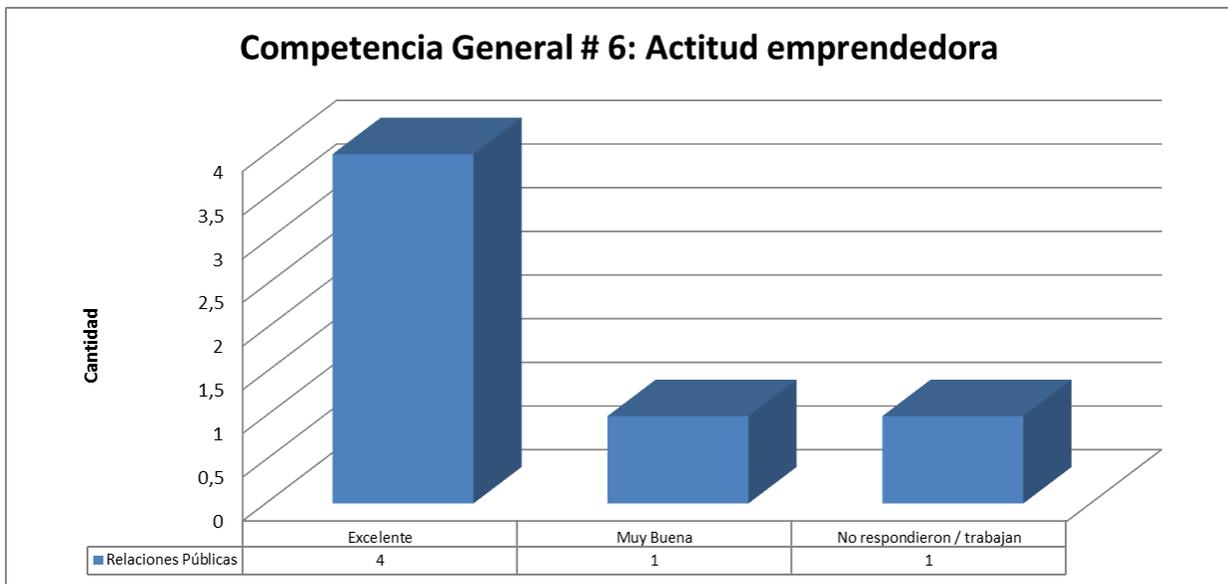


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados les parece excelente los valores éticos, mientras que el 33% (2) le parece muy buena y el 16% (1) no respondieron.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 51: “Competencia general N°.6: Actitud emprendedora”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Carreras			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
Calificación	Cantidad	Porcentaje		
Excelente	4	67%	4	67%
Muy Buena	1	17%	1	17%
No respondieron / trabajan	1	17%	1	17%
Total general	6	100%	6	100%



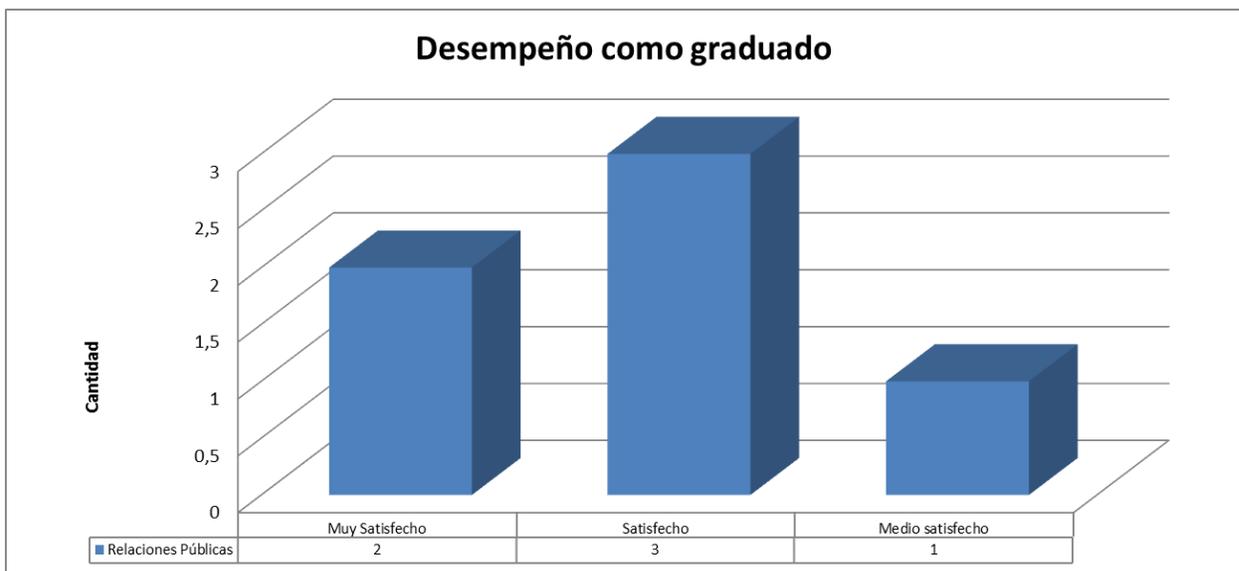
Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 66% (4) de los graduados con respecto a su competencia de la actitud emprendedora dice que es excelente, mientras que el 16% (1) dice que es muy buena y no respondieron respectivamente.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 52: “Evaluación general de su desempeño como graduado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	Desempeño			
	Relaciones Públicas		Total Cantidad	Total Porcentaje
FACULTADES	Cantidad	Porcentaje		
Muy Satisfecho	2	33%	2	33%
Satisfecho	3	50%	3	50%
Medio satisfecho	1	17%	1	17%
Total general	6	100%	6	100%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 50% (3) de los graduados dijo sentirse satisfecho con su desempeño como graduado, mientras que el 33% (2) se siente muy satisfecho y el 16% (1) se siente medio satisfecho.

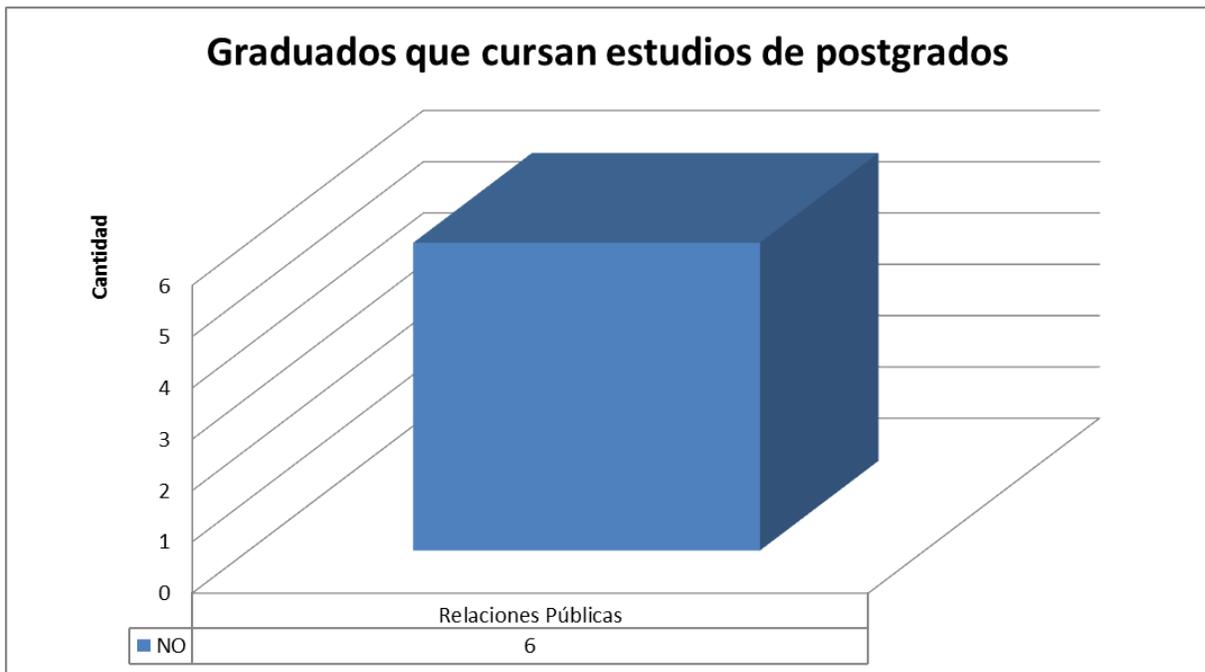
5. Preferencias de estudio

Facultad Marketing y Comunicación

Tabla y Grafico No. 53: “Cantidad de graduados que cursan estudios de postgrado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
	NO			Total Cantidad
Carreras	Cantidad	Porcentaje		Total Porcentaje
Relaciones Públicas	6	100%	6	100%
Total general	6	100%	6	100%



Fuente: USG

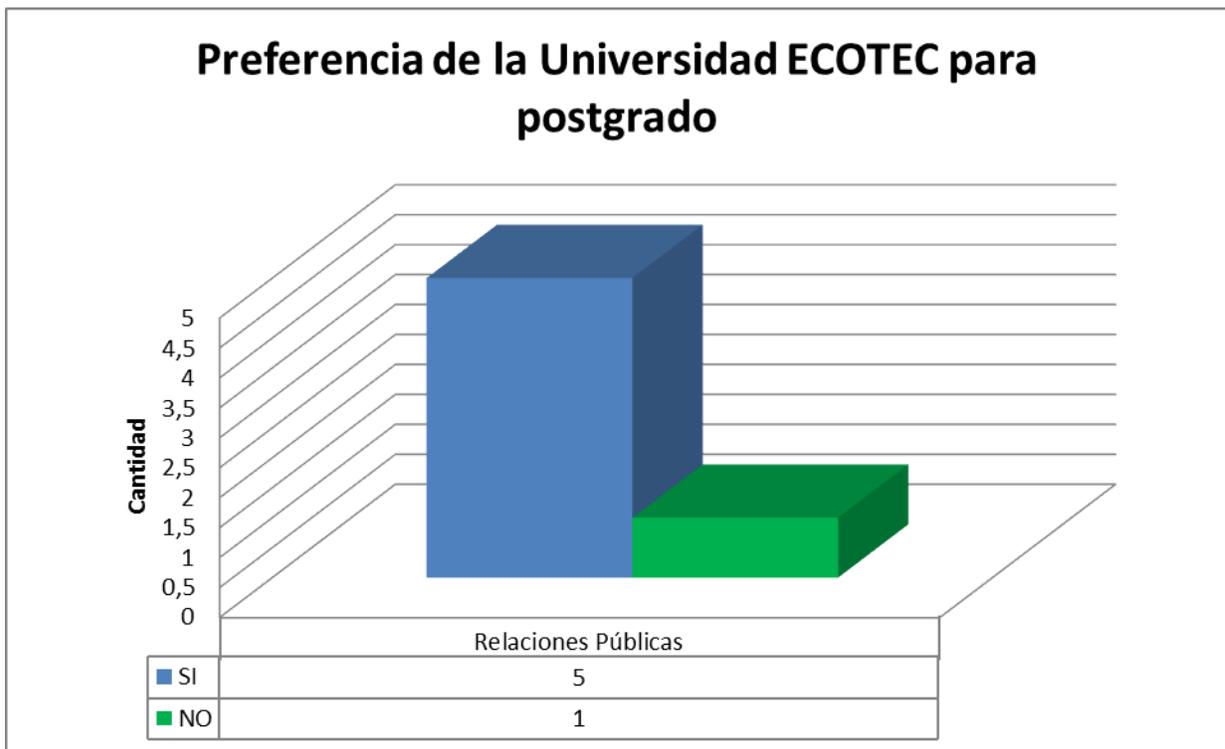
Elaborado por: USG

El 100% de los graduados de Relaciones Públicas no cursa estudios post grado.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 54: “Preferencia de la Universidad ECOTEC para cursar estudios de postgrado”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN					
	Etiquetas de columna					
	SI		NO		Total cantidad	Total Porcentaje
carreras	cantidad	Porcentaje	cantidad	Porcentaje		
Relaciones Públicas	5	83%	1	17%	6	100%
Total general	5	83%	1	17%	6	100%

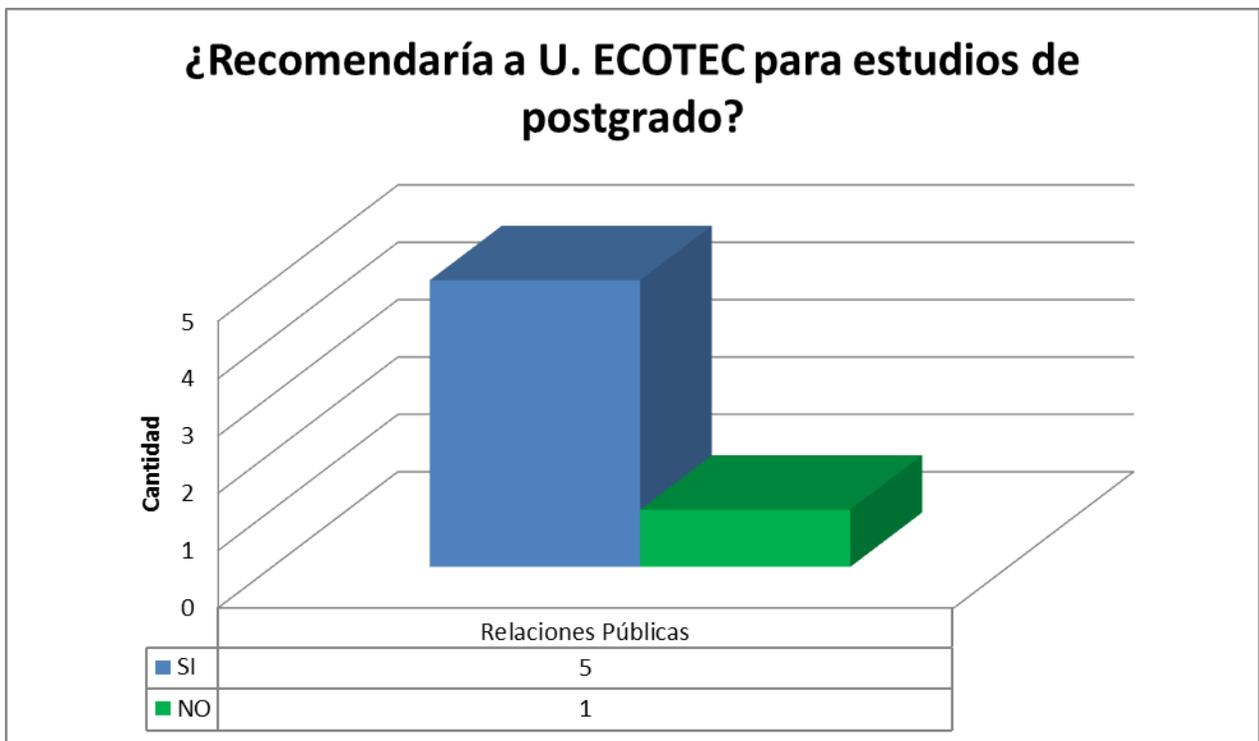


Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 83% (5) de los graduados escogería la Universidad para estudios post grado, mientras que el 17% (1) no lo recomendaría.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 55: “Cantidad de graduados que recomendarían la Universidad ECOTEC para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN					
	Etiquetas de columna					
	SI		NO		Total Cantidad	Total porcentaje
FACULTADES	Cantidad	porcentaje	Cantidad	porcentaje		
Relaciones Públicas	5	83%	1	17%	6	100%
Total general	5	83%	1	17%	6	100%



Fuente: USG
Elaborado por: USG

El 83% (5) de los graduados recomendaría la Universidad para estudios post grado, mientras que el 17% (1) no lo recomendaría.

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 56: “Temas de interés para estudios de postgrado”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Relaciones Públicas

Fuente: USG
Elaborado por: USG

Facultad Marketing y Comunicación
Tabla y Grafico No. 57: “Temas de interés para cursos de certificación”
Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Certificaciones ISO

Relaciones Públicas

Responsabilidad Social

Fuente: USG

Elaborado por: USG