



# **INFORME DE RESULTADOS**

## **UNIDAD DE SEGUIMIENTO A GRADUADOS**

### **FACULTAD DE MARKETING Y COMUNICACIÓN**

**Julio 2015**

# 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 página web, 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/encuesta>.

Una vez culminado el periodo de gestión, la información es procesada y analizada a través de la herramienta informática de la Universidad ECOTEC, implementando estadística descriptiva básica para la elaboración de informes, y la herramienta SPSS para análisis más avanzados. Esta información está alojada en repositorios desde la cual pueden acceder las autoridades, decanos, encargados etc. y en el sitio web para la comunidad en general. 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

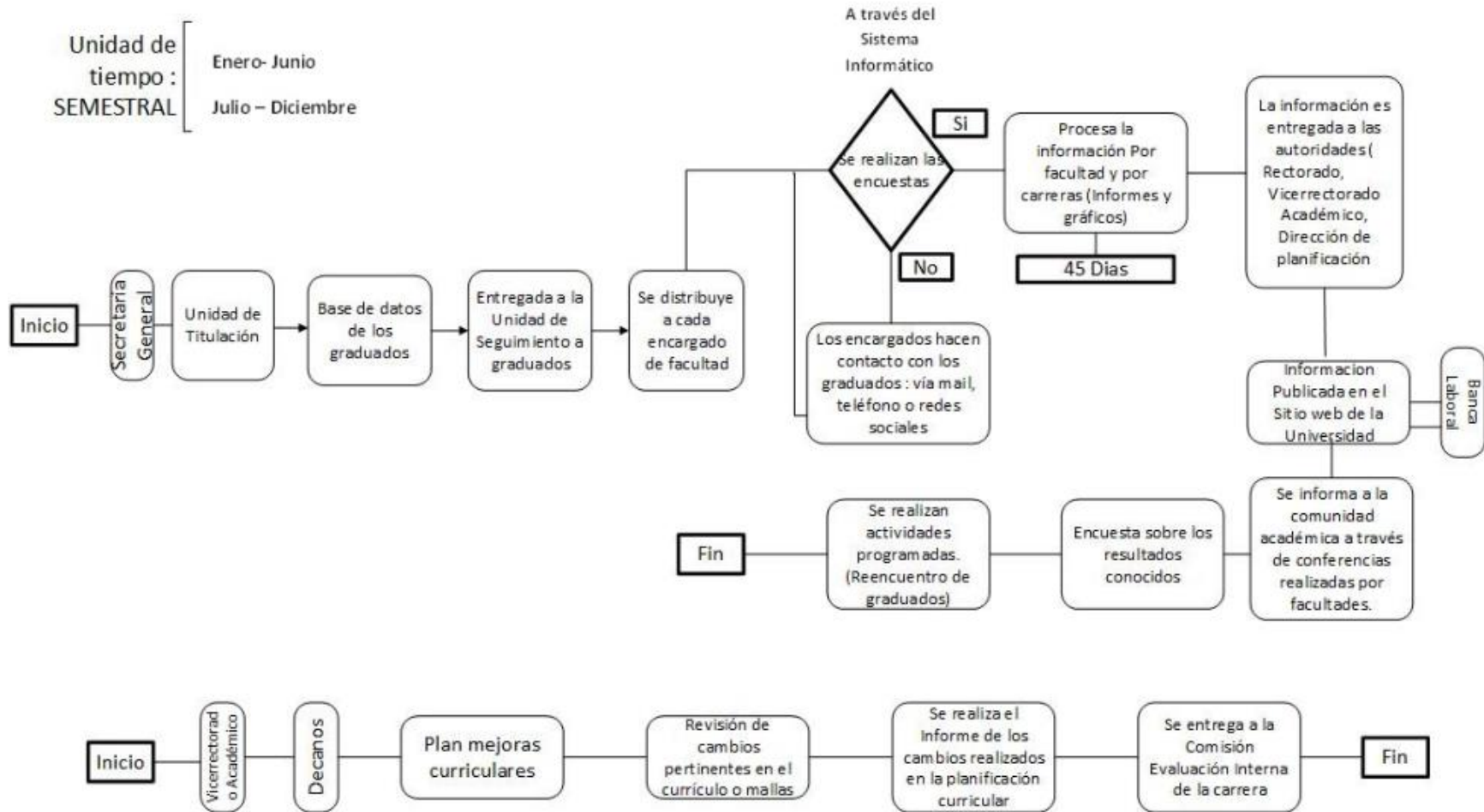


Figura N°. 1. Diagrama de Flujo de procesos de la Unidad de Seguimiento a graduados

## 2. Antecedentes

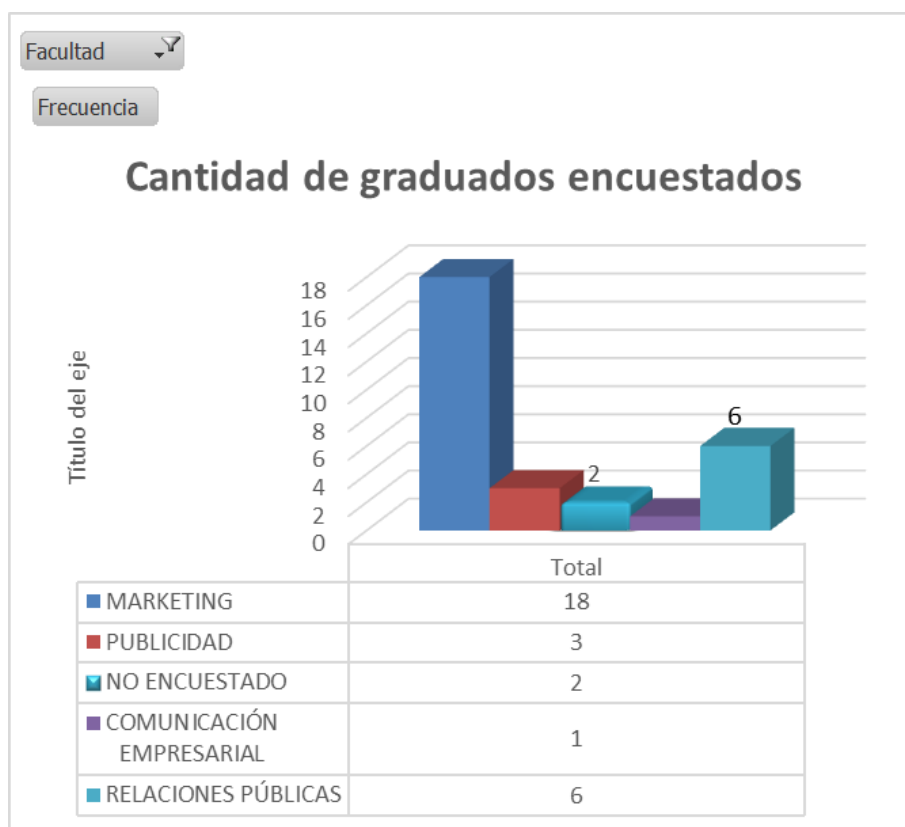
En el primer proceso de seguimiento a graduados (Julio 2015), la facultad de Marketing y Comunicación graduó a 30 estudiantes en total, desglosados de la siguiente manera:

Carreras	Cantidad
<b>MARKETING</b>	
<b>MARKETING</b>	18
<b>LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN</b>	
<b>COMUNICACIÓN EMPRESARIAL</b>	1
<b>PÚBLICIDAD</b>	3
<b>RELACIONES PÚBLICAS</b>	6
<b>Total general</b>	<b>30</b>

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

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

Carreras	Frecuencia	Porcentaje
MARKETING	18	60%
PUBLICIDAD	3	10%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1	3%
RELACIONES PÚBLICAS	6	20%
NO ENCUESTADO	2	7%
<b>Total general</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>



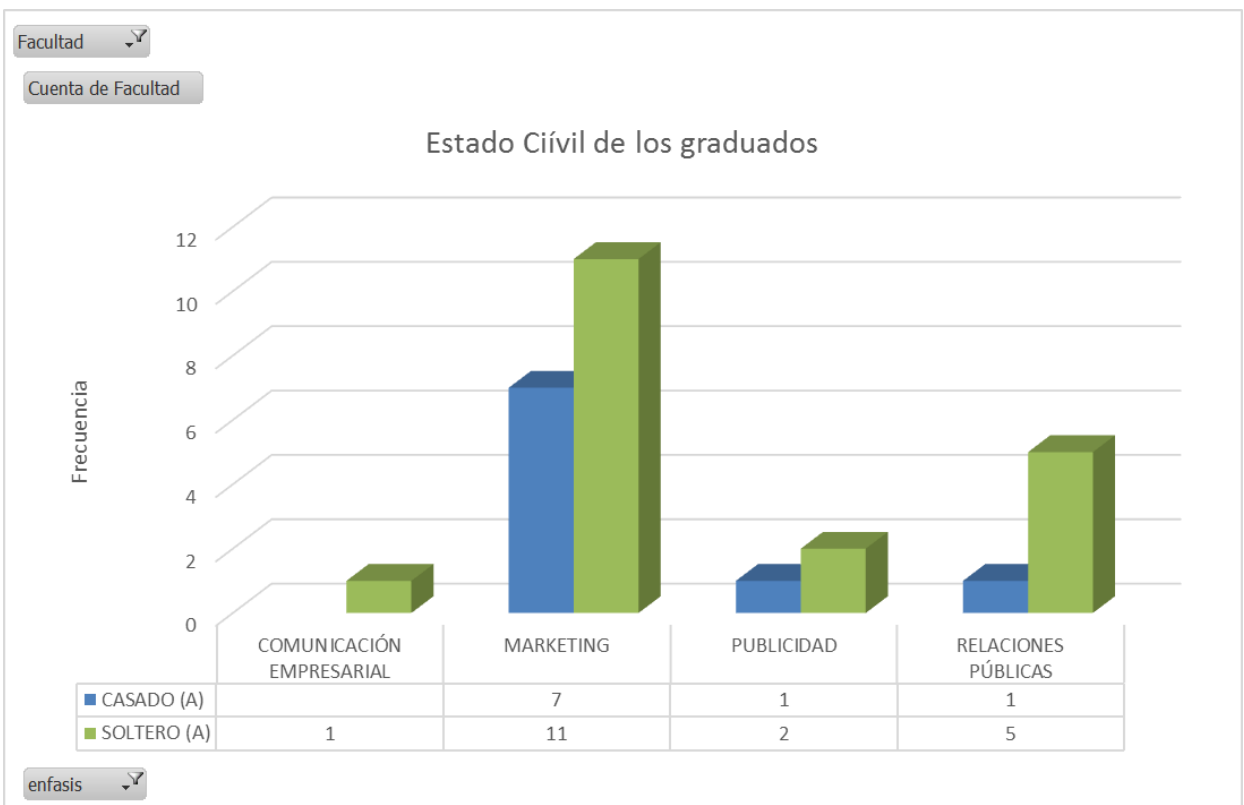
Fuente: USG

Elaborado por: USG

De manera general la carrera de marketing es la que refleja el mayor número de graduados con un total de 18 personas equivalente al 60% del universo total, cabe recalcar que dos elementos del universo total no emitieron ninguna opinión al respecto equivalente al 7%. El resto de carreras en el área de la comunicación comprenden el 33%, siendo relaciones publicas la que posee mayor número de graduados.

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

Carreras	CASADO (A)		SOLTERO (A)		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	7	25%	11	39%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	1	4%	5	18%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>9</b>	<b>32%</b>	<b>19</b>	<b>68%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de graduados de las carreras de la Facultad de Marketing y Comunicación el 68% poseen el status de casado, siendo la carrera de marketing la que refleja mayor cantidad de graduados con status de casado.

## 2. SITUACIÓN LABORAL ACTUAL

Facultad de Marketing y Comunicación  
**Tabla y Grafico No. 3: “Cantidad de Graduados laboralmente activos”**  
 Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						
Carreras	Criterio	Si		No		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	13	46%	5	18%	18	64%	
PUBLICIDAD	3	11%		0%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1	4%		0%	1	4%	
RELACIONES PÚBLICAS	5	18%	1	4%	6	21%	
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>79%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



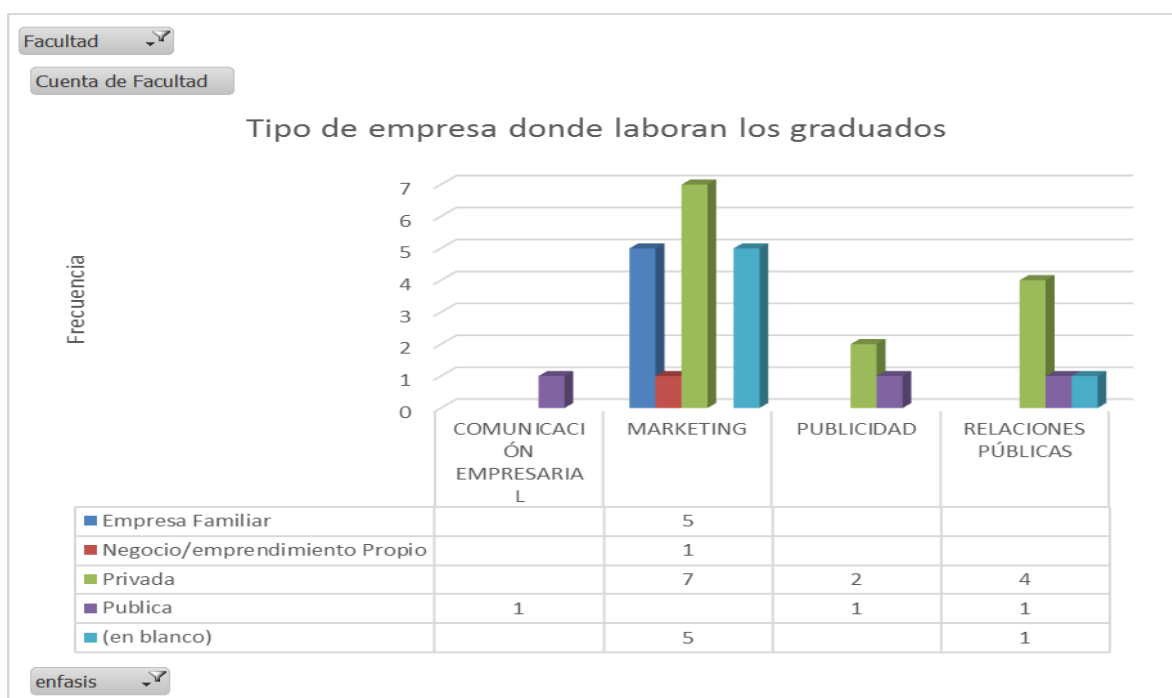
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

Del 100% de la cantidad de graduados laboralmente activos es relativamente alto con 79% frente a la cantidad de graduados que no están laborando que equivale al porcentaje restante. Cabe destacar que la carrera de marketing es la que más graduados posee que no están laboralmente activos frente a las demás carreras.

**Facultad de 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	Criterio	Privada		Publica		Negocio/emprendimiento		Empresa Familiar		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	7	32%		0%	1	5%	5	23%	13	59%	
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%		0%		0%	3	14%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	5%		0%		0%	1	5%	
RELACIONES PÚBLICAS	4	18%	1	5%		0%		0%	5	23%	
<b>Total general</b>	<b>13</b>	<b>59%</b>	<b>3</b>	<b>14%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>5</b>	<b>23%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

Del general de los graduados se observa que el 59% se encuentran laborando para una empresa de privada, el 23% en empresas familiares, un 14% en empresas pública categoría en la cual ningún graduado de marketing labora y por ultimo apenas un 5% se encuentra laborando en un emprendimiento.



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

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										
Carreras	Criterio	PUBLICIDAD			COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		RELACIONES PÚBLICAS		Total Fre	Total Promedi	
	MARKETING	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
Turismo		0%		0%		0%		1	5%	1	5%
Telecomunicaciones		0%	1	5%		0%		0%		1	5%
Servicios	1	5%	2	9%	1	5%	2	9%	6	27%	
Seguros y reaseguros		0%		0%		0%	1	5%	1	5%	
Operadores Turísticos	1	5%		0%		0%		0%	1	5%	
Industria manufacturera	1	5%		0%		0%		0%	1	5%	
Financiera	1	5%		0%		0%		0%	1	5%	
Educacion	2	9%		0%		0%	1	5%	3	14%	
Comercio	7	32%		0%		0%		0%	7	32%	
<b>Total general</b>		<b>13</b>	<b>59%</b>	<b>3</b>	<b>14%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>5</b>	<b>23%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

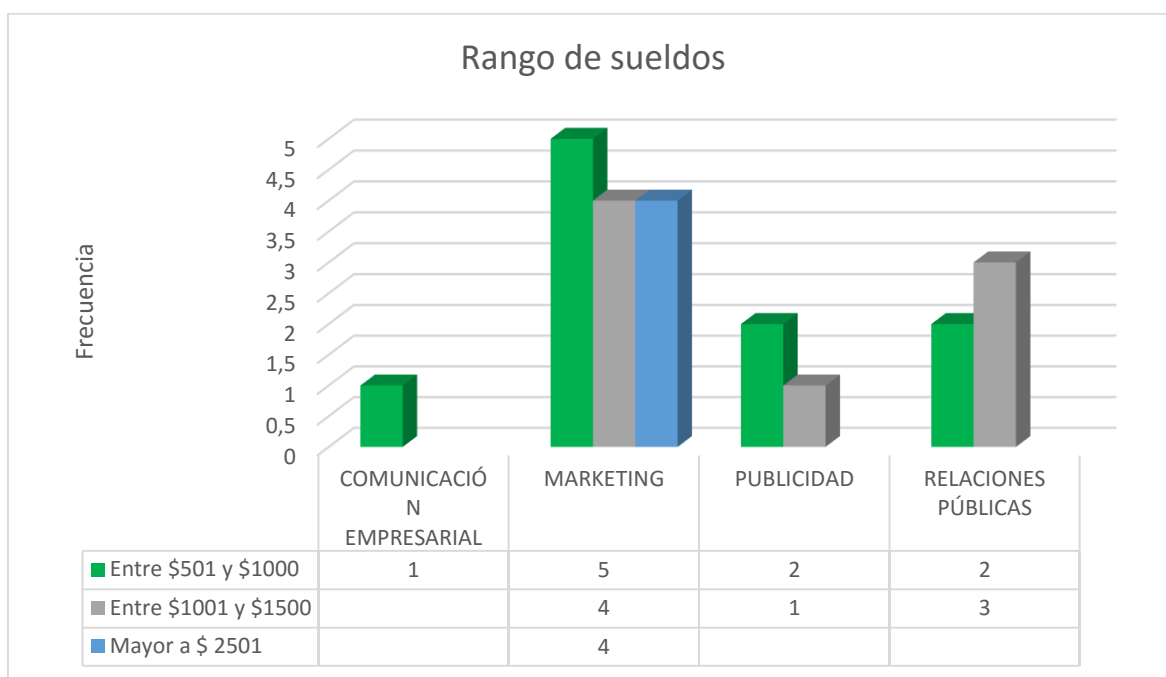


**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

A manera general los graduados de las carreras de la Facultad de Marketing y Comunicación laboran en mayor proporción en el sector del comercio con un 32%, seguido con un 27% en el sector de servicios y un 14% en la educación.

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

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								
Carreras	Criterio		Entre \$1001 y \$1500		Mayor a \$ 2501		Total Frecuencia	Total Promedio	
	Entre \$501 y \$1000	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	5	23%	4	18%	4	18%	13	59%	
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%		0%	3	14%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1	5%		0%		0%	1	5%	
RELACIONES PÚBLICAS	2	9%	3	14%		0%	5	23%	
<b>Total general</b>	<b>10</b>	<b>45%</b>	<b>8</b>	<b>36%</b>	<b>4</b>	<b>18%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>	

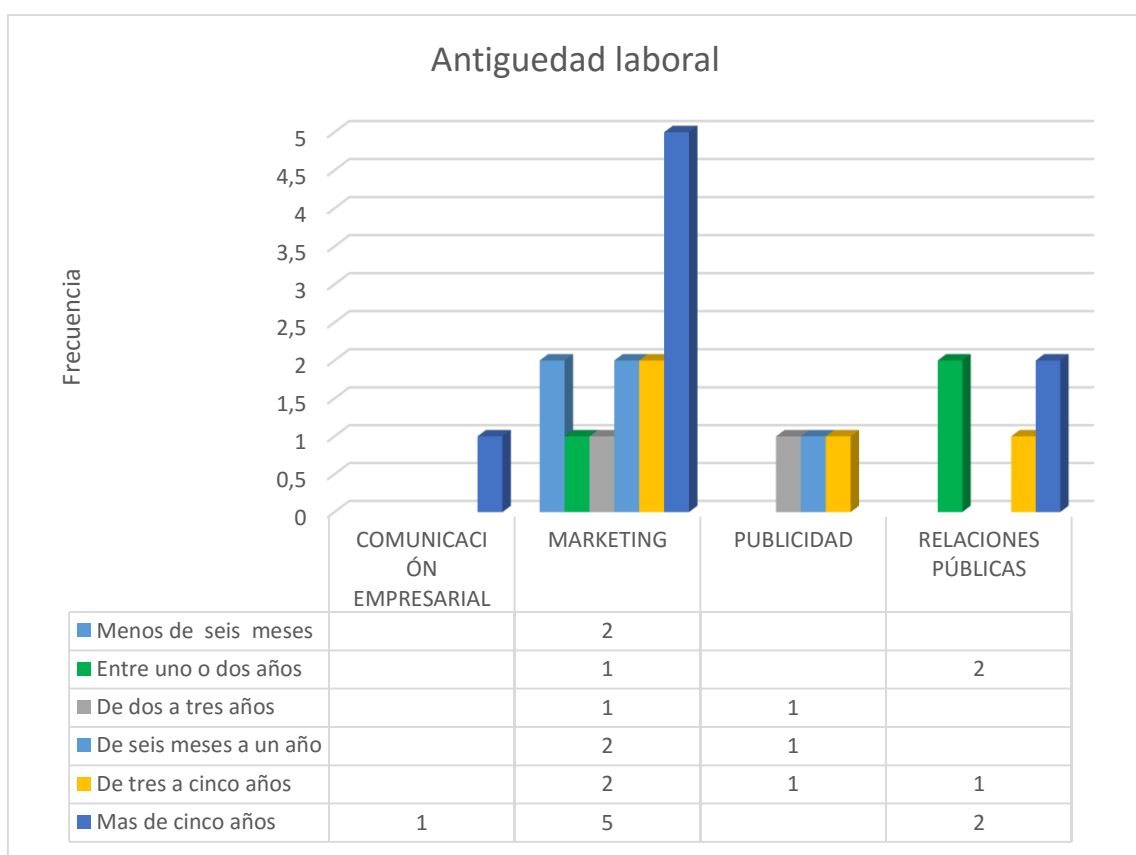


**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De manera general de los graduados de las carreras de la Facultad de Marketing y Comunicación el 45% tienen ingresos promedio entre los \$501 a \$1000 dólares, un 36% de \$1001 a \$1500 dólares y el 18% tienen un sueldo mayor a \$2501 dólares, el último porcentaje lo conforman los graduados de marketing.

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

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Criterio	MARKETING									
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Total Frecuencia	Total Promedio
Menos de seis meses	2	9%		0%		0%		0%	2	9%
De seis meses a un año	2	9%	1	5%		0%		0%	3	14%
Entre uno o dos años	1	5%		0%		0%	2	9%	3	14%
De dos a tres años	1	5%	1	5%		0%		0%	2	9%
De tres a cinco años	2	9%	1	5%		0%	1	5%	4	18%
Mas de cinco años	5	23%		0%	1	5%	2	9%	8	36%
<b>Total general</b>	<b>13</b>	<b>59%</b>	<b>3</b>	<b>14%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>5</b>	<b>23%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

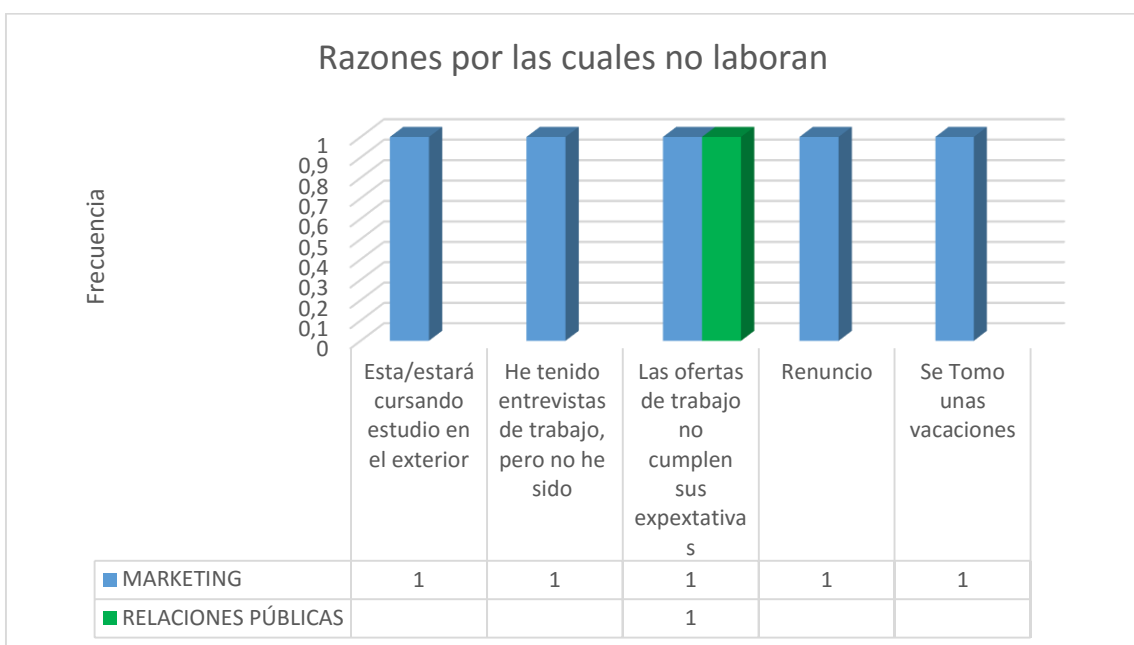


**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 36% de los graduados de las carreras refleja que tiene más de 5 años laborando en un mismo lugar, siendo apenas un 23% en total aquellos graduados que tienen menos de seis y de seis a un año laborando en determinado lugar.

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

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN					
Criterio	Carrera		RELACIONES PÚBLICAS		Total Frecuencia	Total Promedio
	MARKETING	Promedio	Promedio	Promedio		
Se Tomo unas vacaciones	1	17%		0%	1	17%
Renuncio	1	17%		0%	1	17%
Las ofertas de trabajo no cumplen sus expetativas	1	17%	1	17%	2	33%
He tenido entrevistas de trabajo, pero no he sido	1	17%		0%	1	17%
Esta/estará cursando estudio en el exterior	1	17%		0%	1	17%
<b>Total general</b>	<b>5</b>	<b>83%</b>	<b>1</b>	<b>17%</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>



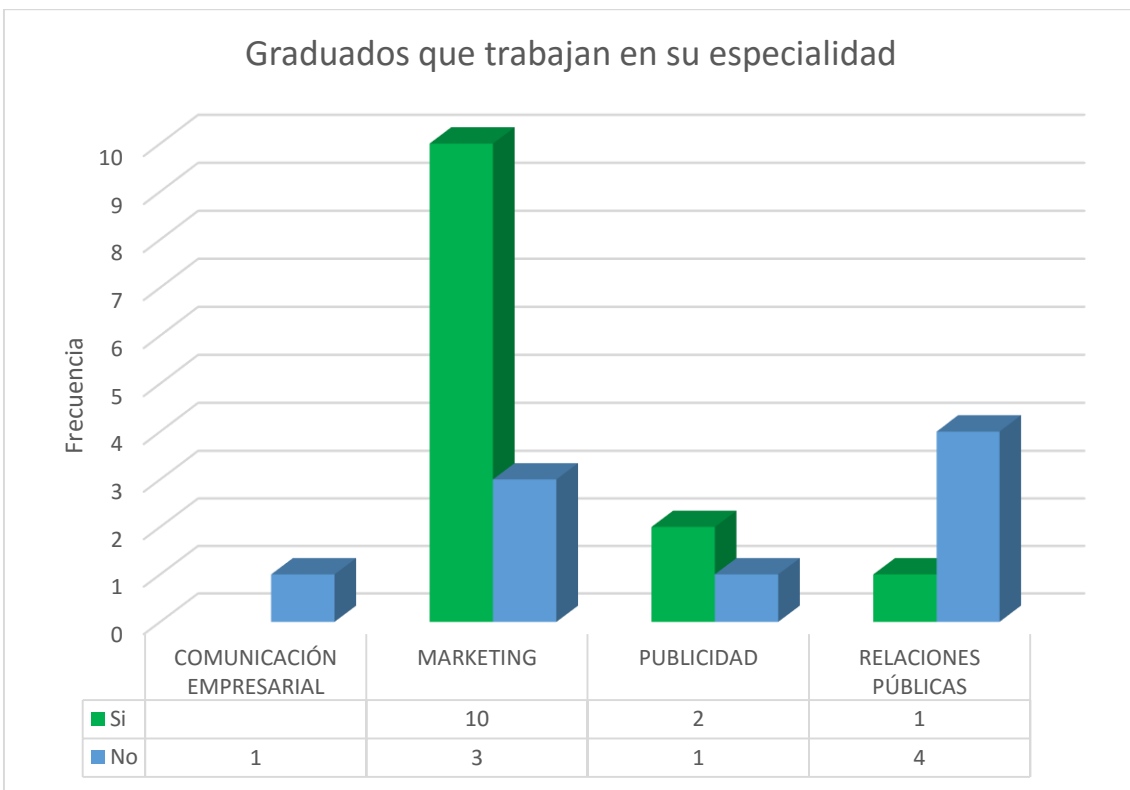
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

Del porcentaje de graduados que actualmente no se encuentran laborando entre la razón que más predominio tiene a manera general de las carreras es que “las ofertas de trabajo no cumplen sus expectativas”.

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

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Facultad						
MARKETING Y COMUNICACIÓN						
Criterio						
Si						
No						
Total Frecuencia						Total Promedio
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Total Frecuencia	Total Promedio
MARKETING	10	45%	3	14%	13	59%
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%	3	14%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	5%	1	5%
RELACIONES PÚBLICAS	1	5%	4	18%	5	23%
<b>Total general</b>	<b>13</b>	<b>59%</b>	<b>9</b>	<b>41%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

Del total de graduados de las carreras el 59% si se encuentra laborando en su área de especialidad, el porcentaje restante no se encuentra ejerciendo en su área de especialidad, en mayor predominio de esta situación se encuentran los graduados de marketing y relaciones públicas.

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

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN			
Criterio	Trabaja en su profesion, en una empresa o Institucion Publica/privada / Propia			
Carreras	Frecuencia	Promedio	Total Frecuencia	Total Promedio
MARKETING	10	77%	10	77%
PUBLICIDAD	2	15%	2	15%
RELACIONES PÚBLICAS	1	8%	1	8%
<b>Total general</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

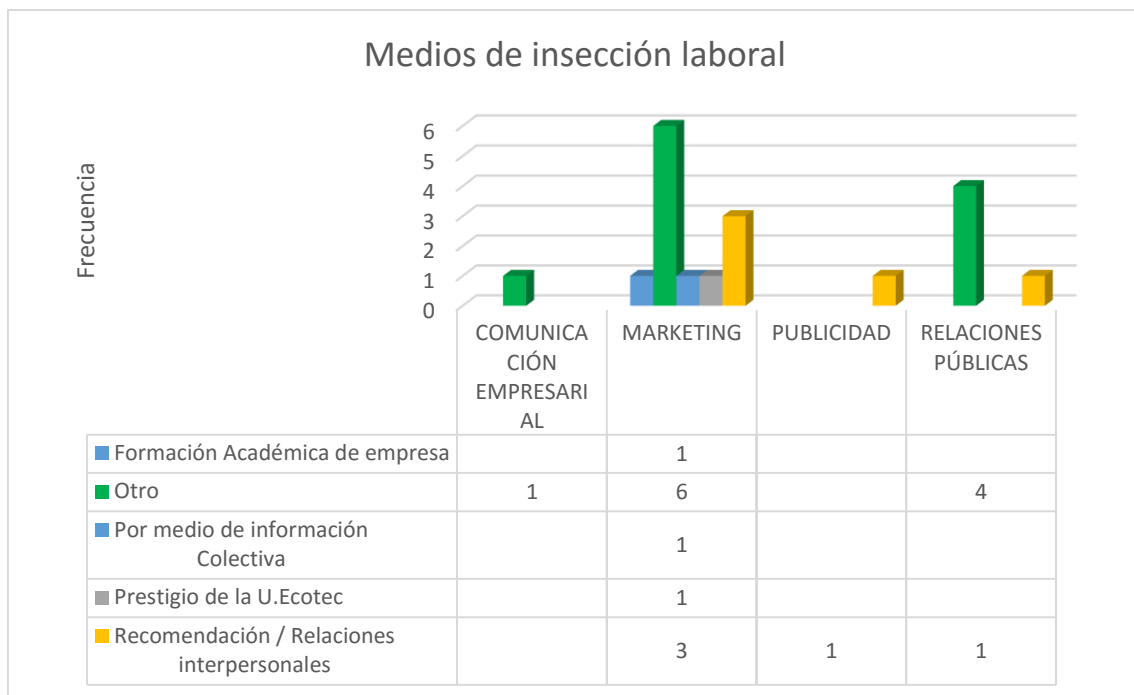


**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 100% de los graduados que trabajan en su área de especialidad, trabaja en su profesión , en una empresa o institución pública, privada, propia.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 11: “Medios de Inserción laboral”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Criterio	MARKETING		PUBLICIDAD		COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		RELACIONES PÚBLICAS		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
Formación Académica de empresa	1	5%		0%		0%		0%	1	5%
Por medio de información	1	5%		0%		0%		0%	1	5%
Prestigio de la U.Ecotec	1	5%		0%		0%		0%	1	5%
Recomendación / Relaciones interpersonales	3	16%	1	5%		0%	1	5%	5	26%
Otro	6	32%		0%	1	5%	4	21%	11	58%
<b>Total general</b>	<b>12</b>	<b>63%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>5</b>	<b>26%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

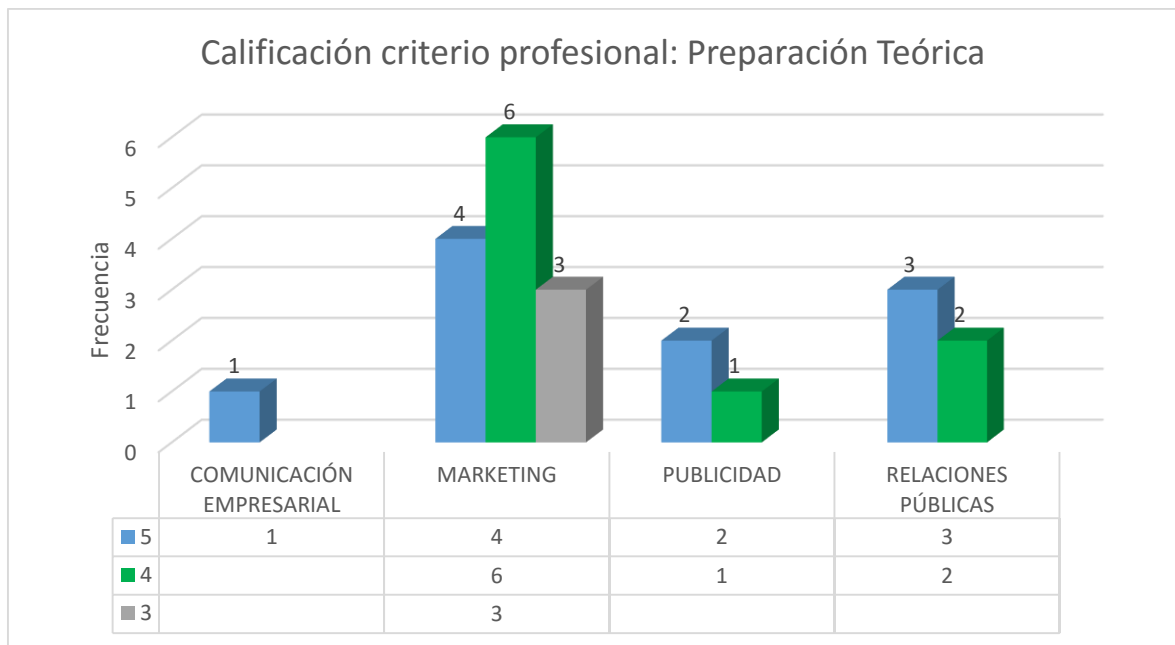
El 26% de graduados logra insertarse laboralmente mediante relaciones interpersonales, de otra forma el 58% de los graduados lo hicieron mediante otros aspectos, un 15% atribuye al hecho de su formación académica, por medio de información colectiva y prestigio de la Universidad ECOTEC.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 12: “Criterios de selección profesional: Preparación teórica”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								
Carreras	Criterio	5	4	3			Total Frecuencia	Total Promedio	
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	4	18%	6	27%	3	14%	13	59%	
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%		0%	3	14%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1	5%		0%		0%	1	5%	
RELACIONES PÚBLICAS	3	14%	2	9%		0%	5	23%	
<b>Total general</b>	<b>10</b>	<b>45%</b>	<b>9</b>	<b>41%</b>	<b>3</b>	<b>14%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

El 86% de los graduados establece que la empresa toma a consideración la preparación teórica en los procesos de selección.

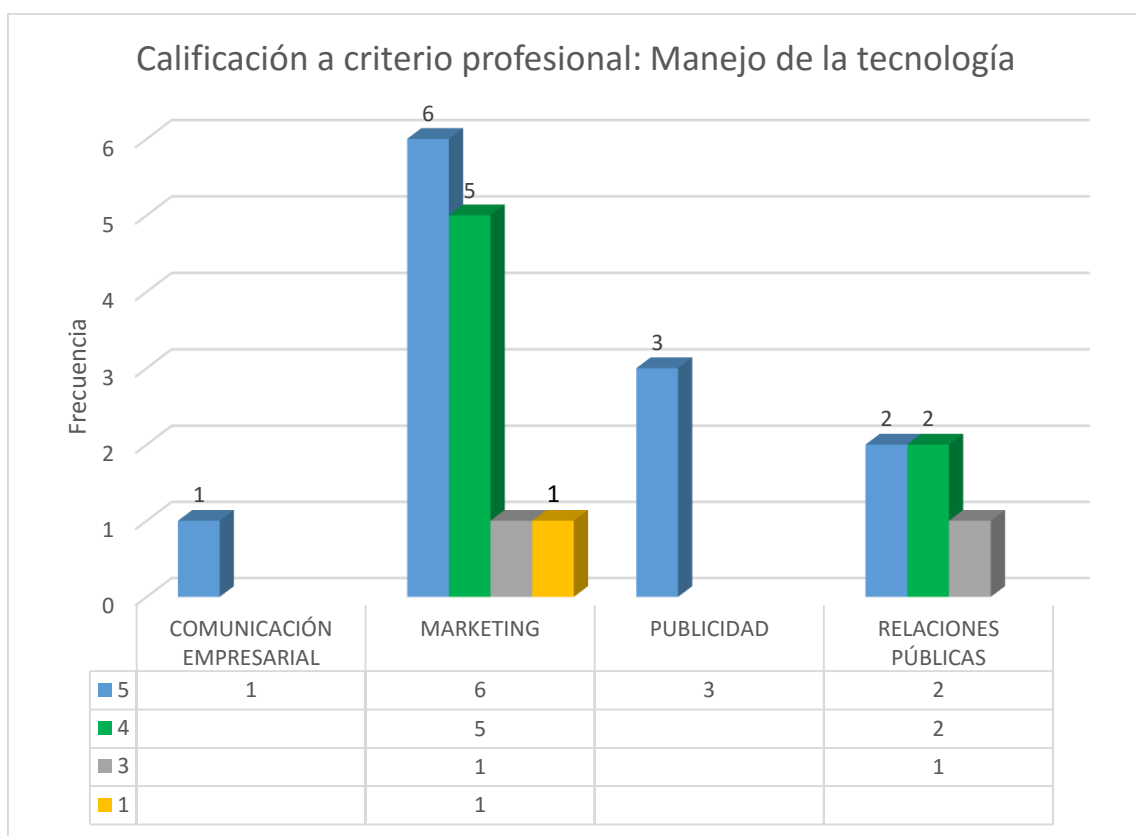


**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 13: “Criterios de selección profesional: manejo de la tecnología”**

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Carreras	Criterio	5	4	3	2	1			Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	6	27%	5	23%	1	5%	1	5%	13	59%
PUBLICIDAD	3	14%		0%		0%		0%	3	14%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1	5%		0%		0%		0%	1	5%
RELACIONES PÚBLICAS	2	9%	2	9%	1	5%		0%	5	23%
<b>Total general</b>	<b>12</b>	<b>55%</b>	<b>7</b>	<b>32%</b>	<b>2</b>	<b>9%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 87% de los graduados establece que el manejo de la tecnología es un criterio que las empresas aplican en el momento de la selección profesional.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 14: “Criterios de selección profesional: Creatividad e iniciativa”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Criterio	5		4		3		2		Total Frecuencia	Total Promedio
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	7	32%	5	23%	1	5%	0	0%	13	59%
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%		0%		0%	3	14%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	5%		0%	1	5%
RELACIONES PÚBLICAS	3	14%	1	5%		0%	1	5%	5	23%
<b>Total general</b>	<b>12</b>	<b>55%</b>	<b>7</b>	<b>32%</b>	<b>2</b>	<b>9%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 87% de los encuestados califican alto el criterio de la creatividad e iniciativa por parte de las empresas al momento de selección laboral.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 15: “Criterios de selección profesional: Estabilidad emocional”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										
Carreras	Criterio	5		4		3		2		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	5	23%	7	32%	1	5%		0%	13	59%	
PUBLICIDAD	2	9%		0%	1	5%		0%	3	14%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	5%		0%		0%	1	5%	
RELACIONES PÚBLICAS	3	14%	1	5%		0%	1	5%	5	23%	
<b>Total general</b>	<b>10</b>	<b>45%</b>	<b>9</b>	<b>41%</b>	<b>2</b>	<b>9%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 86% de los encuestados califican alto el criterio de estabilidad emocional por parte de las empresas al momento de selección laboral.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 16: “Criterios de selección profesional: Experiencia profesional”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Criterio	5		4		3		1		Total Frecuencia	Total Promedio
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	6	27%	6	27%	1	5%	0%		13	59%
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%		0%			3	14%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1	5%		0%		0%			1	5%
RELACIONES PÚBLICAS	2	9%	2	9%		0%	1	5%	5	23%
<b>Total general</b>	<b>11</b>	<b>50%</b>	<b>9</b>	<b>41%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>



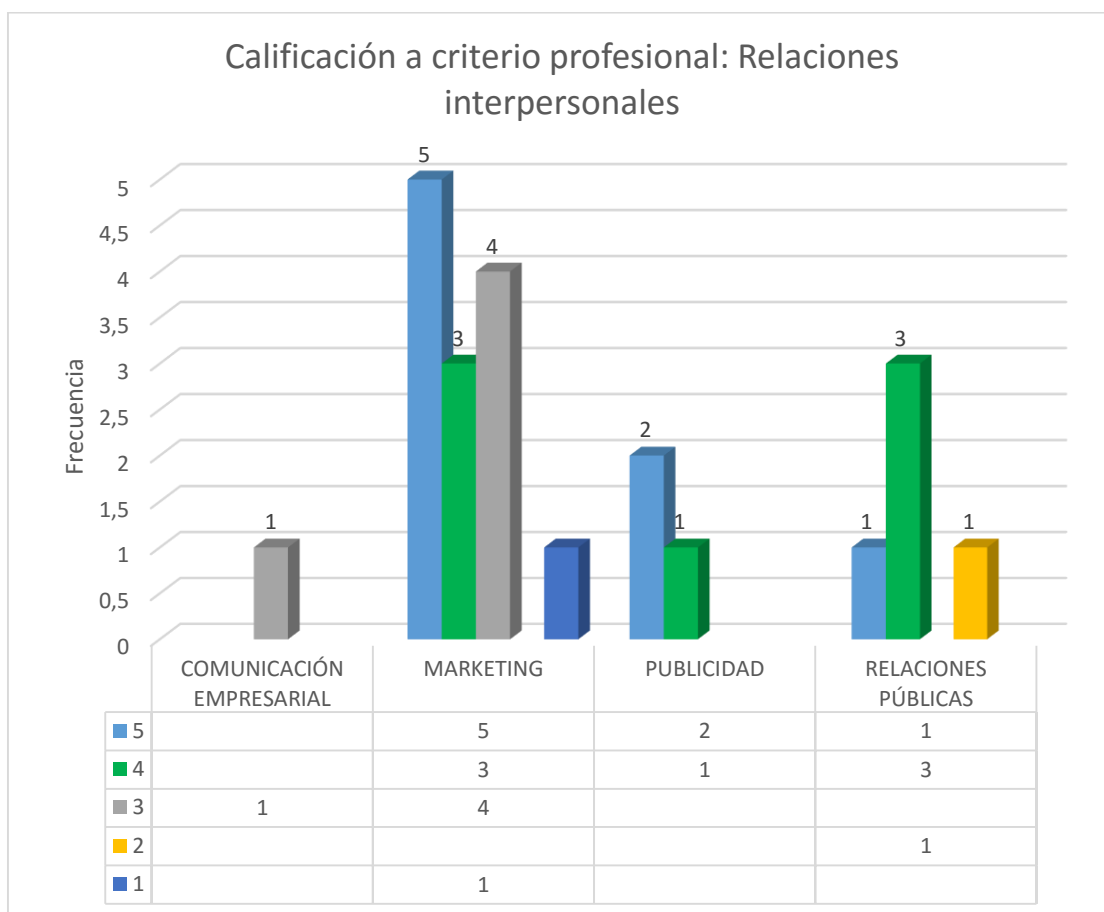
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 91% de los encuestados califican alto el criterio de experiencia profesional por parte de las empresas al momento de la selección laboral.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 17: “Criterios de selección profesional: Titulación”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN											
Carreras	Criterio 5		Criterio 4		Criterio 3		Criterio 2		Criterio 1		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	5	23%	3	14%	4	18%		0%	1	5%	13	59%
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%		0%		0%		0%	3	14%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	5%		0%		0%	1	5%
RELACIONES PÚBLICAS	1	5%	3	14%		0%	1	5%		0%	5	23%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>36%</b>	<b>7</b>	<b>32%</b>	<b>5</b>	<b>23%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 68% de los encuestados califican alto el criterio de titulación por parte de las empresas al momento de la selección laboral.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 18: “Criterios de selección profesional: Relaciones**  
**interpersonales”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Carreras	5		4		3		2		1		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	5	23%	3	14%	4	18%	0	0%	1	5%	13	59%
PUBLICIDAD	2	9%	1	5%		0%		0%		0%	3	14%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	5%		0%		0%	1	5%
RELACIONES PÚBLICAS	1	5%	3	14%		0%	1	5%		0%	5	23%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>36%</b>	<b>7</b>	<b>32%</b>	<b>5</b>	<b>23%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 68% de los encuestados califican alto el criterio de relaciones interpersonales por parte de las empresas al momento de la selección laboral.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 19: “Criterios de selección profesional: Universidad de la que proviene”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						
Carreras	Criterio	5		4		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	9	32%	9	32%	18	64%	
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%	1	4%	
RELACIONES PÚBLICAS	2	7%	4	14%	6	21%	
<b>Total general</b>	<b>12</b>	<b>43%</b>	<b>16</b>	<b>57%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



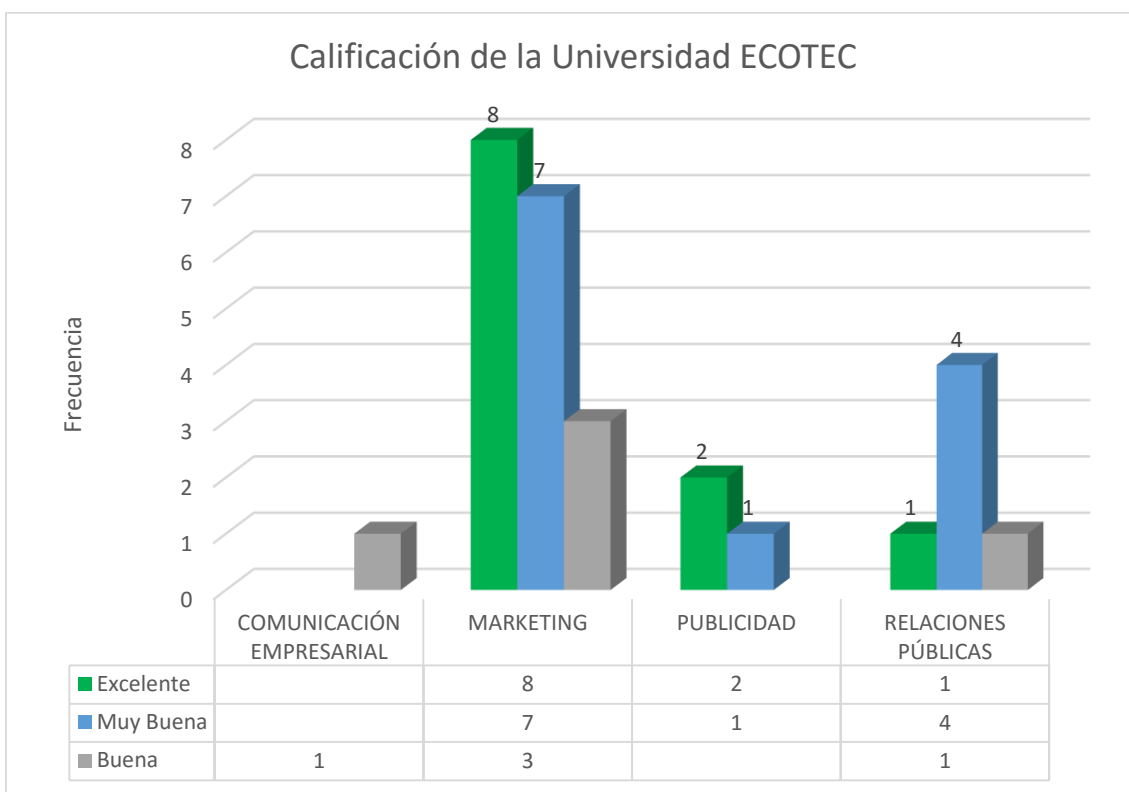
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

La suma de la frecuencia 5 y 4 nos da un 100% de encuestados que representan los parámetros de máxima calificación de los encuestados que establecen que las empresas consideran la universidad procedencia en el momento de selección.

### 3. FORMACIÓN ACADÉMICA

Facultad de Marketing y Comunicación  
**Tabla y Grafico No. 20: “Calificación a la formación profesional recibida”**  
 Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								
Carreras	Criterio	Muy Buena		Buena		Total Frecuencia	Total Promedio		
	Excelente	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio				
MARKETING	Excelente	8	29%	7	25%	3	11%	18	64%
PUBLICIDAD	Excelente	2	7%	1	4%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	Excelente		0%		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	Excelente	1	4%	4	14%	1	4%	6	21%
<b>Total general</b>		<b>11</b>	<b>39%</b>	<b>12</b>	<b>43%</b>	<b>5</b>	<b>18%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

Del 100% de los encuestados el 39% califico de excelente la formación profesional recibida por la Universidad ECOTEC.

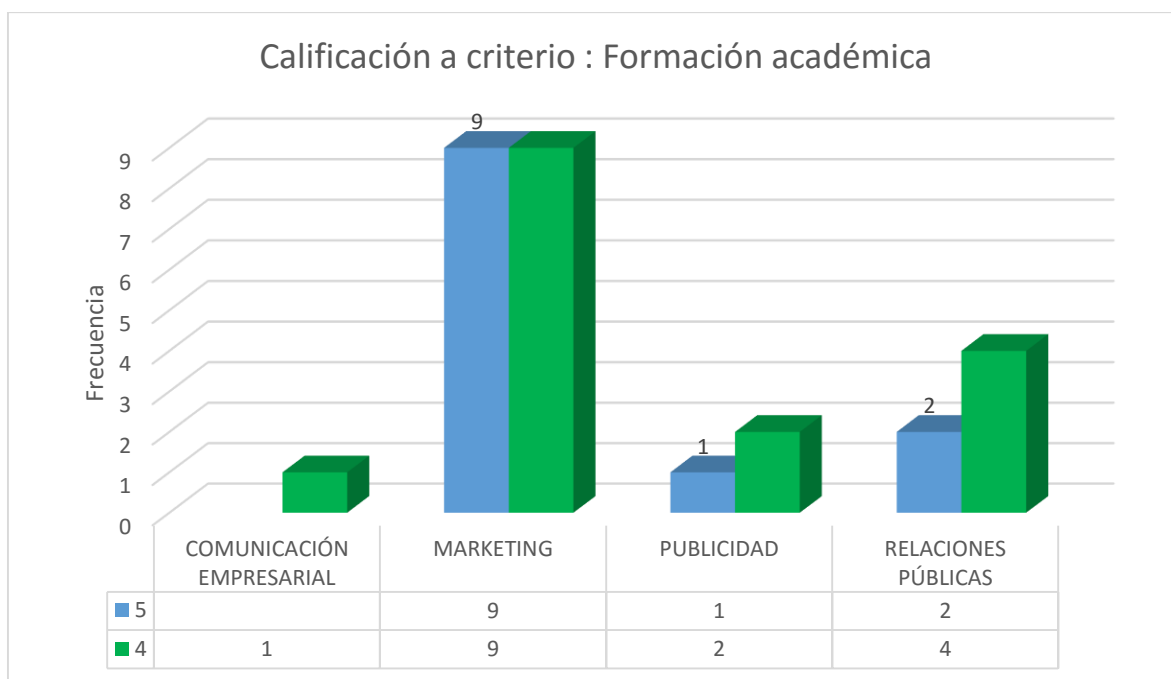


**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 21: “Calificación a los criterios de estudios:**  
**Formación académica”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN					
Carreras	5		4		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	9	32%	9	32%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	2	7%	4	14%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>12</b>	<b>43%</b>	<b>16</b>	<b>57%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

Del 100% de los encuestados el 43 % califico de excelente la formación académica recibida por la Universidad ECOTEC.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 22: “Calificación a los criterios de estudios: hábitos de estudios”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3					
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	9	32%	8	29%	1	4%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	1	4%	1	4%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	2	7%	3	11%	1	4%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>12</b>	<b>43%</b>	<b>12</b>	<b>43%</b>	<b>4</b>	<b>14%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

Del 100% de los encuestados que comprenden la frecuencia 5, 4 y 3 establecieron de forma positiva los hábitos de estudio adquiridos en la Universidad ECOTEC.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 23: “Calificación a los criterios de estudios:**  
**Formación en investigación”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										
Carreras	Criterio	5		4		3		2		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	7	25%	9	32%	1	4%	1	4%	18	64%	
PUBLICIDAD	1	4%		0%	2	7%		0%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%		0%	1	4%	1	4%	
RELACIONES PÚBLICAS	4	14%	1	4%	1	4%		0%	6	21%	
<b>Total general</b>	<b>12</b>	<b>43%</b>	<b>10</b>	<b>36%</b>	<b>4</b>	<b>14%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

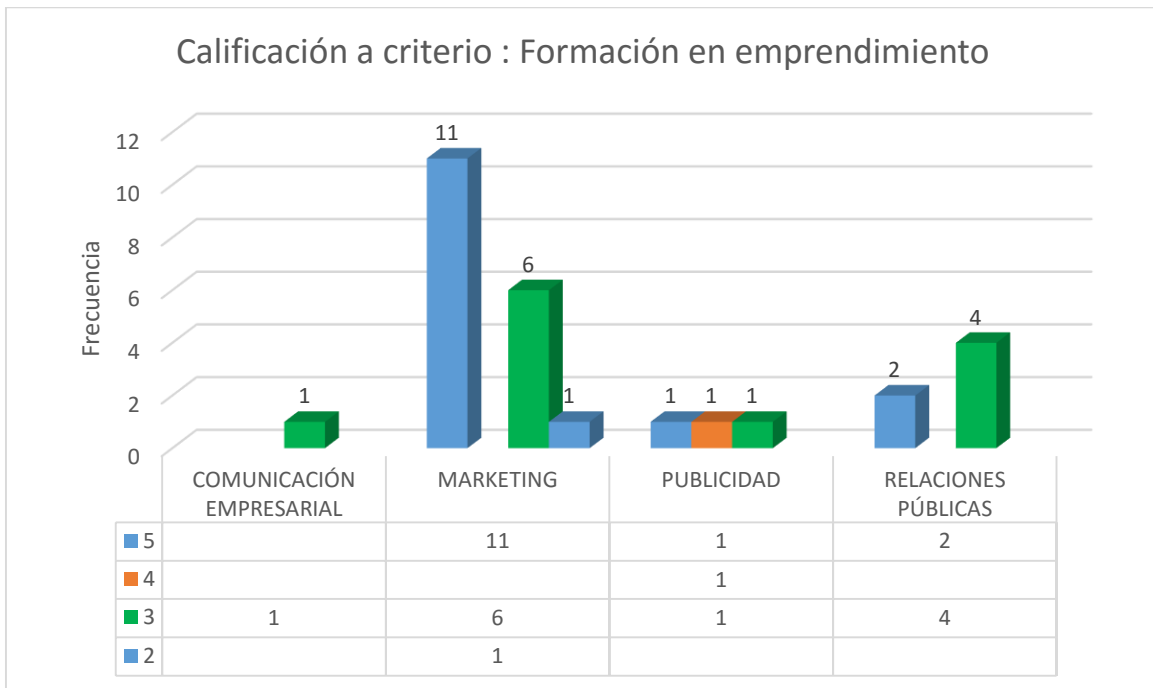
La suma del total de encuestados que establecieron la frecuencia 5, 4 y 3 lo cual se enmarca de manera positiva, es del 93% en relación a la formación en investigación en la Universidad ECOTEC.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 24 “Calificación a los criterios de estudios: Formación en emprendimiento”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Carreras	Criterio 5		4		3		2		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	11	39%		0%	6	21%	1	4%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	1	4%	1	4%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	2	7%		0%	4	14%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>14</b>	<b>50%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>12</b>	<b>43%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

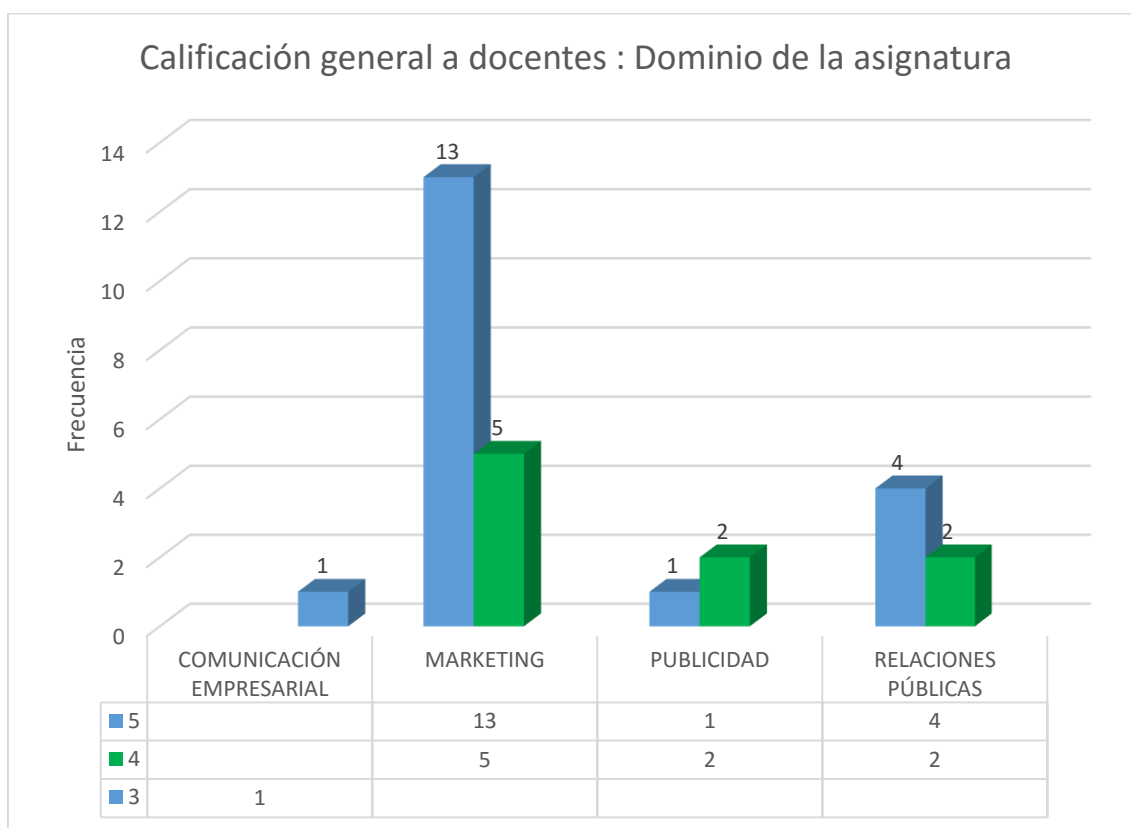
**Elaborado por: USG**

A manera general de carreras el 50% de los encuestados califico como excelente la formación en emprendimiento, un 43% la considera buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 25: “Calificación docente: Dominio de la asignatura”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3					
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	13	46%	5	18%		0%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	4	14%	2	7%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>18</b>	<b>64%</b>	<b>9</b>	<b>32%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

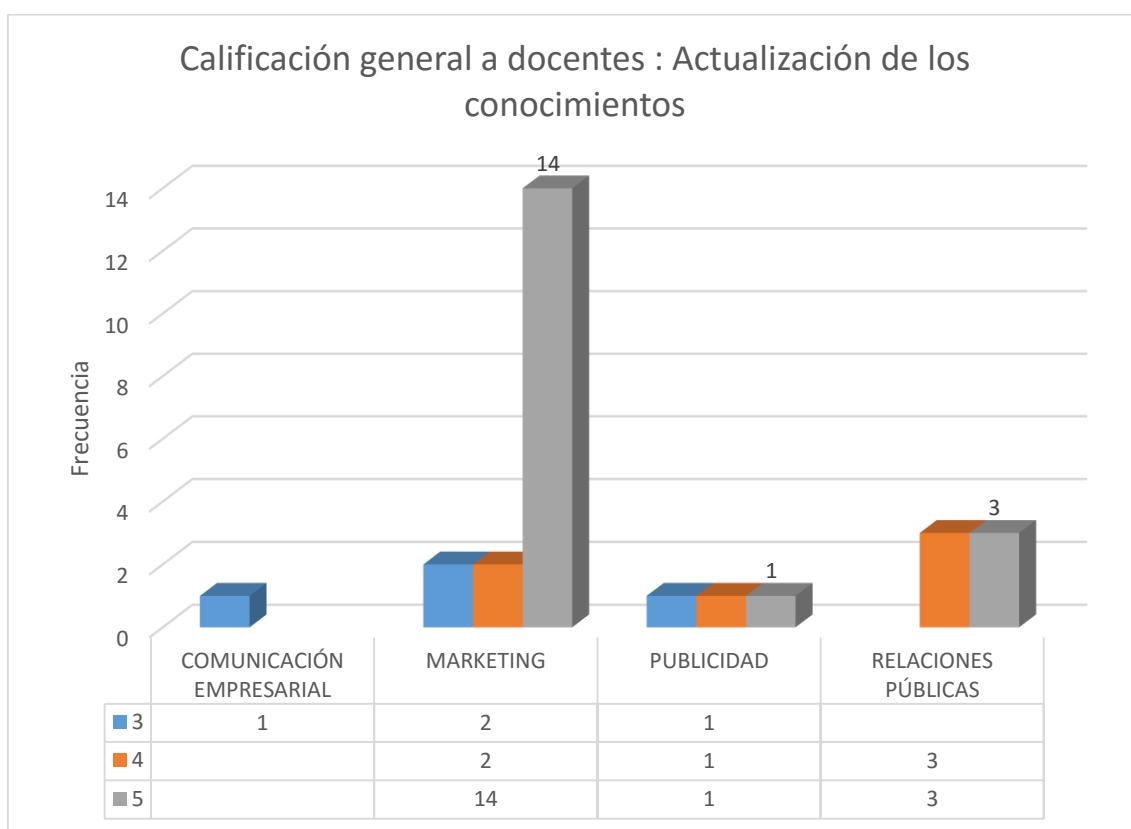
El 64% de los encuestados califico de excelente el dominio de la asignatura por parte de los docentes, el 32% de muy buena y el 4% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 26: “Calificación docente: Actualización de conocimientos”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5		4		3			
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	14	50%	2	7%	2	7%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	1	4%	1	4%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	3	11%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>18</b>	<b>64%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>4</b>	<b>14%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

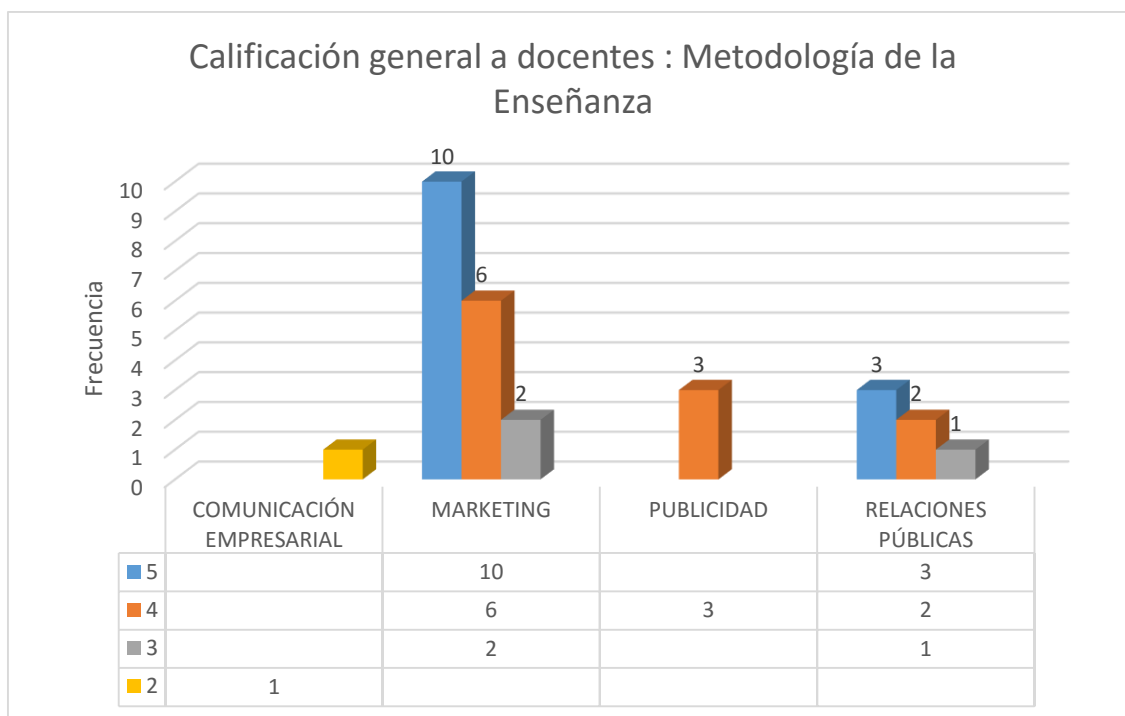
El 64% de los encuestados califico de excelente la actualización de conocimientos por parte de los docentes, el 21% de muy buena y el 3% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 27: “Calificación docente: Metodología de la enseñanza”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Criterio	5		4		3		2		Total Frecuencia	Total Promedio
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	10	36%	6	21%	2	7%		0%	18	64%
PUBLICIDAD		0%	3	11%		0%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	2	7%	1	4%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>13</b>	<b>46%</b>	<b>11</b>	<b>39%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



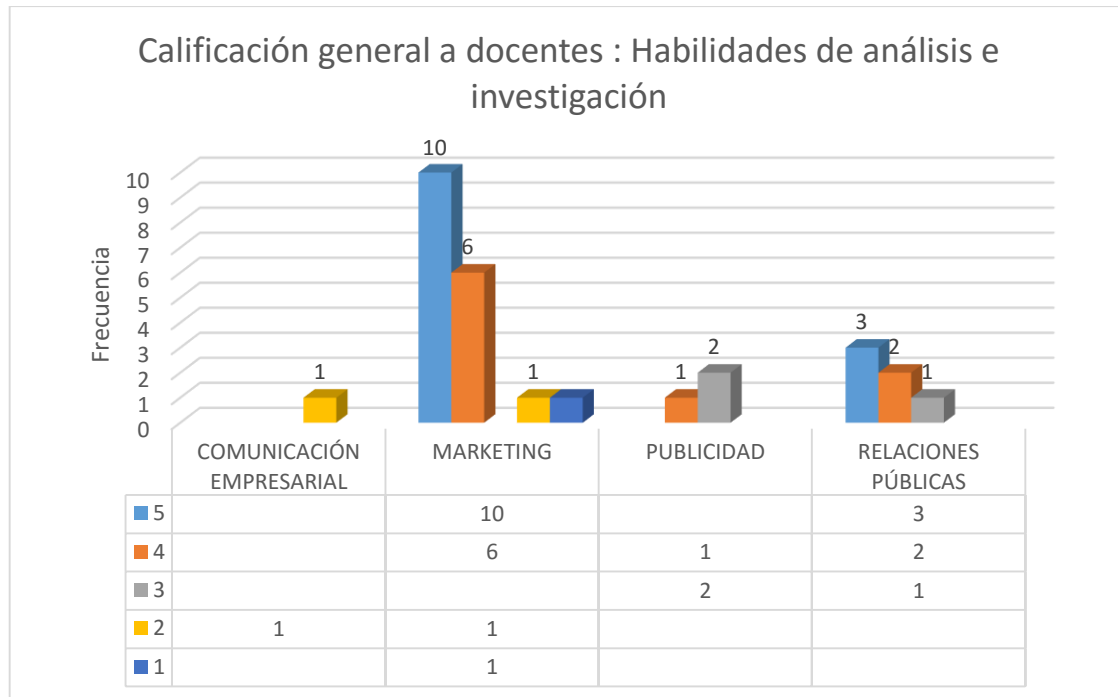
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 46% de los encuestados califico de excelente la metodología de la enseñanza por parte de los docentes, el 39 % de muy buena, el 11% de buena y un 4% de regular.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 28: “Calificación docente: Fomento de las habilidades de análisis e investigación”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3	2	1							
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	10	36%	6	21%	0%	0%	1	4%	1	4%	18	64%
PUBLICIDAD		0%	1	4%	2	7%		0%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	2	7%	1	4%		0%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>13</b>	<b>46%</b>	<b>9</b>	<b>32%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

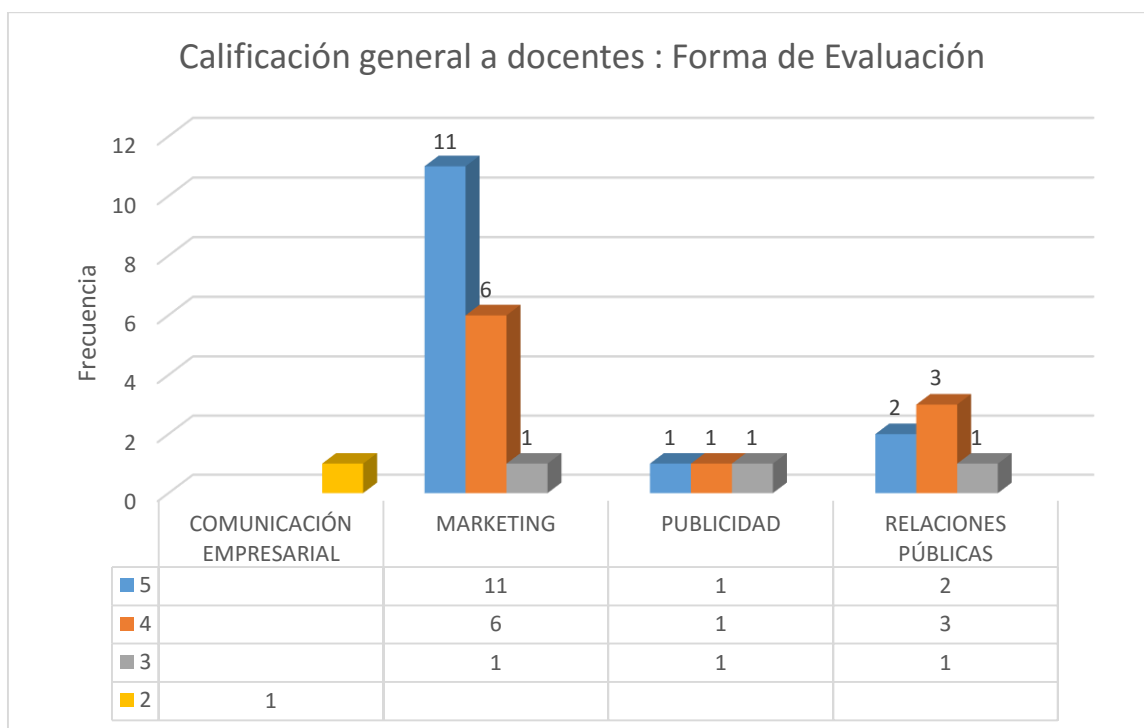
El 46% de los encuestados califico de excelente el fomento de las habilidades de análisis e investigación por parte de los docentes, el 32% de muy buena, el 11% de buena, el 7% de regular y el 4% de mala.



**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 29: “Calificación docente: Forma de evaluación”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3	2						
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	11	39%	6	21%	1	4%		0%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	1	4%	1	4%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	2	7%	3	11%	1	4%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>14</b>	<b>50%</b>	<b>10</b>	<b>36%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

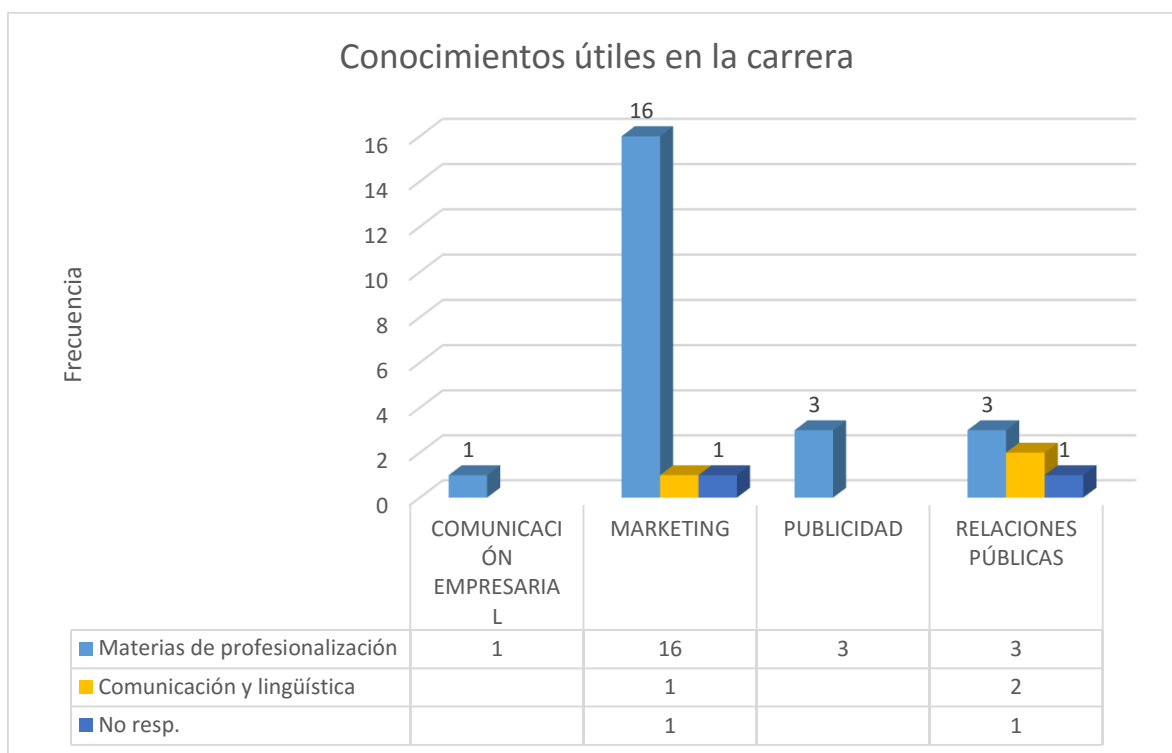


**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 50% de los encuestados califico de excelente la forma de evaluación por parte de los docentes, el 36% de muy buena, el 11% de buena y el 4% de regular.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 30: “Percepción de conocimientos útiles de la carrera”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										
Criterio	MARKETING	PUBLICIDAD	COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	RELACIONES PÚBLICAS	Total Frecuencia	Total Promedio					
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
Materias de profesionalización	16	57%	3	11%	1	4%	3	11%	23	82%	
Comunicación y lingüística	1	4%		0%		0%	2	7%	3	11%	
No respondió	1	4%		0%		0%	1	4%	2	7%	
<b>Total general</b>	<b>18</b>	<b>64%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



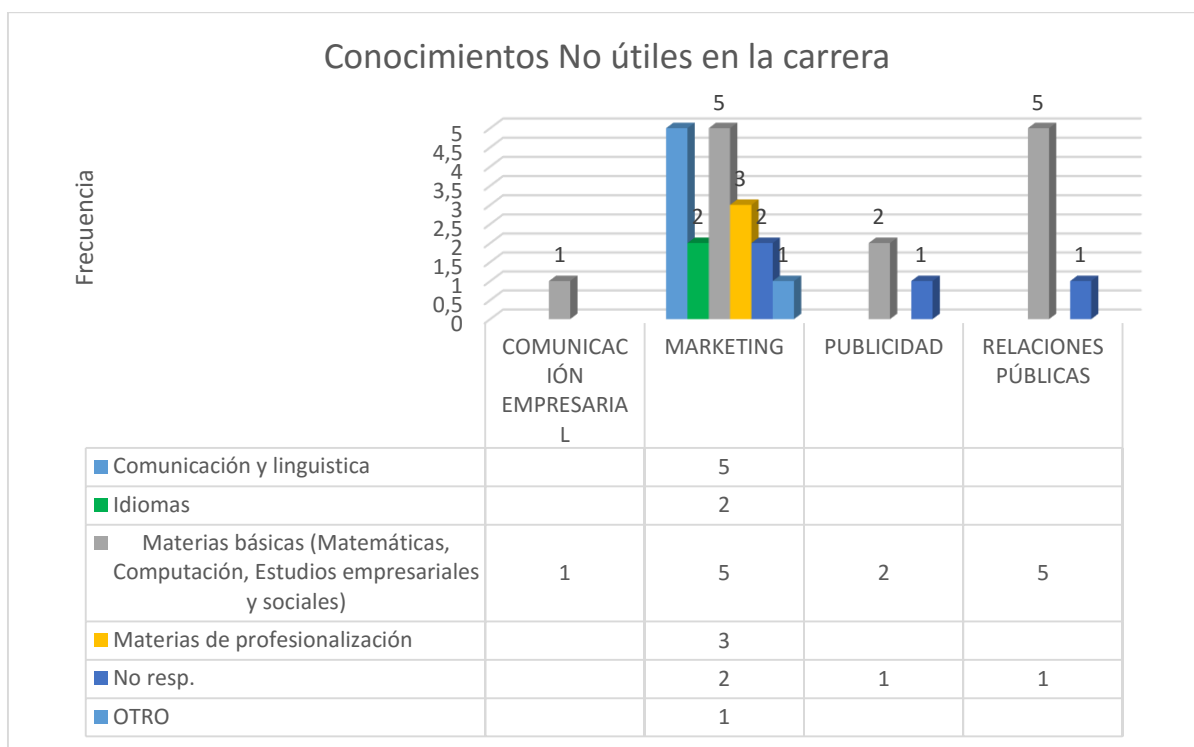
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 84% de los encuestados percibe como conocimientos útiles de la carrera las materias de profesionalización, el 11% las materias de comunicación y lingüística, el 7% restante no respondió.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 31: “Percepción de los conocimientos menos útiles de la carrera”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN									
Carreras	MARKETING		PUBLICIDAD		COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		RELACIONES PÚBLICAS		Total	Total
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio
Comunicación y lingüística	5	18%		0%		0%		0%	5	18%
Idiomas	2	7%		0%		0%		0%	2	7%
Materias básicas (Matemáticas, Computación, Estudios empresariales y sociales)	5	18%	2	7%	1	4%	5	18%	13	46%
Materias de profesionalización	3	11%		0%		0%		0%	3	11%
OTRO	1	4%		0%		0%		0%	1	4%
No respondió	2	7%	1	4%		0%	1	4%	4	14%
<b>Total general</b>	<b>18</b>	<b>64%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

El 46% de los encuestados percibe como conocimientos menos útiles de la carrera las materias básicas, el 18% las materias de comunicación y lingüística, el 11% materias de profesionalización, el 7% idiomas, el 4% otros y un 14% no respondió.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 32: “Calificación a los recursos de la carrera: Talento humano”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3					
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	11	39%	6	21%	1	4%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	2	7%	1	4%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>15</b>	<b>54%</b>	<b>11</b>	<b>39%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

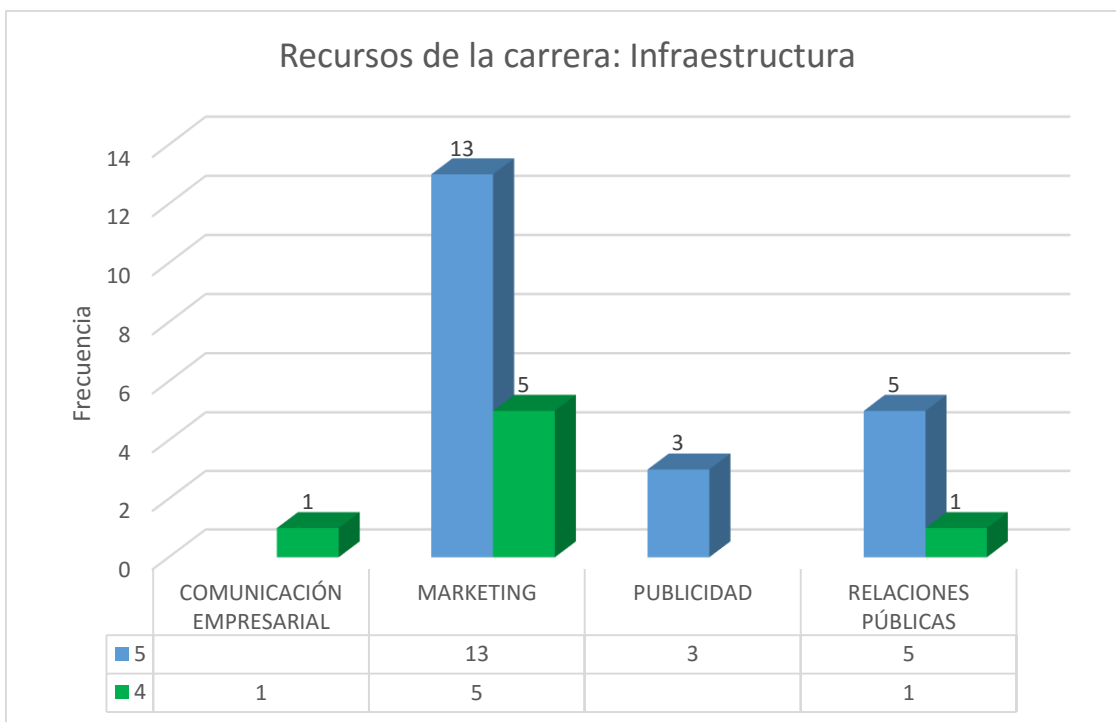
El 54% de los encuestados califico de excelente los recursos de las carreras en cuanto a talento humano se refiere, el 39% califico como muy buena y el 7% como buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 33: “Calificación a los recursos de la carrera:**  
**Infraestructura”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN					
Criterio	5		4		Total Frecuencia	Total Promedio
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	13	46%	5	18%	18	64%
PUBLICIDAD	3	11%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	5	18%	1	4%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>21</b>	<b>75%</b>	<b>7</b>	<b>25%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

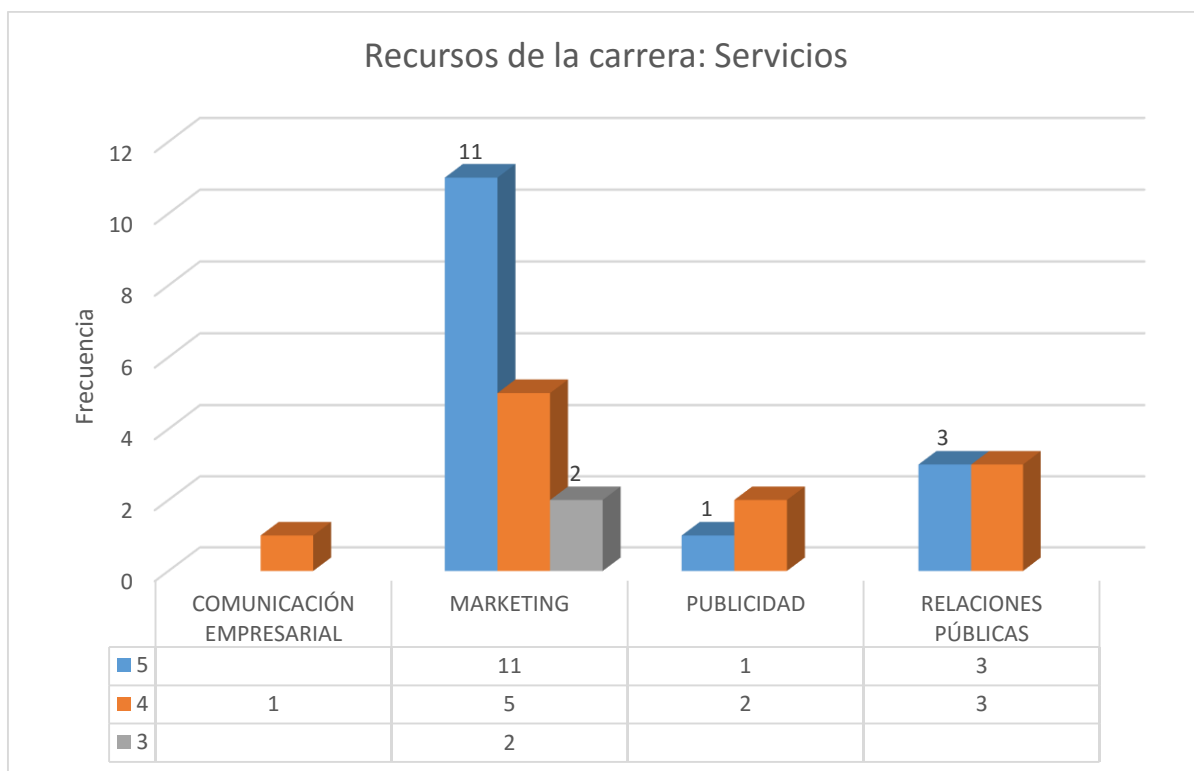
El 75% de los encuestados califico de excelente la infraestructura y el 25% restante de muy buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 34: “Calificación a los recursos de la carrera:**  
**Servicios”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3	2	1	0		
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	11	39%	5	18%	2	7%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	3	11%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>15</b>	<b>54%</b>	<b>11</b>	<b>39%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

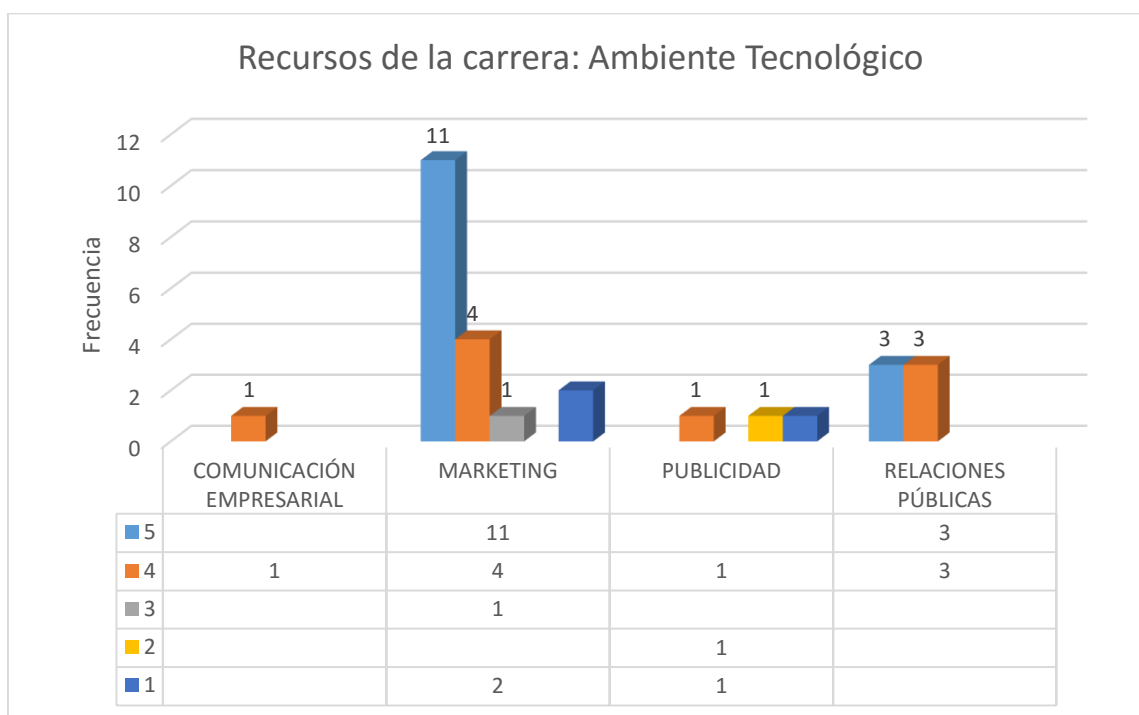
El 54% de los encuestados califico de excelente la infraestructura, el 39% de muy buena y el 7% restante de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 35: “Calificación a los recursos de la carrera:**  
**Ambiente Tecnológico”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Carreras	5		4		3		2		1		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	11	39%	4	14%	1	4%	0	0%	2	7%	18	64%
PUBLICIDAD		0%	1	4%		0%	1	4%	1	4%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%		0%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	3	11%		0%		0%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>14</b>	<b>50%</b>	<b>9</b>	<b>32%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 50% calificó de excelente el recurso de ambiente tecnológico, el 32% de muy buena, el 4% de buena, de regular y malo suman el 15%.

#### 4. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS REQUERIDAS EN EL AMBITO PROFESIONAL VS LAS COMPETENCIAS ADQUIRIDAS

##### Facultad de Marketing y Comunicación Tabla y Grafico No. 36: “Áreas con mayores dificultades: Trabajo en equipo”

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3	2	1							
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	1	4%	4	14%		0%	2	7%	11	39%	18	64%
PUBLICIDAD		0%		0%		0%		0%	3	11%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%		0%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	2	7%	2	7%		0%	1	4%	1	4%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>15</b>	<b>54%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



Fuente: USG

Elaborado por: USG

De los encuestados el 11% calificó de alta dificultad el trabajo en equipo, el 21% calificó con dificultad normal, el 4% con dificultad media, el 11% con dificultad baja y el 54% con ninguna dificultad.



**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 37: “Áreas con mayores dificultades: Comunicación escrita”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3	1						
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	1	4%	5	18%	2	7%	10	36%	18	64%
PUBLICIDAD		0%		0%		0%	3	11%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	1	4%		0%	2	7%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>4</b>	<b>14%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>15</b>	<b>54%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 14% presenta alta dificultad en la comunicación escrita en el trabajo, un 21% presenta normal dificultad, el 11% dificultad media y el 54% restante no presenta dificultad.

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

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3	2	1							
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	1	4%	4	14%		0%	1	4%	12	43%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%		0%		0%		0%	2	7%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%		0%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	1	4%		0%		0%	2	7%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>5</b>	<b>18%</b>	<b>5</b>	<b>18%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>16</b>	<b>57%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



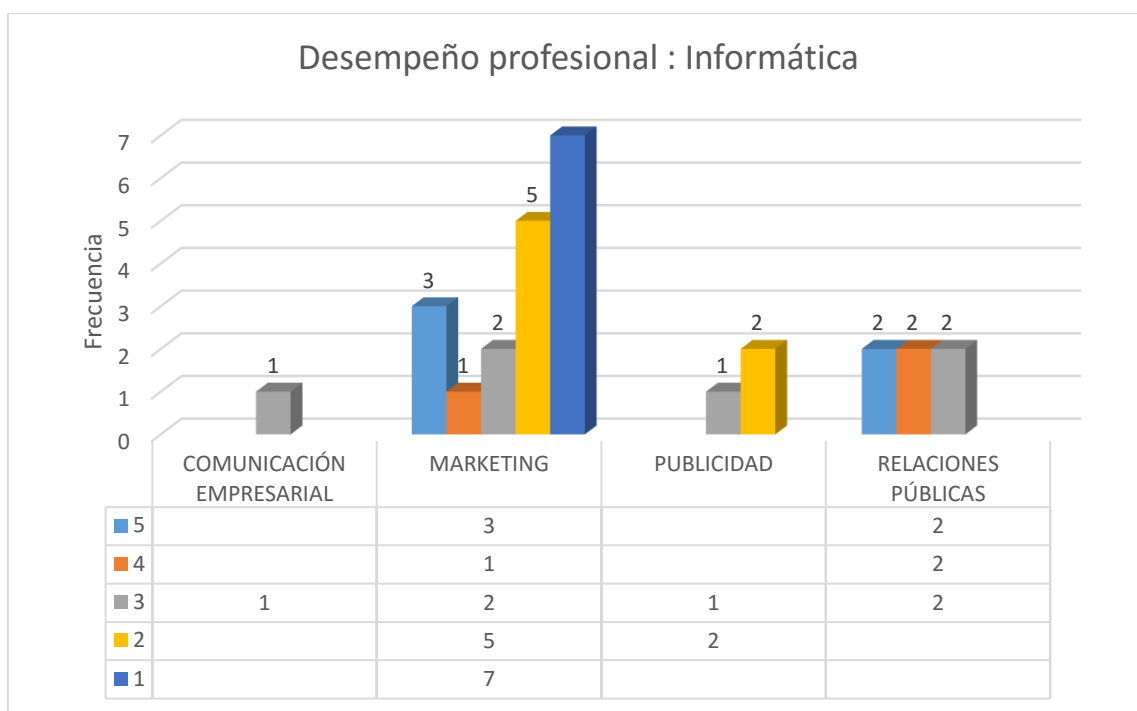
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 18% presenta alta dificultad en la comunicación oral en el trabajo, de igual forma un 18% presenta normal dificultad, el 4 % dificultad media y el 57% restante no presenta dificultad.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 39: “Áreas con mayores dificultades: Informática”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Carreras	5		4		3		2		1		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	3	11%	1	4%	2	7%	5	18%	7	25%	18	64%
PUBLICIDAD		0%		0%	1	4%	2	7%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%		0%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	2	7%	2	7%	2	7%		0%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>5</b>	<b>18%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>7</b>	<b>25%</b>	<b>7</b>	<b>25%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



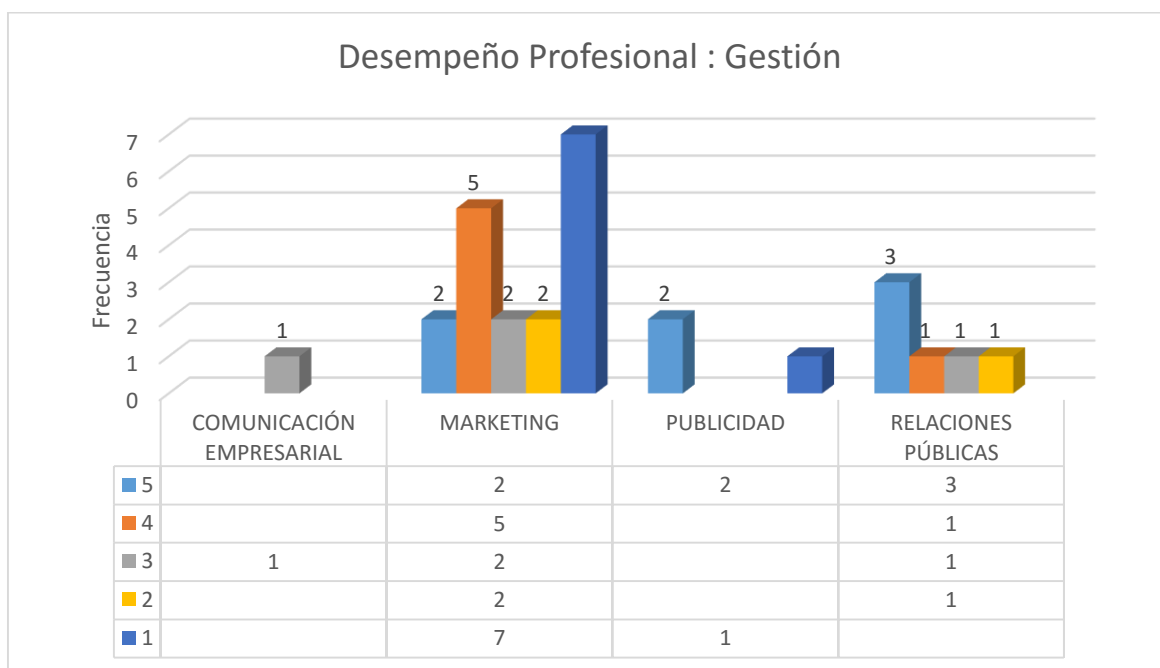
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 18% presenta alta dificultad aspectos informáticos en el trabajo, un 11% presenta normal dificultad, el 21% dificultad media, un 25% presenta baja dificultad y de igual manera el 25% restante no presenta dificultad.

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

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Carreras	5		4		3		2		1		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	2	7%	5	18%	2	7%	2	7%	7	25%	18	64%
PUBLICIDAD	2	7%		0%		0%		0%	1	4%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%		0%	1	4%		0%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	1	4%	1	4%	1	4%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>7</b>	<b>25%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>4</b>	<b>14%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>	<b>8</b>	<b>29%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 25% presenta alta dificultad en la gestión en el trabajo, un 21% presenta normal dificultad, el 14% dificultad media, el 11% presenta baja dificultad y el 29% restante no presenta dificultad.

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

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Carreras	Criterio										Total Frecuencia	Total Promedio
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1		
MARKETING	1	3	2	1	11	4%	11%	7%	4%	39%	18	64%
PUBLICIDAD		1		1		0%	4%	4%	1	4%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL			1			0%	4%			0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	1		2		11%	4%	7%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>14%</b>	<b>18%</b>	<b>11%</b>	<b>14%</b>	<b>43%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 14% presenta alta dificultad en la gestión en el trabajo, un 18% presenta normal dificultad, el 11% dificultad media, el 14% presenta baja dificultad y el 43% restante no presenta dificultad.

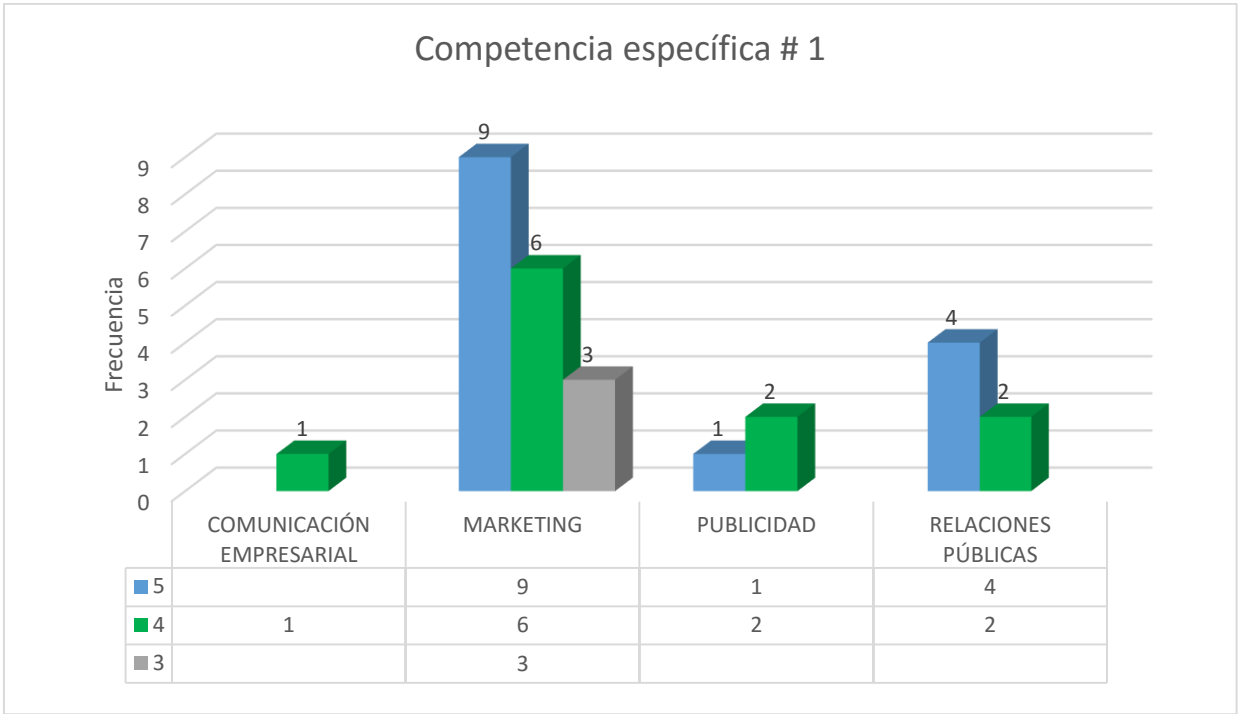
**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 42: “Evaluación de la competencia específica N°.1”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

**Competencia Específica N°. 1**

<b>Competencias</b>
<b>Comunicación empresarial</b>
Establece diagnósticos, diseña estrategias correctas y ejecuta las acciones convenientes con una visión global, potenciando sus habilidades comunicativas.
<b>Marketing</b>
Analiza las condiciones del mercado, mediante técnicas de investigación pertinentes y explora escenarios posibles del marketing.
<b>Publicidad</b>
Planea y realiza proyectos para medios interactivos por medio de la observación, análisis, interpretación y evaluación de la información publicitaria y propagandas.
<b>Relaciones Públicas</b>
Planifica, implementa y evalúa acciones para optimizar las relaciones de organizaciones públicas y privadas con sus diferentes públicos.
<b>Total general</b>

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								
	Criterio	5	4	3				Total Frecuencia	Total Promedio
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	9	32%	6	21%	3	11%		18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%		0%		3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%		1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	4	14%	2	7%		0%		6	21%
<b>Total general</b>	<b>14</b>	<b>50%</b>	<b>11</b>	<b>39%</b>	<b>3</b>	<b>11%</b>		<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 50% califico de excelente el haber adquirido la competencia específica 1, el 39% de muy buena y el 11% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 43: “Evaluación de la competencia específica N°.2”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

**Competencia Específica N°. 2**

<b>Competencias</b>
<b>Comunicación empresarial</b> Gestiona la imagen corporativa de la empresa o marca que representa en comunidades virtuales y redes sociales.
<b>Marketing</b> Diseña las estrategias de productos, precios, promoción y plaza.
<b>Publicidad</b> 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.
<b>Relaciones Públicas</b> Organiza eventos especiales y acciones comunitarias que potencien positivamente la imagen de la organización que representa.

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								
	Criterio	5	4	3			Total Frecuencia	Total Promedio	
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	12	43%	4	14%	2	7%	18	64%	
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	3	11%		0%	6	21%	
PUBLICIDAD	2	7%	1	4%		0%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%	
<b>Total general</b>	<b>17</b>	<b>61%</b>	<b>9</b>	<b>32%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	





**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 61% califico de excelente el haber adquirido la competencia específica 2, el 32% de muy buena y el 7% de buena.

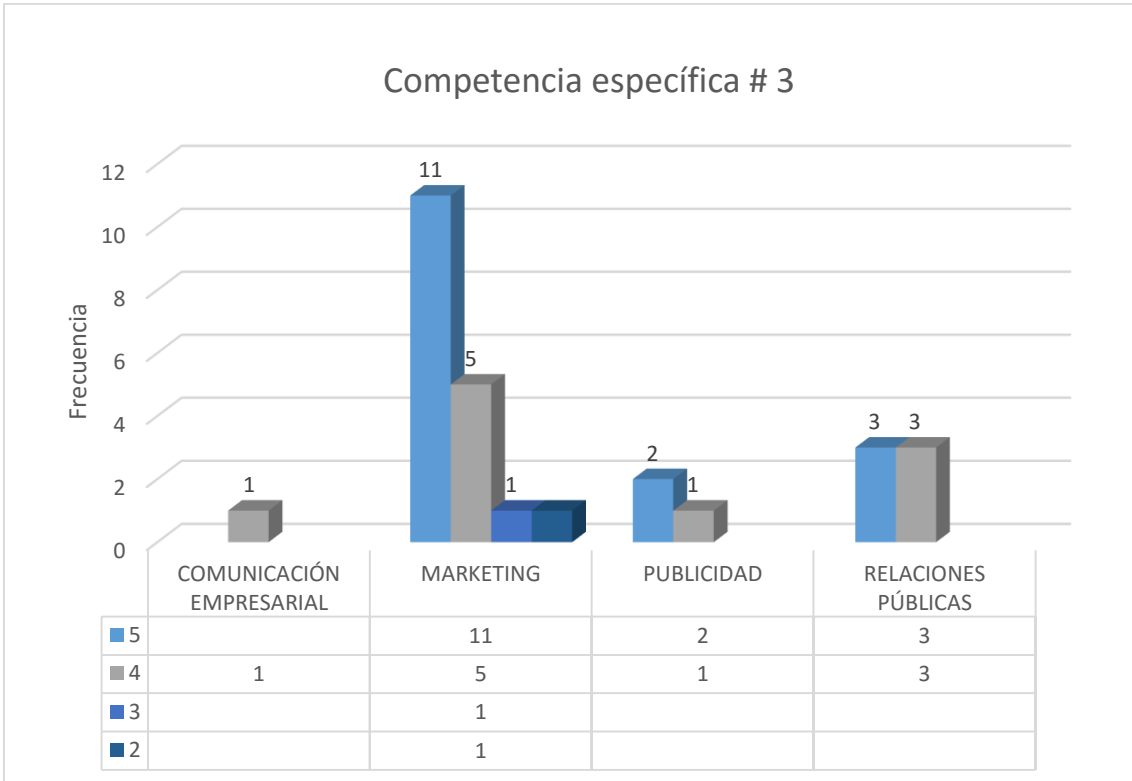
**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 44: “Evaluación de la competencia específica N°.3”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**  
**Competencia Específica N°. 3**

**Competencia Específica N°. 3**

<b>Competencias</b>
<b>Comunicación empresarial</b> Profesional capacitado y competente capaz de diseñar productos comunicativos, analizar y evaluar las necesidades de comunicación de una organización.
<b>Marketing</b> Maneja asertivo el marketing en la planificación de medios y campañas publicitarias.
<b>Publicidad</b> Toma decisiones acerca del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada
<b>Relaciones Públicas</b> Desempeña con eficacia en situaciones de crisis concretas, vinculadas al campo global de la gestión institucional e imagen pública de las organizaciones.
<b>Total general</b>

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN										
	Criterio	5	4	3	2				Total Frecuencia	Total Promedio	
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	11	39%	5	18%	1	4%	1	4%	18	64%	
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	3	11%		0%		0%	6	21%	
PUBLICIDAD	2	7%	1	4%		0%		0%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%		0%	1	4%	
<b>Total general</b>	<b>16</b>	<b>57%</b>	<b>10</b>	<b>36%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 57% califico de excelente el haber adquirido la competencia específica 3, el 36% de muy buena, el 4% de buena y el 4% de regular.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 45: “Competencia general N°.1: Comunicación oral y/o Escrita”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN								
	Criterio							Total Frecuencia	Total Promedio
Carreras	5	4	3						
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	9	32%	5	18%	4	14%		18	64%
PUBLICIDAD	3	11%		0%		0%		3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%		1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	4	14%	2	7%		0%		6	21%
<b>Total general</b>	<b>16</b>	<b>57%</b>	<b>8</b>	<b>29%</b>	<b>4</b>	<b>14%</b>		<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 57% califico de excelente el haber adquirido la competencia general 1, el 29% de muy buena y el 14% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 46: “Competencia general N°.2: Capacidad analítica lógica”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3					
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	11	39%	5	18%	2	7%	18	64%
PUBLICIDAD	1	4%	2	7%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	3	11%	3	11%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>15</b>	<b>54%</b>	<b>11</b>	<b>39%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



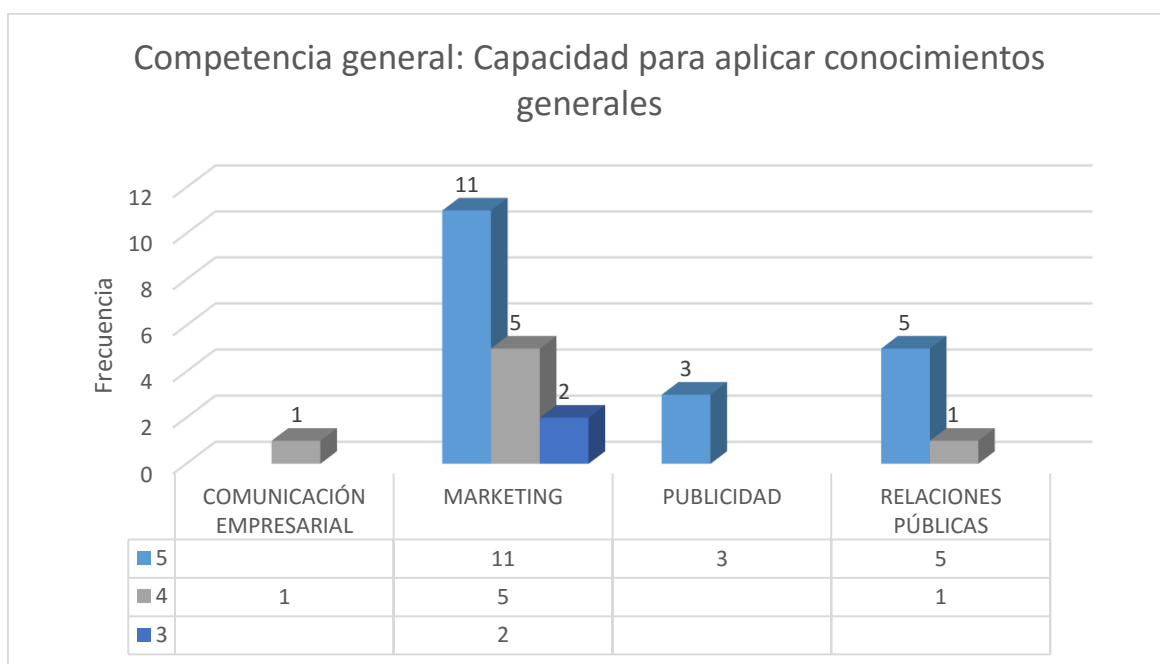
**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 54% califico de excelente el haber adquirido la competencia general 2, el 39% de muy buena y el 7% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 47: “Competencia general N°.3: Capacidad para aplicar los conocimientos generales”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	4	3					
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	11	39%	5	18%	2	7%	18	64%
PUBLICIDAD	3	11%		0%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	5	18%	1	4%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>19</b>	<b>68%</b>	<b>7</b>	<b>25%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

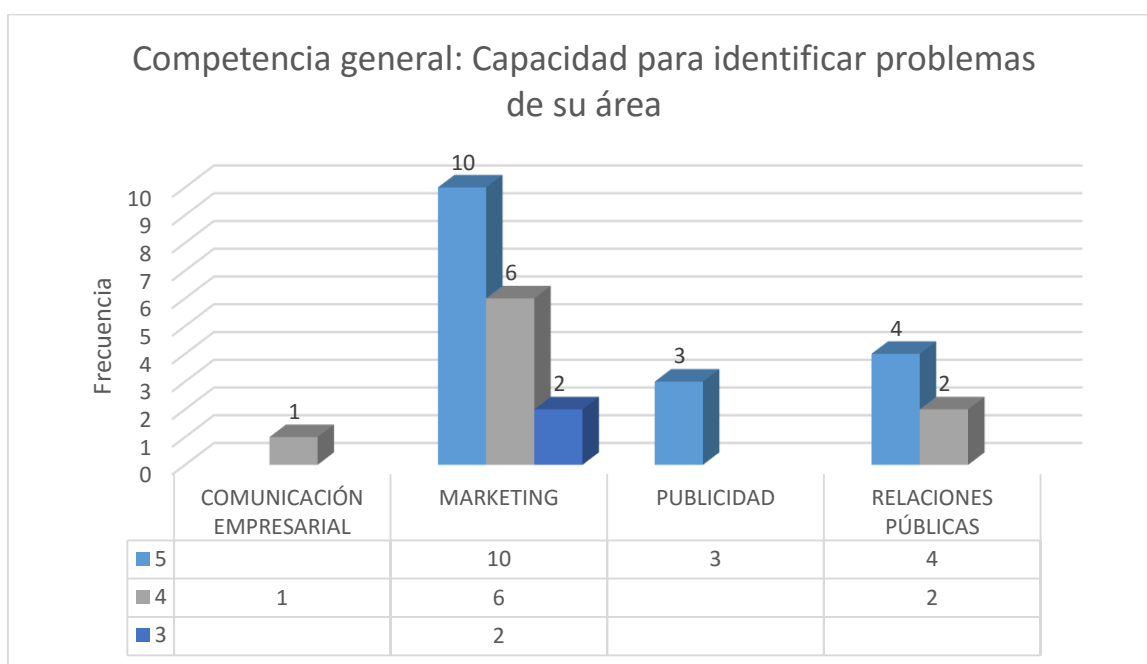
De la cantidad de encuestados el 68% califico de excelente el haber adquirido la competencia general 3, el 25% de muy buena y el 7% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 48: “Competencia general N°.4: Capacidad para identificar y solucionar problemas de su área”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Criterio	5	Promedio	4	Promedio	3	Promedio		
Carreras	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	10	36%	6	21%	2	7%	18	64%
PUBLICIDAD	3	11%		0%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	4	14%	2	7%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>17</b>	<b>61%</b>	<b>9</b>	<b>32%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**

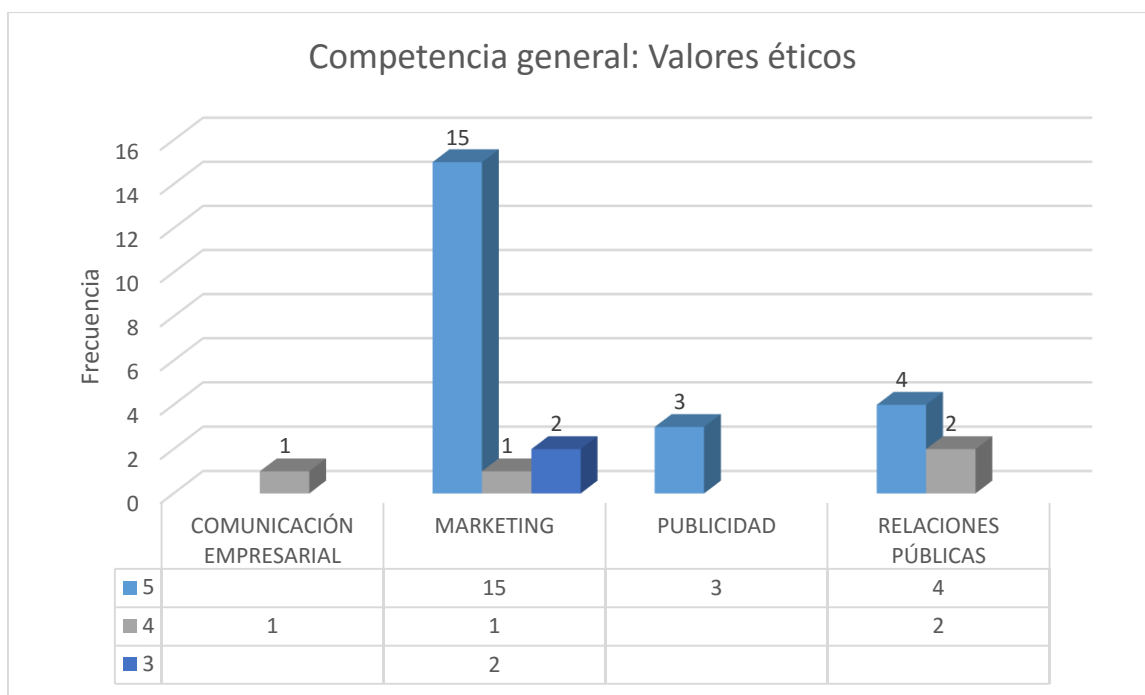
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 61% califico de excelente el haber adquirido la competencia general 4, el 32% de muy buena y el 7% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 49: “Competencia general N°.5: Valores Éticos”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN							
Carreras	Criterio	5		4		3		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	15	54%	1	4%	2	7%	18	64%	
PUBLICIDAD	3	11%		0%		0%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%	
RELACIONES PÚBLICAS	4	14%	2	7%		0%	6	21%	
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>79%</b>	<b>4</b>	<b>14%</b>	<b>2</b>	<b>7%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 79% califico de excelente el haber adquirido la competencia general 5, el 14% de muy buena y el 7% de buena.

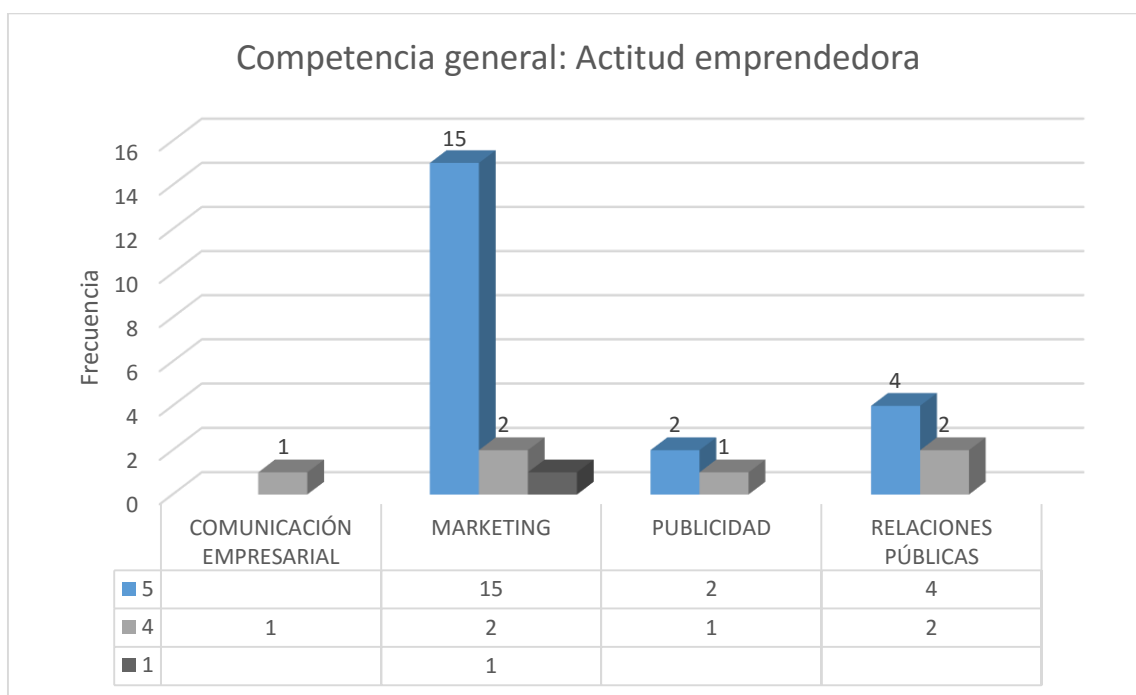


**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 50: “Competencia general N°.6: Actitud emprendedora”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad		MARKETING Y COMUNICACIÓN							
Carreras	Criterio	5		4		1		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	15	54%	2	7%	1	4%	18	64%	
PUBLICIDAD	2	7%	1	4%		0%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%		0%	1	4%	
RELACIONES PÚBLICAS	4	14%	2	7%		0%	6	21%	
<b>Total general</b>	<b>21</b>	<b>75%</b>	<b>6</b>	<b>21%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

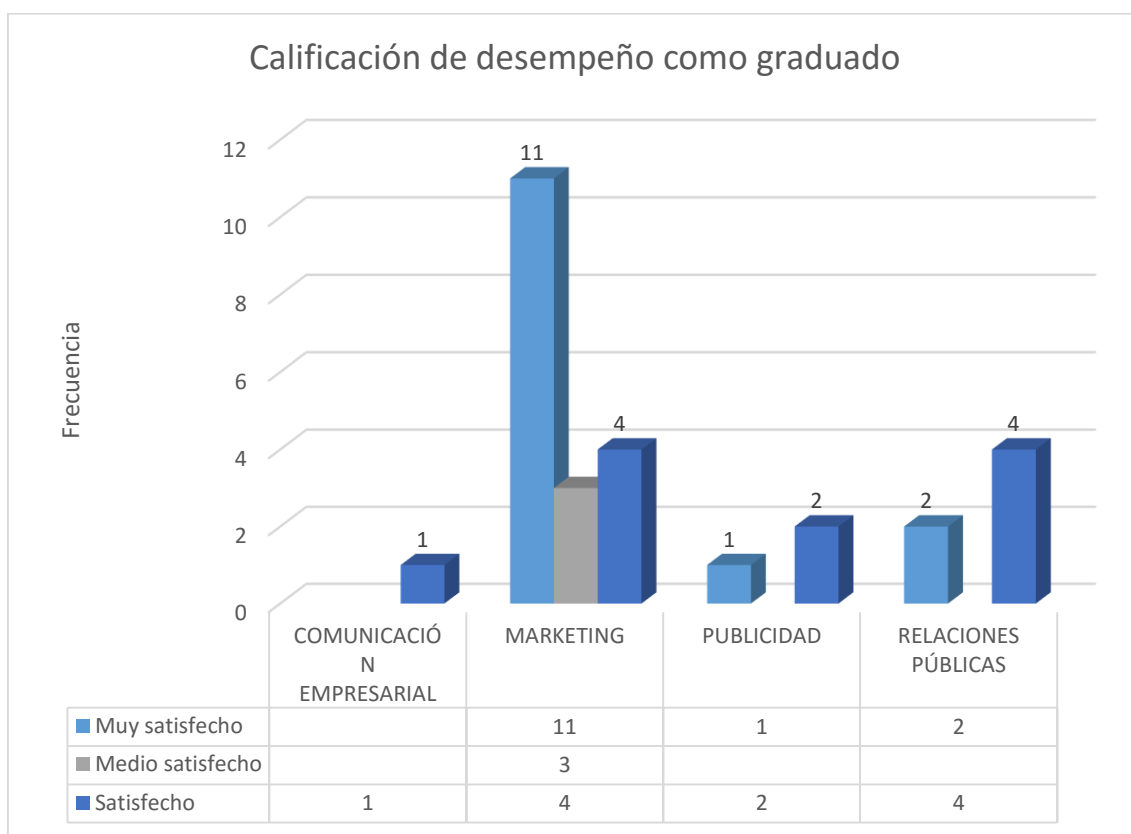
De la cantidad de encuestados el 75% califico de excelente el haber adquirido la competencia general 1, el 21% de muy buena y el 4% de buena.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 51: “Evaluación general de su desempeño como graduado”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Se considera cinco (5) como máxima calificación y uno (1) como mínima calificación.

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						Total Frecuencia	Total Promedio
Carreras	Criterio	Satisfecho		Medio satisfecho		Total Frecuencia	Total Promedio	
	Muy satisfecho	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio			
MARKETING	Muy satisfecho	11	39%	4	14%	18	64%	
PUBLICIDAD	Muy satisfecho	1	4%	2	7%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	Muy satisfecho		0%	1	4%	1	4%	
RELACIONES PÚBLICAS	Muy satisfecho	2	7%	4	14%	6	21%	
<b>Total general</b>		<b>14</b>	<b>50%</b>	<b>11</b>	<b>39%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

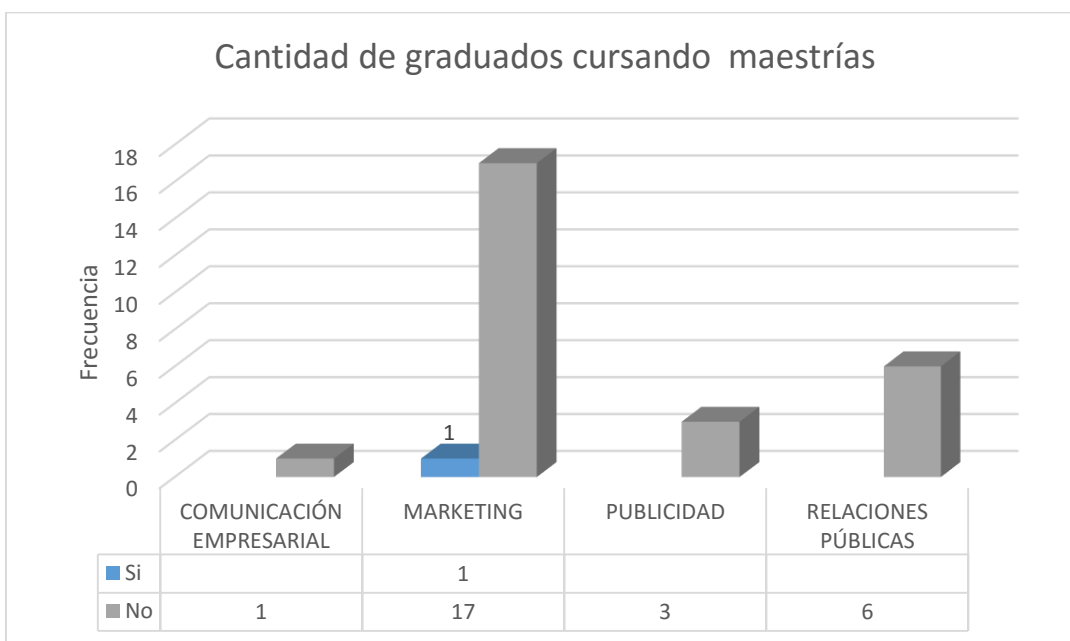
De la cantidad de encuestados el 50% califico de excelente el haber adquirido la competencia general 1, el 39% de muy buena y el 11% de buena.

## 5. PREFERENCIAS DE ESTUDIO

Facultad de Marketing y Comunicación  
**Tabla y Grafico No. 52: “Cantidad de graduados que cursan estudios de postgrado (Maestrías)”**

Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN						
Carreras	Criterio		Pro	Frecuencia	Promedio	Total Frecuencia	Total Promedio
	Si	No					
MARKETING	1	4%	17	61%	18	64%	
PUBLICIDAD		0%	3	11%	3	11%	
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%	1	4%	
RELACIONES PÚBLICAS		0%	6	21%	6	21%	
<b>Total general</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>27</b>	<b>96%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	



Fuente: USG

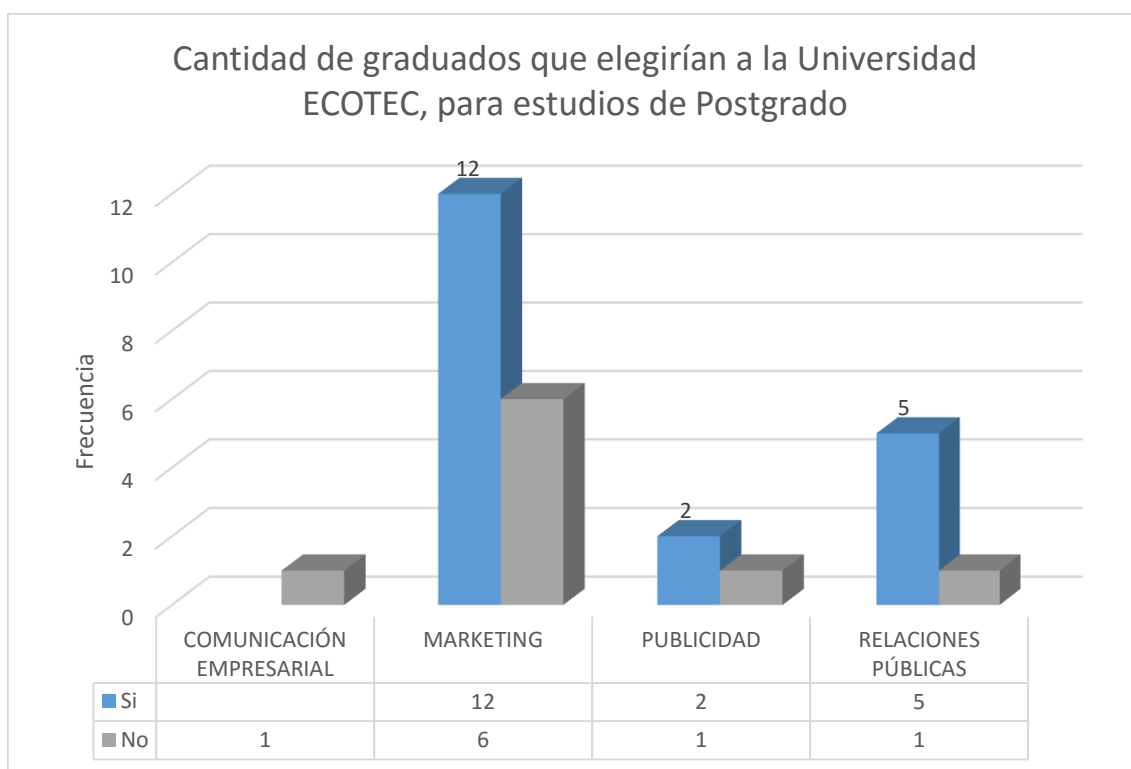
Elaborado por: USG

De la cantidad de encuestados el 96% no se encuentra cursando un postgrado, el porcentaje restante si está siguiendo un postgrado.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 53: “Preferencia de la Universidad ECOTEC para cursar estudios de postgrado”**

**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Carreras	Si		No		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	12	43%	6	21%	18	64%
PUBLICIDAD	2	7%	1	4%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL		0%	1	4%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	5	18%	1	4%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>19</b>	<b>68%</b>	<b>9</b>	<b>32%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



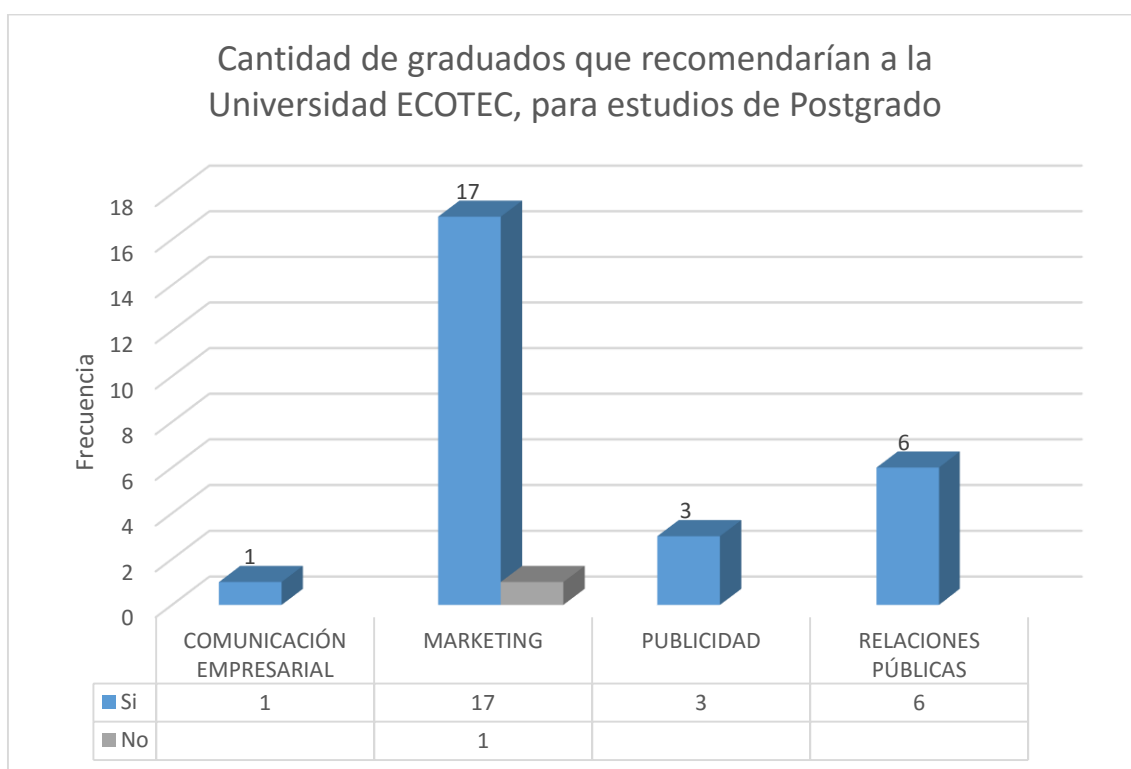
**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 68% si estaría de acuerdo en acceder a un postgrado en la Universidad ECOTEC, el 32% no tomaría un postgrado en la Universidad ECOTEC.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 54: “Cantidad de graduados que recomendarían la Universidad ECOTEC para estudios de postgrado”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN					
Carreras	Criterio Si		No		Total Frecuencia	Total Promedio
	Frecuencia	Promedio	Frecuencia	Promedio		
MARKETING	17	61%	1	4%	18	64%
PUBLICIDAD	3	11%		0%	3	11%
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1	4%		0%	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	6	21%		0%	6	21%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>96%</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Fuente: USG**  
**Elaborado por: USG**

De la cantidad de encuestados el 96% si recomendaría tomar un postgrado en la Universidad ECOTEC, el porcentaje restante no recomendaría.

**Facultad de Marketing y Comunicación**  
**Tabla y Grafico No. 55: “Temas de interés para su maestría profesional”**  
**Fuente: Unidad Seguimiento a Graduados**

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN	
énfasis	(Varios elementos)	
Carreras	Frecuencia	Promedio
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	1	4%
LOGISTICA MARKETING	1	4%
MARKETING DIGITAL	4	14%
MARKETING TURISTICO	1	4%
plan estratégico	1	4%
SOCIAL MEDIA	1	4%
TALENTO HUMANO	1	4%
VENTAS MARKETING	1	4%
Gestión Empresarial	1	4%
MARKETING	2	7%
Seguridad Informática	1	4%
IDIOMAS	1	4%
PSICOLOGÍA Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	1	4%
COMERCIO EXTERIOR	1	4%
MARKETING SERVICIO	1	4%
MARKETING ESTRÁTEGICO	1	4%
COMPORTAMIENTO DEL	1	4%
NEUROMARKETING	1	4%
REDACCIÓN CREATIVA	1	4%
RELACIONES PÚBLICAS	1	4%
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	1	4%
COMUNICACIÓN POLÍTICA	1	4%
MARKETING POLÍTICO	1	4%
INGLES	1	4%
<b>Total general</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

Del total de graduados se puede observar que existe un total interés por diversas materias para la carrera de maestría, pero es la materia de marketing digital con el 14% la que mayor frecuencia refleja.

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

Facultad	MARKETING Y COMUNICACIÓN	
énfasis	(Varios elementos)	
<b>Temas para cursos de certificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	1	3,57%
LOGISTICA MARKETING	1	3,57%
MARKETING DIGITAL	4	14,29%
MARKETING TURISTICO	1	3,57%
plan estratégico	1	3,57%
SOCIAL MEDIA	1	3,57%
TALENTO HUMANO	1	3,57%
VENTAS MARKETING	1	3,57%
Gestión Empresarial	1	3,57%
MARKETING	2	7,14%
Seguridad Informática	1	3,57%
IDIOMAS	1	3,57%
PSICOLOGÍA Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	1	3,57%
COMERCIO EXTERIOR	1	3,57%
MARKETING SERVICIO	1	3,57%
MARKETING ESTRÁTEGICO	1	3,57%
COMPORTAMIENTO DEL	1	3,57%
NEUROMARKETING	1	3,57%
REDACCIÓN CREATIVA	1	3,57%
RELACIONES PÚBLICAS	1	3,57%
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	1	3,57%
COMUNICACIÓN POLÍTICA	1	3,57%
MARKETING POLÍTICO	1	3,57%
INGLES	1	3,57%
<b>Total general</b>	<b>28</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: USG**

**Elaborado por: USG**

Del total de graduados se puede observar que existe un total interés por diversas materias para la cursar certificaciones, todas las materias parecen tener el mismo grado de interés.