



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**“PLAN DE MARKETING PARA LA UNIVERSIDAD
DEL AZUAY”**

ENSAYO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
INGENIERO COMERCIAL

DIRECTOR:

Ing. Xavier Ortega V.

AUTORES:

Víctor Paúl Molina Andrade
Andrea Geomayra Quezada Maruri

CUENCA-ECUADOR

2006

DEDICATORIA

Al culminar el presente ensayo quiero dedicarlo a Dios por haberme dado la fortaleza y voluntad para terminar esta etapa importante de mi vida.

A mis abuelitos Papito Carlos y Mamita Rosa porque son y serán siempre la fuente de inspiración en mi vida allá desde el cielo.

De manera muy especial dedico a mis padres por su apoyo incondicional, ya que los valores y principios que siempre me inculcaron fueron el soporte, para que con responsabilidad y seriedad pueda alcanzar las metas que me he propuesto.

A mis hermanos por motivarme para poder ser la persona que les brinde el mejor de los ejemplos.

Víctor Paúl

DEDICATORIA

El presente ensayo lo dedico a Dios por haberme dado la fortaleza y perseverancia para culminar esta etapa en mi vida.

A mis padres como un leve gesto de gratitud, por los sacrificios y empeños puestos en mi educación, que hicieron posible cumplir las metas que me he trazado.

A mis hermanos y amigos que me brindaron sus consejos y apoyo incondicional para culminar esta meta.

Andrea Geomayra

AGRADECIMIENTO

Hemos sembrados esfuerzos pues ahora cosecharemos victorias, y con la culminación de este ensayo es nuestro deseo dar las ¡¡*GRACIAS A DIOS!!* por darnos la fortaleza espiritual, la paciencia y la fe, para alcanzar lo que nos hemos planteado al inicio de nuestra carrera y así poder ser profesionales de bien.

De manera muy especial agradecemos a nuestros padres por su incondicional apoyo a lo largo de toda nuestra carrera, por todos los momentos de sacrificio, Desvelos, angustias, por todo él Amor y comprensión que siempre nos demuestran. Por todo aquello y mucho mas ¡¡*GRACIAS PADRES QUERIDOS!!*

Queremos también agradecer a nuestro director de ensayo y amigo Ing. Xavier Ortega; quien de la manera mas paciente, sabia e incondicional nos ha brindado su apoyo y dirección para la realización de este ensayo.

Por ultimo nuestro agradecimiento al personal del Departamento de Relaciones Publicas, Dirección General de Estudiantes de la Universidad del Azuay, quienes nos brindaron su apoyo para la obtención de la información requerida para la elaboración de este ensayo.

“Que Dios les colme de Bendiciones”.

Víctor Paúl Molina Andrade

Andrea Geomayra Quezada Maruri

RESPONSABILIDAD

Los criterios, ideas, opiniones, conclusiones y recomendaciones vertidas en el presente ensayo son de responsabilidad de las autoras.

.....
Víctor Paúl Molina Andrade

.....
Andrea Geomayra Quezada Maruri

RESUMEN EJECUTIVO

“PLAN DE MARKETING PARA LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY”

La presente investigación de ensayo esta respaldada en los siguientes contenidos, análisis y criterios que anotamos a continuación

El primer capitulo contiene la Descripción de la Empresa; antecedentes, misión, visión, objetivos, principios y valores, organigrama, estructura organizacional y funcional.

El segundo capitulo comprende el Análisis del STP; Segmento, Target Group y Posicionamiento.

El tercer capítulo contiene el Análisis de las 4P's; Producto/Servicio actual, Precio Actual, Plaza, Promoción.

El cuarto capitulo comprende Estrategias Adicionales; Elaboración de FODA cruzado, determinación de variables complementarias al plan de mercadeo.

Finalmente asentamos nuestras Conclusiones y Recomendaciones.

ABSTRAC

“PLAN DE MARKETING FOR THE UNIVERSITY OF THE AZUAY”

The present rehearsal investigation this supported in the following contents, analysis and approaches that we score next

The first surrender it contains the Description of the Company; antecedents, mission, vision, objectives, principles and values, flowchart, structures organizational and functional.

The second surrender it contains the Analysis of the STP; I Segment, Target Group and Positioning.

The third chapter contains the Analysis of 4P's o'clock; current Product / Service, I Price Current, Square, Promotion.

The room surrenders it contains Additional Strategies; Elaboration of crossed FODA, determination of complementary variables to the marketing plan.

Finally we seat our Conclusions and Recommendations.

INDICE DE CONTENIDOS

| | |
|----------------------------------|------|
| <i>DEDICATORIA</i> _____ | ii |
| AGRADECIMIENTO_____ | iv |
| RESPONSABILIDAD_____ | v |
| RESUMEN EJECUTIVO (ESPAÑOL)_____ | vi |
| ABSTRACT_____ | vii |
| INDICE DE CONTENIDOS_____ | viii |
| INTRODUCCION _____ | 1 |

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

| | | |
|------------|--|---|
| 1.1 | ANTECEDENTES_____ | 3 |
| 1.2 | MISION_____ | 3 |
| 1.3 | VISION_____ | 4 |
| 1.4 | OBJETIVOS_____ | 5 |
| 1.5 | PRINCIPIOS Y VALORES_____ | 6 |
| 1.6 | ORGANIGRAMA_____ | 7 |
| 1.7 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL_____ | 8 |

CAPITULO II: ANALISIS DEL STP DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

| | | |
|--------------|---|----|
| 2.1 | SEGMENTO_____ | 13 |
| 2.1.1 | DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO ACTUAL DE LA UDA_____ | 13 |
| 2.1.2 | ANALISIS DEL SEGMENTO DE LA UDA (PROPUESTA)_____ | 15 |
| 2.2 | TARGET GROUP_____ | 15 |
| 2.2.1 | DETERMINACION DEL TARGET GROUP DE LA UDA_____ | 15 |
| 2.2.2 | ANALISIS DEL TARGET GROUP_____ | 15 |
| 2.3 | POSICIONAMIENTO_____ | 16 |
| 2.3.1 | ELABORACION DE ENCUESTAS PARA DETERMINACION DEL POSICIONAMIENTO DE LA UDA_____ | 16 |
| 2.3.2 | DETERMINACION DE FACTORES CRITICOS_____ | 18 |
| 2.3.3 | ANALISIS DE POSICIONAMIENTO ACTUAL Y PROPUESTA_____ | 19 |

CAPITULO III: ANALISIS DE LAS 4P'S

| | | |
|-----|--|----|
| 3.1 | ANALISIS DE PRODUCTO/SERVICIO ACTUAL _____ | 22 |
| 3.2 | ANALISIS DE PRECIO ACTUAL _____ | 44 |
| 3.3 | ANALISIS DE PLAZA _____ | 50 |
| 3.4 | ANALISIS DE LA PROMOCION _____ | 57 |

CAPITULO IV: ESTRATEGIAS ADICIONALES

| | | |
|-------|---|----|
| 4.1 | ELABORACION DE FODA CRUZADO _____ | 71 |
| 4.2 | DETERMINACION DE VARIABLES COMPLEMENTARIAS AL PLAN DE MERCADEO _____ | 74 |
| 4.2.1 | VENTAJAS COMPETITIVAS _____ | 74 |
| 4.2.2 | MARCA _____ | 75 |
| 4.2.3 | SERVICIO _____ | 77 |
| 4.2.4 | ALIANZAS ESTRATEGICAS _____ | 78 |

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|-----------------------|----|
| CONCLUSIONES _____ | 82 |
| RECOMENDACIONES _____ | 84 |

| | |
|---------------------------|----|
| BIBLIOGRAFIA _____ | 87 |
| ANEXOS _____ | 88 |

INTRODUCCION

Es importante recalcar que toda organización pequeña o grande en nuestro caso la UNIVERSIDAD DEL AZUAY; tienen siempre un objetivo común por el cual todos sus responsables se desempeñen de la forma mas eficiente, seria y honesta por alcanzar el objetivo planteado. Al efectuar los diversos procesos que son necesarios en las organizaciones para un rendimiento y desempeño óptimo creemos importante la implementación y aplicación de un Plan de Marketing, que ayudará a fortalecer dichos procesos organizacionales.

Es por esta razón que el presente ensayo se basa fundamentalmente en la elaboración de un Plan de Marketing para la Universidad del Azuay, para ofertar de una manera más eficaz y eficiente las diferentes carreras de la Universidad del Azuay.

Dicho Plan de Marketing contendrá información detallada de la institución en estudio, la misma que nos da la pauta para poder realizar el análisis de la situación actual y determinar de una manera adecuada las diversas variables que inciden en un plan de marketing; entre las cuales se analiza el STP, 4P's y variables complementarias al plan.

Es necesario mencionar que en este ensayo se realiza de la manera mas respetuosa y coherente propuestas o sugerencias que le permitan a la Universidad tener un



enfoque diferente e innovador; por la creencia de que como estudiantes de la Universidad del Azuay podemos proporcionar una propuesta interesante para el mejor desarrollo de nuestra Universidad en el aspecto de Marketing.

Finalmente presentamos conclusiones y recomendaciones las mismas que son el resultado de nuestro estudio realizado en la Universidad del Azuay

CAPITULO I

1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.1 ANTECEDENTES

Reseña Histórica de la Universidad del Azuay

La Universidad del Azuay es una institución, particular y católica, creada por el Gobierno Ecuatoriano al amparo del Modus Vivendi y de acuerdo con la Ley de Universidades y Escuelas Politécnicas. Inició sus actividades en 1968 y fue, durante algunos años, una sede de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Desde el año 1990 es una Universidad autónoma.

El nombre de la Universidad del Azuay Es un nombre que evoca una vinculación telúrica, que hace referencia a su propia geografía (aunque desde 1.880, por razones políticas, éste fue el Nudo generador del nombre en la provincia del Cañar), que tiene una fecunda historia.

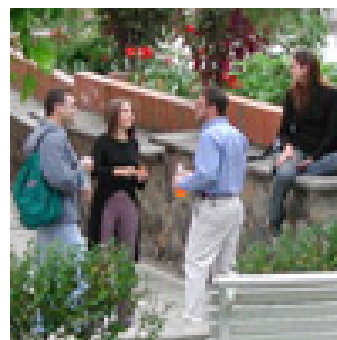
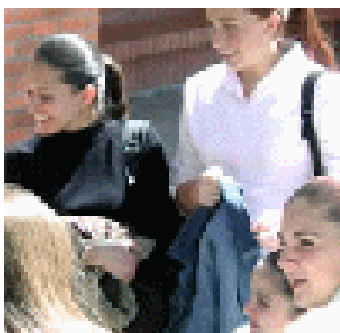
La primera universidad creada en nuestra región, inaugurada en 1.868, nació bajo la denominación de Corporación Universitaria del Azuay para llamarse después con el nombre que nosotros hemos retomado.

1.2 MISION

“Formar personas con sólidos valores y conocimientos; y responder a las necesidades de la sociedad, mediante la variada, oportuna y permanente renovación de su oferta académica”.

1.3 VISION

“La Universidad del Azuay se propone ser una institución con calidad académica y humanística, que aporte al conocimiento y promueva el desarrollo integral de la persona y su entorno”.



1.4 OBJETIVOS

- ❖ Ofrece carreras que respondan a las necesidades de la región y del país dentro de una concepción integral del ser humano, de tal manera que a la sólida preparación profesional se una el compromiso de servir a la sociedad, especialmente a los sectores más necesitados, buscando su superación.
- ❖ Desarrollar acciones que proyecten a la comunidad su acervo cultural, científico, tecnológico y ético.
- ❖ Actualizar permanentemente los conocimientos provenientes del desarrollo científico y cultural y revertirlos a la comunidad universitaria, a los ex alumnos y a la sociedad.
- ❖ Poner en práctica sus principios respetando y defendiendo la multiplicidad cultural del Ecuador y su patrimonio histórico, natural y ecológico.
- ❖ Contribuir al desarrollo de la ciencia, la cultura, la tecnología, las artes y las letras, a través de la docencia, la investigación y las acciones más idóneas dentro y fuera de la comunidad universitaria.
- ❖ Propender a la integración y cooperación interinstitucionales cuando los fines sean coincidentes o complementarios.

Todo esto equilibrado en los campos técnico y humanístico.

1.5 PRINCIPIOS Y VALORES

PRINCIPIOS

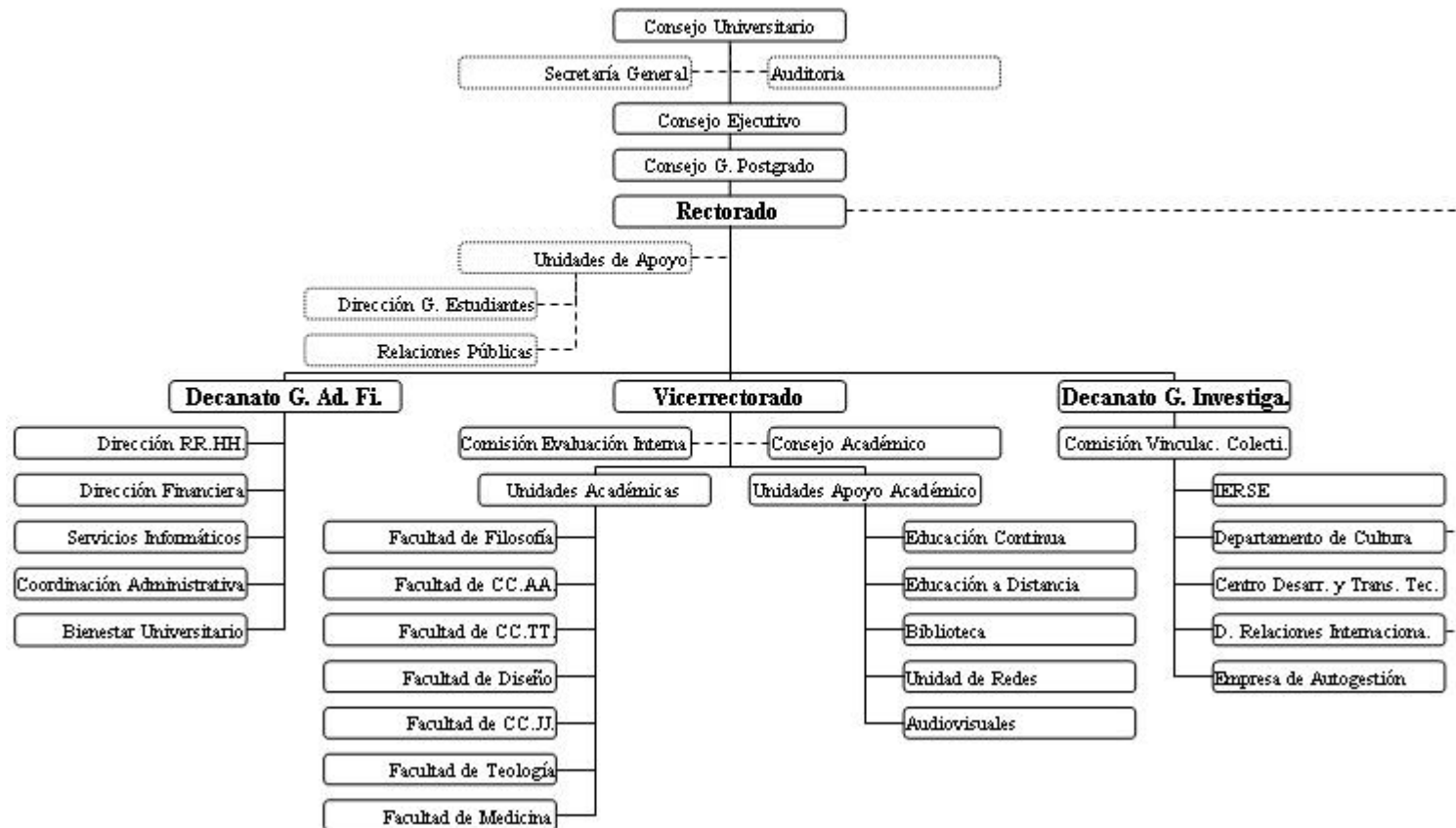
- Excelencia Académica
- Trabajo por una sociedad justa guiada por los principios cristianos.
- Pluralismo ideológico y ejercicio de la razón para su desenvolvimiento institucional.
- Búsqueda de la verdad con absoluta libertad y sin prejuicios tanto para la docencia como en la investigación.
- Apertura a todas las corrientes del pensamiento, que serán expuestas y estudiadas de manera rigurosamente científica.
- No se privilegiará ni perjudicará a nadie por su ideología.

VALORES

- Honestidad
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Actitud de servicio
- Innovación
- Desarrollo Continuo
- Liderazgo
- Respeto a la naturaleza
- Uso adecuado de los
- Vinculación con la comunidad

1.6 ORGANIGRAMA

UNIVERSIDAD DEL AZUAY Organigrama general



1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

RECTORADO

Esta dependencia es el máximo personero de la Universidad y su representante legal.

Objetivo

Desempeñar sus funciones en las condiciones y con las atribuciones que constan en la Ley y el Estatuto de la Universidad del Azuay.

Funciones

El rectorado deberá:

- ✦ Convocar y presidir el consejo universitario y el consejo ejecutivo.
- ✦ Cumplir y hacer cumplir las leyes, el estatuto y los reglamentos de la universidad y los acuerdos y resoluciones del Consejo Universitario.
- ✦ Convocar a referendo en la Universidad o en una facultad determinada para consultar aspectos trascendentales de la Universidad; para hacerlo deberá existir resolución del Consejo Universitario tomada por no menos de las dos terceras partes de los integrantes. El reglamento correspondiente normará este proceso de consulta.

- Contratar a los servidores de la Universidad y a quienes deben reemplazarlos.
- Autorizar gastos hasta por la suma que fijará anualmente el Consejo Universitario.
- Conceder licencia hasta por treinta días al año a los servidores de la Institución.
- Someter al Consejo Universitario los asuntos que por su importancia juzgaré conveniente.
- Posesionar a los Decanos, Subdecanos de Facultades y a los demás funcionarios que deban tomar posesión ante el Rector.
- Adoptar las decisiones oportunas y ejecutar los actos necesarios para el buen gobierno de la Universidad.
- Presentar anualmente el informe de labores.

El responsable de esta dependencia es:

Dr. Mario Jaramillo Paredes

Rector

VICERRECTORADO

Objetivo

Velar por el cumplimiento y correcto desarrollo académico de las diferentes

facultades. **Funciones**

El Vicerrectorado deberá:

- El vicerrector reemplazará al Rector en caso de ausencia temporal y, cuando fuere definitiva, los sustituirá hasta que sea elegido el titular.
- El vicerrector presentara a consideración de Consejo Universitario en el primer mes de cada año, un informe sobre el cumplimiento del Plan de trabajo.

El responsable de esta dependencia es:

Ing. Francisco Salgado

Vicerrector

DECANATO GENERAL DE INVESTIGACIONES

OBJETIVO

El Decanato General de Investigaciones dirigirá el Consejo de Investigaciones y la Comisión de Vinculación con la Sociedad.

FUNCIONES

El Decanato General de Investigaciones tiene como funciones:

- Propiciar que la Universidad sea centro de investigación científica, tecnológica, para fomentar y ejecutar programas de investigación en los campos de la ciencia, tecnología, las artes, las humanidades y los conocimientos ancestrales.
- Desarrollar sus actividades de investigación científica en armonía con la legislación nacional de ciencia y tecnología y la ley de propiedad intelectual.
- Realizar actividades de extensión orientadas a vincular su trabajo académico con todos los sectores de la sociedad, sirviéndola mediante programas de apoyo a la comunidad a través de consultorías, asesorías, investigaciones, estudios, capacitaciones u otros medios.
- Preservar y fortalecer la interculturalidad de solidaridad y la paz, así como el fortalecimiento y divulgación de los conocimientos y practicas ancestrales de las culturas vivas del país

El responsable de esta dependencia es:

Ing. Jacinto Guillen

Decano General de Investigaciones

DECANATO GENERAL ADMINISTRATIVO FINANCIERO

En el Decanato General Administrativo y Financiero funcionaran las direcciones departamentales: Financiera y de Recursos Humanos.

OBJETIVO

Esta dependencia se encarga de hacer cumplir las disposiciones administrativas y financieras de la Universidad.

FUNCIONES

El Decanato General Administrativo y Financiero deberá:

- Ejecución de las políticas financieras establecidas en Consejo Ejecutivo y Consejo Universitario
- Elaboración y Ejecución del Presupuesto
- Manejo de los fondos de la Universidad del Azuay
- Manejo y coordinación de la marcha administrativa de la UDA, administración de personal, compras e inventarios.

El responsable de esta dependencia es:

Eco. Carlos Cordero

Decano General Administrativo-Financiero

CAPITULO III

2 ANALISIS DEL STP DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

2.1 **SEGMENTO**

2.1.1 DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO ACTUAL DE LA UDA

La Universidad del Azuay se ha preocupado de mantener una importante participación dentro de la educación superior, dando una oferta académica que aporte al desarrollo y formación integral de los jóvenes que compartan nuestros objetivos.

Esta institución tiene como segmento a todos los jóvenes estudiantes hombres y mujeres entre 17-19 años de edad, cursantes del último año de la educación secundaria tanto local como nacional, pertenecientes a una clase social media y media alta, para lo cual la UDA maneja un sistema de créditos en base al tipo de colegio en el que haya cursado los tres últimos años de secundaria.

| Cuadro de Datos de población entre 15-19 años de edad por sexo con Instrucción Secundaria en la Provincia del Azuay | | | |
|--|--------------|-----------------------------|--------------|
| Edad / Sexo | Total | Educación Secundaria | |
| | | 0 - 3 | 4 - 6 |
| Mujeres | | | |
| 15- 19 años | 24192 | 4662 | 7375 |
| | | | |
| Hombres | | | |
| 15-19 años | 23368 | 5068 | 7361 |

Fuente: INEC. 48VI Censo de Población y V de Vivienda 2001. Tomo I

Cuadro N-9A VI Censo de Población y V de Vivienda 2001.

| Cuadro de Datos de población entre 15-19 años de edad por sexo con Instrucción Secundaria a Nivel Nacional | | |
|---|-----------------------------|--------------|
| Edad / Sexo | Educación Secundaria | |
| | 0 - 3 | 4 - 6 |
| Mujeres | | |
| 15- 19 años | 135517 | 182412 |
| | | |
| Hombres | | |
| 15-19 años | 135816 | 173030 |

Fuente: INEC. 48VI Censo de Población y V de Vivienda 2001. Resumen Nacional
Cuadro N-20A Población de 5 años y mas, por nivel de instrucción y años
aprobados, según sexo y grupo de edad Sistema Tradicional Pag. 48

MERCADO OBJETIVO

Para la Universidad del Azuay el mercado objetivo seria 355.442 a nivel nacional y local 14736, estudiantes que cursan de 4° a 6° año de instrucción Secundaria.

MERCADO REAL

El mercado Real de La Universidad del Azuay es de 1235 estudiantes que han sido matriculados en el periodo septiembre 2005 – enero 2006, que a su vez forman su Target Group

MERCADO POTENCIAL

Para la UDA este mercado corresponde a 1127 estudiantes a las que se dirigen los productos/servicios de la institución pero que no pudieron matricularse.

2.1.2 ANALISIS DEL SEGMENTO DE LA UDA (PROPUESTA)

Consideramos que en esta etapa se puede incluir a aquellas personas **SIN LÍMITE** de edad que estén interesadas en desarrollarse y superarse profesionalmente, teniendo la certeza que en la UDA encontrarán los conocimientos necesarios para llegar a cumplir este objetivo.

2.2 **TARGET GROUP**

2.2.1 DETERMINACION DEL TARGET GROUP DE LA UDA

La Universidad del Azuay considera como *Mercado Meta* aproximadamente 2362 estudiantes, de los cuales únicamente 1235 podrán ingresar a formar parte de la institución, esta cantidad es considerada el **TARGET GROUP** de la UDA entendiendo que es la capacidad instalada de la misma.

Los 2362 estudiantes son todas aquellas personas que cumplen con todas las variables identificadas en la etapa de segmentación, es considerado el 45% de los alumnos de secundaria potenciales a estudiar carreras universitarias dentro de la ciudad de Cuenca.

El **TARGET GROUP** representa el 52.28% del mercado meta (1235 estudiantes)

2.2.2 ANALISIS DEL TARGET GROUP

Al analizar adecuadamente el Target Group de la Universidad del Azuay, creemos pertinente detallar la capacidad que posee cada facultad:

| | |
|--------------------------|-------------|
| Ciencia y Tecnología | 250 |
| Administración | 326 |
| Derecho | 77 |
| Diseño | 109 |
| Producción en Radio y TV | 49 |
| Estudios Internacionales | 39 |
| Filosofía | 343 |
| Medicina | 42 |
| Total | 1235 |

En base al los datos ya expuestos podemos observar que las facultades de Filosofía, ciencias de la Administración y Ciencia y Tecnología son las que mayor numero de estudiantes tienen gracias a que cada una de ellas presenta diversas carreras con horarios diurnos y nocturnos que le permite a las mismas captar un porcentaje mayor de estudiantes con respecto a las demás ya mencionadas con anterioridad.

2.3 POSICIONAMIENTO

2.3.1 ELABORACION DE ENCUESTAS PARA DETERMINACION DEL POSICIONAMIENTO DE LA UDA

La Universidad del Azuay se ha caracterizado por ser una institución de educación superior, seria y transparente que no ha perdido de vista los verdaderos objetivos de la educación superior, identificándose y comprometiéndose plenamente a desarrollar

procesos que le permitan alcanzar la excelencia académica. Por lo tanto la institución ha podido ocupar un sitio de respeto y confianza en nuestra sociedad.

Para realizar el análisis adecuado sobre el Posicionamiento de la institución es necesario realizar una encuesta (Anexo 1) a los estudiantes de la Universidad, para lo cual hemos considerado pertinente aplicar como población total 4476 que son todos los estudiantes de la institución matriculados en el periodo septiembre 2005 - enero 2006.

De acuerdo a Consultoras de Investigación de mercado y emprendimiento con trabajos investigativos que se han realizado últimamente, han dado una alternativa de utilizar parámetros; para obtener una muestra óptima y así poder reemplazar a n que se obtiene estadísticamente. Se cree conveniente manejar índices de emprendimiento entre 10 a 15% del total del universo.

La muestra que se plantea es de 70 encuestas que dieron como resultado de:

$$4476 * 10\% = 447$$

$$447 * 15\% = 67 \text{ ----- } 70 \text{ redondeado}$$

Esta forma de cálculo de muestra, está en base a emprendimiento y considerando que estamos realizando un trabajo de investigación concreto, en el cual el tiempo, el costo y la delimitación del tema no nos permiten aplicar el cálculo mediante la herramienta estadística de muestreo, pues según esta forma tendríamos que realizar 1150 encuestas.

El calculo mediante emprendimiento es valido científicamente también para estrategia, por lo cual consideramos factible utilizarlo en esta investigación, pues los resultados que obtendremos con la aplicación de las encuestas, nos permitirá fortalecer y afianzar mas la investigación sobre el posicionamiento de la Universidad.

2.3.2 DETERMINACION DE FACTORES CRITICOS

Una vez que hemos levantado la información a través de las encuestas, estamos en la facultad y capacidad de poder determinar los factores críticos que se desprenden de la investigación del posicionamiento real que tiene La Universidad del Azuay.

En base a las encuestas aplicadas directamente a los estudiantes de la UDA podemos mencionar los siguientes factores críticos que se han determinado:

- **Nivel Académico**
- **Ambiente Universitario.**
- **Profesores de Calidad**
- **Infraestructura**

Los mismos que representan atributos en los que se debe poner mayor énfasis para cumplir con uno de sus principios primordiales que tiene la institución el mismo que hace referencia a brindar al estudiante una enseñanza encaminada a la

EXCELENCIA ACADEMICA. Con ello se cumple la Misión y Visión que se ha planteado esta Universidad.

2.3.3 ANALISIS DE POSICIONAMIENTO ACTUAL Y PROPUESTA

La Universidad del Azuay es una institución prestigiosa, seria, transparente que ha demostrado ser un pilar fundamental en la formación de jóvenes profesionales, los mismos que van a tener la capacidad y los conocimientos para poder contribuir en el adelanto de la sociedad o para ser legítimos partícipes de los cambios que se den en la misma sin importar territorio geográfico donde nos desenvolvamos como profesionales a carta cabal, formados íntegramente. Por todo aquello que mencionamos o por todo lo que nos faltara por mencionar La Universidad del Azuay a logrado posicionarse a nivel local y nacional, gracias a invaluables atributos que le han permitido alcanzar esa fortaleza institucional ante el resto de universidades; en tal virtud nos permitimos de la manera más coherente, analítica e investigativa, realizar un estudio a través de encuestas que nos brinde información y datos reales en cuanto al posicionamiento actual de la universidad , Una vez aplicadas las 70 encuestas directamente a los alumnos de la Universidad del Azuay procedimos a levantar la información que buscábamos, y mediante un detallado y minucioso análisis conseguimos con criterio y basados en los resultados de las encuestas determinar el **POSICIONAMIENTO ACTUAL DE LA UDA** que esta dado por su “ **Nivel Académico**”. Pero creemos necesario recalcar que hubieron otros atributos que sin duda alguna son importantes

para este proceso de posicionamiento que vamos a explicar mediante un cuadro de frecuencias, es decir demostrando el número de veces que se repite cada atributo en las encuestas aplicadas.

| Cuadro de Frecuencia de Atributos | |
|--|-------------------|
| Atributo | Frecuencia |
| | |
| Nivel Académico | 33 |
| Ambiente Universitario | 26 |
| Profesores de Calidad | 25 |
| Infraestructura | 21 |

Como podemos observar en el cuadro los demás atributos tienen una importante frecuencia pues el ambiente universitario que brinda la UDA es considerada también parte fundamental para distinguirse de las demás universidades del medio cuencano. El personal docente que posee la institución brinda seguridad y confianza a los estudiantes con un aprendizaje acorde con las exigencias de la sociedad. La infraestructura que actualmente la universidad posee cubre las expectativas y requerimientos de los estudiantes; pero siempre teniendo en consideración la innovación que se requiera de acuerdo a las necesidades.

PROPUESTA

Gracias a la orientación que le hemos dado a las encuestas para la obtención de la información, y a la aceptación y seriedad que hemos tenido por parte de los estudiantes en el momento de responder, consideramos importante proponer a la

Universidad del Azuay ciertos atributos que le permitirían alcanzar un mayor posicionamiento y encontrar la mejor manera de entrar en la mente de los estudiantes, mencionamos a continuación.

1. Buscar convenios interinstitucionales que le permitan al estudiante poder realizar pasantías que pueda potencializar un posible puesto de trabajo.
2. Fortalecer la relación estudiante – profesor fomentando la participación de ambos; en foros, charlas y seminarios.
3. Desarrollar programas informativos que permitan a los estudiantes y a la sociedad, apreciar y valorar las bondades, beneficios y servicios que la Universidad del Azuay pone a consideración para quienes optarían por estudiar en la UDA podemos mencionar algunos como: La facilidad de estudio, en cuanto a los horarios, la modalidad académica por créditos que permite al estudiante poder adelantar las materias que no son encadenadas, etc.
4. Otro atributo que estamos seguros que va a fortalecer más este proceso es el de Diversificación de Carreras, la Universidad del Azuay tiene la capacidad de responder de forma directa y concisa a todas las exigencias de este importante sector de la sociedad como son los jóvenes, ofreciendo las carreras que más sean demandadas o requeridas por los mismos.

CAPITULO III

3 ANALISIS DE LAS 4 P's

3.1 ANALISIS DE PRODUCTO/SERVICIO ACTUAL

La Universidad del Azuay se ha esforzado por atender los requerimientos académicos de los jóvenes para lo cual oferta las siguientes carreras:

Facultad de ciencias de la administración

- *Escuela de Administración de Empresas*

Duración

4 años diurno

4 ^{1/2} años nocturno

Descripción de la carrera

La Escuela de Administración de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay, prepara profesionales altamente calificados en el área de la Administración, con una sólida formación actualizada, que responda a las necesidades de la empresa del siglo XXI, lo cual les permitirá convertirse en líderes y agentes de desarrollo en la sociedad.

El ingeniero comercial, egresado de este centro de estudios, se convierte en un profesional visionario, flexible, organizado, proactivo, generador de empresas y socialmente responsable, cuyas decisiones se guía por sólidos principios éticos y morales, como son la justicia, la honradez y la solidaridad, es decir, verdadero agente de cambio.

Título a obtener

Ingeniero Comercial

- *Escuela de Contabilidad Superior*

Duración

4 años diurno

4 ^{1/2} años nocturno

Descripción de la carrera

El contador público graduado en la Escuela de Contabilidad Superior de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay, es un especialista en sistemas de información y control de las actividades económicas y financieras de las empresas y otros organismos.

Título a obtener

INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

- **Escuela de Ingeniería de Sistemas**

Duración

5 años

Descripción de la carrera

Desde Octubre de 1998 se iniciaron las actividades en la Escuela de Ingeniería de Sistemas, cuyo objetivo es el de formar profesionales en Ingeniería de Software con un tiempo de estudios de 10 semestres, dicha carrera otorga el título de fin de carrera de “Ingeniero de Sistemas”.

En la carrera, se dicta bases conceptuales y prácticas enmarcadas en las tendencias actuales en el campo Informático mediante la inclusión de conceptos y tecnologías actuales, luego de lo cual nuestros egresados están en capacidad de analizar, desarrollar e implementar sistemas de información que involucren redes y comunicaciones, bases de datos, y herramientas de cuarta generación.

En base al objetivo, podemos expresar el perfil profesional de nuestros estudiantes egresados de la carrera de Ingeniería de Sistemas, en los siguientes términos:

Título a obtener

Ingeniero en Sistemas

- *Escuela de Economía*

Duración

4 ^{1/2} años

Descripción de la carrera

El profesional economista está formado para desarrollar un amplio sentido crítico y propositivo, con responsabilidad social, espíritu solidario y con una profunda convicción ética y moral que le capacite para desempeñarse como líder responsable y creativo frente a situaciones que se presenten en un mundo globalizado del siglo XXI.

Título a obtener

Economista

Facultad de Ciencia y Tecnología

- *Escuela de Biología del Medio Ambiente*

Duración

4 ^{1/2} años

Descripción de la carrera

Con el acelerado avance de la tecnología, el hombre ha olvidado que es parte de la naturaleza y que debe vivir de acuerdo a sus leyes. Este avance desordenado nos ha

conducido al deterioro paulatino del ambiente, con las graves consecuencias que estamos viviendo o que veremos muy pronto.

Por un Mundo ambientalmente sano, socialmente justo y económicamente sustentable, donde la acción no debe quedarse solo en palabras...Si te sientes identificado con este llamado especial para admirar, estudiar, disfrutar, investigar la belleza de la naturaleza y proponer alternativas científicas, la Escuela de Biología del Medio Ambiente, fundada en el año de 1989, te ofrece una formación técnica y académica para llevar a cabo este objetivo.

Título a obtener

Biólogo

- *Escuela de Ingeniería Agropecuaria*

Duración

5 años

Descripción de la Carrera

La Ingeniería Agropecuaria es una carrera eminentemente práctica, con un pensum flexible, acorde a la demanda del sector que abarca materias básicas, materias de apoyo y materias de especialización. Se cuenta con los respectivos laboratorios de sanidad vegetal, entomología, suelos, bovinotecnia, Química, Suelos, etc. Se dispone de dos Unidades Agropecuarias Productivas, ubicadas en diferentes pisos climáticos: una en Quingeo (20 Has) y otra en La Paz (130 Has). Cada una de las Unidades Agropecuarias Productivas cuenta con la infraestructura necesaria para garantizar un

correcto y elevado nivel de aprendizaje como aulas, equipos y maquinaria agrícola, etc.

Título a Obtener

Ingeniero Agropecuario

- *Escuela de Ingeniería de Alimentos*

Duración

5 años

Descripción de la carrera

Los recursos humanos de las Industrias son la clave de la competitividad; por ello, la Universidad del Azuay prepara a los futuros profesionales Ingenieros en Alimentos para su trabajo dentro del mundo empresarial e institucional, proporcionando los elementos necesarios para optimizar su formación.

Título a obtener

Ingeniero en Alimentos.

- *Escuela de Ingeniería Electrónica*

Duración

5 años

Título a obtener

Ingeniero Electrónico.

Campo ocupacional

Los Ingenieros Electrónicos estarán capacitados para la planificación, diseño y construcción de sistemas de automatización para la industria, para asimilar e innovar tecnología en el área de las telecomunicaciones, para laborar en empresas de servicios públicos, así como para ejercer independientemente su profesión a través de oficinas de servicios y asesoría.

- *Escuela de Ingeniería Mecánica Automotriz*

Duración

5 años

Objetivos

El Ingeniero Mecánico Automotriz será un profesional con sólidos conocimientos científicos y tecnológicos en el área, con capacidad para:

- Administrar empresas y talleres automotrices.
- Desarrollar y ejecutar programas de mantenimiento.
- Diseñar y construir instalaciones eléctricas, hidráulicas, neumáticas y elementos mecánicos para automotores.
- Reconstruir mecanismos de los automotores.
- Evaluar y desarrollar programas de mitigación ambiental por fuentes móviles.

Título a obtener

Ingeniero en Mecánica Automotriz

6 INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

Duración

5 años

OBJETIVOS DE LA CARRERA:

Generar profesionales con una sólida formación, soportada tanto por principios éticos y morales como por conocimientos técnico-científicos, capaces de analizar, evaluar, diseñar, mejorar, operar y administrar procesos de producción y operaciones para proveer a la sociedad con bienes tangibles e intangibles mediante criterios sustentados en una visión sistémica u holística de las organizaciones. Con su formación multidisciplinaria y su visión de conjunto, estarán en capacidad de administrar los procesos de mejoramiento continuo.

TÍTULO OFERTADO

Ingeniero de Producción y Operaciones

Facultad de Diseño

- *Escuela de Diseño*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La estructura curricular de la Facultad de Diseño presenta una duración de cuatro años, considerando un año de instrucción básica y tres años de especialización incluida una pasantía y la tesis. La carrera plantea que en el primer año (primero y segundo ciclo) los estudiantes desarrollen las habilidades y destrezas en el diseño básico, manejo de tecnologías y expresión gráfica. De modo que para el tercer ciclo los alumnos estarán en capacidad de aplicar estos conocimientos y destrezas en una determinada rama de especialización.

Las carreras se presentan por áreas afines: área de comunicación visual (gráfico), área de productos, área de moda y textiles y área de diseño de interiores.

El conocimiento del mercado está presente desde los primeros años a nivel de información, y en los últimos años forma parte fundamental de los proyectos de diseño.

En el último ciclo se contempla la elaboración de un gran proyecto final de especialización en un determinado método productivo (artesanal o industrial) y que es considerado como el proyecto de graduación.

El estudiante se matriculará desde el primer ciclo en una de las cuatro carreras ofertadas.

Título a obtener

Diseñador de: *Objetos, Textiles, Gráfico o de Interiores.*

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

- ***Escuela de Psicología:***

Psicología Clínica

Duración

5 años (2 años de comunes y 3 de especialidad)

Descripción de la carrera

La psicología Clínica es una especialidad teórica y práctica de la Psicología, que aborda la problemática emocional, de adaptación y de salud mental.

Título a obtener

Psicólogo Clínico, luego de realizar una Tesis y sustentarla

- ***Escuela de Psicología:***

Psicología Laboral y Organizacional

Duración

5 años (2 años de comunes y 3 de especialidad)

Descripción de la carrera

En la actualidad, el factor humano es reconocido como el más importante y decisivo para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Prácticamente no existen áreas de especialización en las organizaciones en las que no intervengan los procesos humanos las relaciones interpersonales.

El graduado de la carrera en Psicología Laboral y Organizacional es un experto en varios campos y su contribución al logro de metas organizacionales es cada vez más importante. Donde quiera que se den las relaciones interpersonales, ahí será relevante la participación de nuestro graduado.

Título a obtener

Psicólogo Laboral y Organizacional

- **Escuela de Psicología:**

Psicología Educativa y Terapéutica

Duración

5 años (2 años de comunes y 3 de especialidad)

Descripción de la carrera

La labor de los Psicólogos Educativos no se reduce a la Orientación Vocacional y Profesional, sino que debe abarcar otras áreas del comportamiento; esto es a los problemas conflictivos que puedan tener los alumnos en el campo del aprendizaje y

conducta de los mismos; ésta es precisamente, la función de la Psicología Educativa Terapéutica.

Título a obtener

Licenciado en Ciencias de la Educación, Especialidad Psicología Educativa Terapéutica

- *Escuela de Turismo*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

Por el Ecuador y en particular el Austro cuenta con un enorme potencial turístico lo que llevó a la creación de la Escuela de Turismo para formar profesionales en la rama: Guías Superior de Turismo y Licenciatura.

Título a obtener

Guía Superior de Turismo. Luego de 2 años, con un Trabajo Académico

Licenciado en Turismo. Luego de 4 años, con Tesis.

Idioma Extranjero

- *Escuela de Comunicación Social y Publicidad*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La carrera de Comunicación y Publicidad ha sido diseñada para formar profesionales con una visión propia de las diferentes teorías de la comunicación, capacidad investigativa y dominio en el manejo de las metodologías, lenguajes, códigos, herramientas y técnicas de la Comunicación Social actual, para aplicarlas con creatividad y profesionalismo tanto en el ejercicio del periodismo, como de la comunicación organizacional, la comunicación educativa, la publicidad y el mercadeo.

Título a obtener

Licenciado en Comunicación Social y Publicidad Con la realización y exposición de la tesis de grado.

- *Escuela de Educación Especial:*

Educación Especial y Preescolar

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La Escuela de Educación Especial está organizada en 2 divisiones: Educación Especial e inicial y Estimulación Temprana e Intervención Precoz. Cada una de ellas ofrece diferentes áreas de Educación y de Especialización.

1.- La Escuela de Educación Especial con énfasis en Educación Especial e Inicial, prepara el futuro profesional para trabajar con personas con necesidades educativas especiales y con niños de edades comprendidas entre los años 0 y 6 años.

2.- Las Escuelas de Educación Especial, con énfasis en Estimulación Temprana e Intervención Precoz, enfoca hacia los niños especiales, entre los 0 y 5 años, niños de Alto riesgo y sus familiares, en un trabajo interdisciplinario, educativo y terapéutico.

El Programa es implementado por una amplia experiencia en Investigación y enseñanza, diversos centros, con los que la escuela mantiene Convenios.

Además se ofrece variedad de cursos relacionados con la carrera, que estén abiertos a los docentes y profesionales que estén dentro del campo de la Educación Especial.

El Profesional graduado en Educación Especial puede luego de finalizar su carrera optar la Maestría en las áreas que ofrece la Universidad. Todos los estudiantes con admitidos en la finalidad de que alcancen su tercer nivel luego de 4 años de estudio, investigación y extensión, 14 meses de prácticas preprofesionales y la realización de su Trabajo de grado.

Título a obtener

Licenciado en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Especial y Preescolar, con la elaboración de tesis y sustentación.

- **Escuela de Educación Especial:**

Estimulación Temprana e Intervención Precoz

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La Escuela de Educación Especial está organizada en 2 divisiones: Educación Especial e inicial y Estimulación Temprana e Intervención Precoz. Cada una de ellas ofrece diferentes áreas de Educación y de Especialización.

- 1.- La Escuela de Educación Especial con énfasis en Educación Especial e Inicial, prepara el futuro profesional para trabajar con personas con necesidades educativas especiales y con niños de edades comprendidas entre los años 0 y 6 años.
- 2.- Las Escuelas de Educación Especial, con énfasis en Estimulación Temprana e Intervención Precoz, enfoca hacia los niños especiales, entre los 0 y 5 años, niños de Alto riesgo y sus familiares, en un trabajo interdisciplinario, educativo y terapéutico.

El Programa es implementado por una amplia experiencia en Investigación y enseñanza, diversos centros, con los que la escuela mantiene Convenios. Además se ofrece variedad de cursos relacionados con la carrera, que estén abiertos a los docentes y profesionales que estén dentro del campo de la Educación Especial.

El Profesional graduado en Educación Especial puede luego de finalizar su carrera optar lo la Maestría en las áreas que ofrece la Universidad.

Todos los estudiantes con admitidos en la finalidad de que alcancen su tercer nivel luego de 4 años de estudio, investigación y extensión, 14 meses de prácticas preprofesionales y la realización de su Trabajo de grado.

Título a obtener

Licenciado en Ciencias de la Educación, Especialidad Estimulación Temprana e Intervención Precoz, con la elaboración de tesis y sustentación.

Facultad de Ciencias Jurídicas

- *Escuela de Derecho*

Duración

5 años

Descripción de la carrera

La carrera de Ciencias Jurídicas de la Universidad del Azuay está conformada por cinco años de estudio presencial que miran a la formación académica integral y actualizada del alumno, a fin de que se constituyan en profesionales con conocimientos actuales sobre la doctrina, los principios jurídicos y la ley, enmarcados dentro de las áreas del Derecho Público, Civil , Penal y Económico.

Título a obtener

Al final de carrera se otorgará el Título Profesional de Abogado de los Tribunales de Justicia de la República

- *Estudios Internacionales Mención Comercio Exterior*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La Universidad del Azuay, consciente de su rol en la sociedad y ante la necesidad de ofrecer alternativas académicas acorde a la nueva realidad mundial y de los procesos de globalización y globalismo, ha permanecido a la vanguardia en la educación superior en la región. Además que existen en la ciudad y la región una falta de profesionales solventes en el idioma Inglés, con formación y conocimiento de la realidad y la economía internacionales, para que sean agentes de desarrollo capaces de interceder en el acceso a la tecnología de punta, a procesos de inversión y desarrollo económico, así como del contacto y relaciones políticas y culturales con los polos de desarrollo mundial. Se ha visto esto como un imperativo.

Se ha detectado además que la ciudad de Cuenca ha previsto como uno de sus objetivos a largo plazo se centra en el desarrollo económico, la ecología y el turismo. Turismo, significa contacto internacional, fundamentalmente. Es preciso, entonces, fortalecer esa área con profesionales que puedan con mentalidad renovada liderar esa orientación a futuro. En el ámbito de la economía, está por demás señalar la necesidad de una clara comprensión de cómo funcionan los sistemas financieros mundiales y sus opciones para el Ecuador. Del mismo modo la gestión y relaciones con el ámbito internacional, tales como con la Comunidad Europea, los bloques del Asia/Pacífico, el MERCOSUR, la Comunidad Andina, y organismos como el FMI,

BID, CAF, UNESCO, etc., hacen imprescindible el conocimiento de los mecanismos y requerimientos para la consecución de fondos para el desarrollo económico y social.

Título a obtener

Licenciado en Estudios Internacionales, mención Comercio Exterior, previa la realización y exposición de una Tesis de grado

- *Escuela de Teología*

Descripción de la carrera

Si uno de los principios fundamentales de la Universidad del Azuay es su humanismo cristiano, la Facultad de Teología es su máxima expresión. Ella como toda entidad de ésta naturaleza, tiene como misión prioritaria servir al diálogo vivo entre fe y razón; más aún, en el mundo actual de postmodernidad, está para responder a las exigencias temporales - seculares y a las características especiales de la misma, es decir, buscar una identidad con el hombre de hoy.

La Facultad de Teología de la Universidad del Azuay que considera que tanto significado y exigencias, como doctrina y praxis deben caminar juntas, sabe que aquello implica compromisos muy graves: compromiso con una visión especial del mundo en el que vivimos, compromiso con el deber de construir una civilización del amor, de la paz y de la justicia.

Título a obtener: Licenciado en Teología

Facultad de Medicina

Duración

5 años de carrera y 1 de internado.

Descripción de la Carrera

La formación del médico comprende los siguientes periodos:

2 años de ciencias básicas.

½ año para diagnóstico clínico, laboratorio e imagen.

2 ½ años para estudio y experiencia clínica:

1 año para internado, ya sea en medicina familiar o en las áreas clínicas básicas.

Luego de completar esta formación, se obtiene el título de Médico, lo cual no significa terminar la carrera, El médico puede optar por las, siguientes especialidades:

" Salud Familiar

" Medicina Interna

" Cirugía

" Pediatría

" Obstetricia y Ginecología

Título a obtener

Médico, y luego especialistas en Salud Familiar u otros campos de la Medicina.

(VER MAS DETALLES ANEXO 2)

PROPUESTA 1

Consideramos de gran utilidad desarrollar una herramienta muy utilizada para el análisis del portafolio de productos que es la "**matriz o análisis de Cartera de productos BCG (Boston Consulting Group)**".

El propósito de esta matriz es orientar a la dirección de la empresa (Gerencial) en la forma de asignar los recursos disponibles entre los distintos productos. Esta matriz se elabora bajo ciertos supuestos, que son:

- Tasa de crecimiento baja, esto significa que nos encontramos ante un mercado moderno (excepto cuando se trata de la introducción o de un producto).

A mayor tasa de participación de mercado se obtiene una mayor rentabilidad.

**PORTAFOLIO DE PRODUCTOS/SERVICIOS DE LA
UNIVERSIDAD DEL AZUAY MEDIANTE “MATRIZ BCG”**

ALTA

BAJA

| | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Administración 2. Sistemas 3. Contabilidad 4. Psicología (Clínica, Organizacional y Educativa) 5. Turismo | <ol style="list-style-type: none"> 1. Medicina 2. Estudios internacionales 3. Ingeniería de Producción y Operaciones 4. Ingeniería de alimentos 5. Biología 6. Ingeniería Automotriz 7. Ingeniería Eléctrica 8. Diseño 9. Educación Especial y Preescolar 10. Estimulación Temprana e Intervención Precoz |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Derecho 2. Economía | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingeniería Agropecuaria 2. Comunicación Social y Publicidad 3. Teología |

**A
L
T
O**

**B
A
J
O**

**%
C
R
E
C
I
M
I
E
N
T
O

E
N

E
L

M
E
R
C
A
D
O**

PARTICIPACION RELATIVA EN EL MERCADO

Al realizar esta matriz podemos decir que las carreras que generan mayor rentabilidad a la Universidad son carreras que durante mucho tiempo han sido consideradas las que poseen mayor numero de alumnos y requieren poca inversión en cuanto a materiales para desarrollar la carrera, entre estas tenemos: Administración, Sistemas, Contabilidad, psicologías, turismo; a estas se la denominara Productos **ESTRELLAS**. En cambio las carreras pertenecientes a la Facultad de Ciencia y Tecnología, Medicina, Estudios Internacionales, Diseño, Educación Especial y Preescolar y Estimulación Temprana; son carreras que requieren de una gran cantidad de efectivo para financiarlas pues necesitan laboratorios y talleres parara desarrollarse, pero también se nota que existe un crecimiento potencial rápido para las mismas es por ello que esta serán consideradas los Productos **SIGNOS INTERROGANTES**.

Las carreras de Derecho y Economía tienen una participación de mercado alta, generan mas efectivo del que requieren para desarrollarse puesto que estas únicamente necesitan de aulas y no de laboratorios como otras carreras , por ello generan márgenes de utilidades altos para la Universidad, a estas carreras se las denominara Productos **VACAS LECHERAS**.

Los Productos **PERROS** que la UDA tendría serian las carreras de: Agropecuaria, Comunicación Social y Teología, debido a la baja participación en el mercado, pueden generar pocas utilidades o pérdidas y se puede analizar cada una para determinar las acciones correctivas a implementarse, esta pueden ser un cambio en el pensum de estudios, horarios para reestructurarlas o eliminarlas definitivamente.

PROPUESTA 2

Consideramos importante que la UDA enfoque sus esfuerzos en la **DIVERSIFICACION** de su producto/servicio que en este caso son las carreras de pregrado, por lo que nos permitimos sugerir la creación de nuevas carreras considerando las necesidades de la sociedad en la que nos desenvolvemos.

En la Facultad de Ciencias de la Administración se podría desarrollar la carrera de:

- Marketing

Dentro de la Facultad de Medicina posteriormente podrían crear como carreras:

- Enfermería
- Bioquímica
- Odontología

En Diseño analizar la posibilidad de crear la carrera de:

- Arquitectura

3.2 ANALISIS DE PRECIO ACTUAL

La variable precio en el caso de la Universidad de Azuay es relevante puesto que el sistema que rige a la institución se desenvuelve dentro de un esquema categórico de colegios para lo cual se consideran valores diferenciados de colegiatura.

La Universidad del Azuay para establecer el valor crédito de cada colegiatura considera como parámetro, el valor de pensión que actualmente se cobra en los diferentes colegios de los que provienen los estudiantes, de este valor se calcula entre un 10 a 15% para obtener el valor unitario de crédito correspondiente. Además la Universidad cada dos ciclos realiza un reajuste en sus tasas vigentes y para ello considera como variable económica importante la inflación que en ese momento este generada, y los diferentes variaciones en pensiones que realicen los colegios, pues si estos realizan alzas en sus pensiones y la Universidad no reajusta sus precios, esta atravesaría un desfase que la perjudicaría.

Cada valor tanto de la matricula como el cobro de otros Derechos, están analizados adecuadamente por parte de la Institución con el fin de cubrir con todos los costos administrativos y operativos que representan las diferentes carreras.

La Universidad del Azuay con el propósito de que todos y cada uno de sus estudiantes conozcan a que hace referencia el valor de “ OTROS DERECHOS”, realiza el desglose de los rubros que intervienen en este. Esto nos muestra una política de transparencia que la institución mantiene no solo sus estudiantes sin también con la sociedad.

Estudiantes nacionales

| Nivel de Colegiatura | Valor Unitario del Crédito | Valor de la Matrícula | Otros Derechos |
|---|----------------------------|-----------------------|----------------|
| 1 fiscales | 11.50 | 45.00 | 26.80 |
| 2 particulares fiscomicionales y particulares pensión baja | 15.00 | 45.00 | 26.80 |
| 3 particulares pensión media | 23.00 | 45.00 | 26.80 |
| 4 particulares de otra provincia | 27.00 | 45.00 | 26.80 |
| 5 particulares pensión alta | 40.00 | 45.00 | 26.80 |

Estudiantes extranjeros -Comunidad Andina

| Nivel de Colegiatura | Valor Unitario del Crédito | Valor de la Matrícula | Otros Derechos |
|----------------------|----------------------------|-----------------------|----------------|
| 6 | 40.00 | 45.00 | 26.80 |

Estudiantes extranjeros Otros

| Nivel de Colegiatura | Valor Unitario del Crédito | Valor de la Matrícula | Otros Derechos |
|----------------------|----------------------------|-----------------------|----------------|
| 7 | 60.00 | 45.00 | 26.80 |

DESGLOSE DE "OTROS DERECHOS" (*)

| | |
|---------------------------|--------------|
| Dirección de Tesis | 2.00 |
| Federación de Estudiantes | 2.50 |
| Asociación Facultad | 2.50 |
| Deportes (CAU) | 2.75 |
| Mantenimiento de Aulas | 4.00 |
| Seguro Accidentes | 3.00 |
| Servicios Informáticos | 4.00 |
| Derechos de Carnet | 2.55 |
| Agenda de la UDAFE | 3.50 |
| <hr/> | |
| TOTAL | 26.80 |

TOTAL A PAGAR AL MOMENTO DE LA MATRICULA

| Nivel de Colegiatura | Valor Unitario del Crédito | Primera Cuota por Derecho de Colegiatura | Valor de la Matrícula | Otros Derechos |
|-----------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------|-----------------------|
| 1 | 10.00 | 50% del producto del | 45.00 | 26.80 |
| 2 | 13.00 | Valor Unitario del Crédito por | 45.00 | 26.80 |
| 3 | 20.00 | el número de créditos que le | 45.00 | 26.80 |
| 4 | 24.00 | reconocen las materias en que | 45.00 | 26.80 |
| 5 | 36.00 | se matricule el alumno | 45.00 | 26.80 |

UBICACION DE ALUMNOS SEGUN COLEGIO DE PROCEDENCIA

| Nivel | Colegio de Procedencia |
|-------|---|
| 1 | Fiscal |
| 2 | Fiscomisional o particular con pensión baja |
| 3 | Particular con pensión media |
| 4 | Particular de otras provincias |
| 5 | Particular con pensión alta |

INFORMACION GENERAL

NOTAS IMPORTANTES

- 1,- El valor del Derecho de Colegiatura se determinará multiplicando el número de créditos que le reconocen las materias en las que se matricule el alumno por el valor unitario del crédito en el correspondiente nivel.
- 2,- Al momento de su matrícula, el alumno deberá cancelar el 50% del valor del Derecho de - Colegiatura. El 50% restante cancelará antes de los exámenes finales.
- 3,- De acuerdo a la Facultad, Escuela y Materia en la que se matricule, el estudiante deberá cancelar el CORRESPONDIENTE ARANCEL. POR USOS DE UNIDADES DE APOYO.

ARANCELES POR USO DE UNIDADES DE APOYO ACADEMICO

- 1,- Todos los estudiantes de las Facultades de DISEÑO , CIENCIA Y TECNOLOGIA: Y MEDICINA, pagarán \$ 33,00 al momento de la matrícula.
- 2,- Alumnos de las Escuelas de INFORMATICA Y COMUNICACIÓN SOCIAL pagarán \$ 28,00 al momento de la matrícula.
- 3,- Los alumnos no comprendidos en los numerales anteriores y que se matriculen en MATERIAS que utilicen LABORATORIOS DE INFORMATICA, deberán cancelar \$ 15,00 al momento de su matrícula.
- 4,- Los alumnos de CIENCIAS JURIDICAS deberán cancelar con su matrícula \$ 15,00 por Consultorio Jurídico Y \$ 15.00 por material didáctico.
- 5,- Los estudiantes que tomen la asignatura de Lenguaje Instrumental, deberán pagar el valor de la colegiatura más \$10. Adicionales por material didáctico.

3.3 ANALISIS DE PLAZA

PAGINA VIRTUAL

La Universidad del Azuay cuenta con un canal de distribución importante que es su Página Web www.uazuay.edu.ec, la misma que brinda información valiosa para todas aquellas personas interesadas en el paquete de oferta académica que brinda la institución.

En esta página todas aquellas personas interesadas en conocer más acerca de la Universidad lo podrán encontrar, puesto que dentro de ella se encuentra:

- ❖ Información general de la UDA.
- ❖ Mapa del campus de la UDA
- ❖ Información de todas las carreras con sus respectivos Pensums
- ❖ Horarios de clases
- ❖ Accesibilidad a información sobre convenios que posee la Universidad con otras instituciones, tanto locales como extranjeras.
- ❖ Acceso a las Bibliotecas digitales
- ❖ Información importante sobre noticias de la comunidad universitaria y otros anuncios de interés.



The screenshot shows the homepage of the Universidad del Azuay website. At the top, there is a banner with a photo of students and the university logo. Below the banner is a navigation menu with links: "la universidad", "el campus", "estudios", and "contáctenos". The date and time "Miércoles 15 de Febrero de 2006 18:26" are displayed. The main content area is divided into several sections:

- Servicios en línea:** A list of links including "Prematrícula (nuevo)", "Becas por Sit. Económica (nuevo)", "Valores Colegiatura", "Servicios a Profesores", "Horarios de Clase", "Bolsa de trabajo", "Consulta Calificaciones", "Foros", and "Convenios de Cooperación".
- Vínculos Importantes:** A list of links including "Ley de Transparencia", "Investigaciones y proyectos", "Autoevaluación", "Proyectos en Geomática", "IERSE", "Bibliotecas Digitales", "Tuning Derecho Ecuador", and "Nuevos Posgrados".
- Biblioteca:** A yellow box with the word "Biblioteca" in white text.
- Estudiar en la Universidad del Azuay:** A yellow box with a sub-header and links for "Escuelas y Facultades", "Maestrías y postgrados", "Matriculas y calendario", and "Lo que debes saber...". A "ver noticias" button is also present.
- Textual Content:** A paragraph stating "Seguir estudios universitarios es una de las más importantes decisiones. Escoger bien la Universidad, optar por la carrera más apropiada, es igualmente una decisión trascendental." Below this is a photo of a student and a quote: "Curso de Restauración Cerámica Precolombina y Colonial".
- Rectory:** A "Bienvenidos:" message from "Dr. Mario Jaramillo Paredes, Rector".

At the bottom, there is a footer with contact information: "Universidad del Azuay Av. 24 de Mayo 7-77 y Hernán Malo. Teléfono: (593) 72881-333 Fax: (593) 72815-997 Apartado 01.01.981 Cuenca-Ecuador Información a: webmaster@uazuay.edu.ec <http://www.uazuay.edu.ec> © Todos los derechos Reservados". There are also search and login fields.

DIPTICOS

Cuenta con un canal informativo que son los dipticos de carreras (folletos informativos de carreras con sus respectivos detalles), además podemos mencionar las visitas a los respectivos colegios lo cual genera un gran impacto en el reclutamiento de estudiantes para la universidad, este último aspecto llega a ser además una forma de promoción que la UDA mantiene.

EL CAMPUS Y NUESTROS ORGANISMOS¹

La sede de la Universidad es considerado un canal directo puesto que a través de el, la institución proyecta la comodidad y seguridad que los estudiantes buscan para continuar con su instrucción de estudios universitarios.

El Campus principal de la Universidad del Azuay se encuentra localizado en la Ciudad de Cuenca (Av.24 de Mayo 7-77 y Hernán Malo) cuenta con aproximadamente ocho hectáreas de terreno en las que se encuentran 19.557 m² de construcciones.

¹ <http://www.uazuay.edu.ec/campus/mapa.htm>



1. Departamento médico

2. Ingreso posterior

UDAFE (Federación de Estudiantes)

CAU (Comité Atlético Universidad
del Azuay)

Bar

Fotocopiadora

Imprenta

Bodega General

3. Bloque IERSE

Investigaciones

Centro de Cómputo

Departamento de Cultura

Unidad de Redes Internas

4. Edificio Administrativo

Planta Alta:

Rectorado

Vicerrectorado Académico

Consejo Ejecutivo

Consejo Académico

Secretaría General

Recursos Humanos

Dirección General de Estudiantes

Departamento de Relaciones

Internacionales

Relaciones Públicas

Coordinación Administrativa

Planta Baja:

Información

Consejo Universitario

Recaudaciones y Pagaduría

Tesorería

Contabilidad

Dirección Financiera

Decano Administrativo

5. Facultad de Ciencias de la Administración

Aulas

Decanato

Secretaría

Sala de Uso Múltiple "Adrián

Rodríguez"

Aso. Escuela de Ciencias de la

Administración

AIESEC

Sala de Audiovisuales

6. Escuela y Colegio Asunción

7. Biblioteca

Bienestar Universitario y Trabajo

Social

Educación a Distancia

8. Aula de Postgrados

Educación Continua

9. Sala de Uso Múltiple

10. Bloque de Servicios Varios

Consultorio Dental

Compras

Inventarios

Bodegas

11. Auditorio

12. Portería

13. Facultad de Filosofía, Teología y

CC. Jurídicas

Decanatos

Secretarías

Aulas

Salas de Audiovisuales

Departamento de Audiovisuales

Laboratorios de Computo

14. Taller de Joyería, Carpintería,

Aula de Diseño

15. Taller de Aerografía, Cerámica,

Restauración

16. Facultad de Diseño

Aulas

Decanato

Secretaría

Laboratorio de Fotografía

17. Bloque de Servicios Generales

Almacén Universitario

Aulas de Inglés

Aulas varias

18. CEIAP

Directora

Secretaría

Maternal, Prekinder

19. Edificio de Ciencia y Tecnología

Aulas y Laboratorios

Asoc. Escuela de Ciencia y

Tecnología

20. Talleres y Laboratorios

Taller de Mecánica Automotriz

Aulas y Talleres de Esc. de

Electrónica

Taller de Mecánica Industrial

AIESEC

Sala de Audiovisuales

21. Bloque Administrativo de Ciencia y Tecnología

Decanato

22. Guardianía No. 2 y Taller de Mecánica

Las instalaciones con las que cuenta el campus universitario de la UDA provee de comodidad y genera un ambiente sereno para el estudio de los alumnos, posee una infraestructura adecuada de aulas, laboratorios, oficinas y espacios verdes; con los cuales la comunidad universitaria se beneficia notablemente.

3.4 ANALISIS DE LA PROMOCION

Como promoción la UDA ejecuta una serie de actividades para darse a conocer, entre ellas destacamos las siguientes:

- ❖ **Casa Abierta.-** Esta se la realiza en el mes de Abril de cada año en la cual se presentan exposiciones de las diversas carreras las mismas que están a cargo estudiantes quienes muestran las ventajas de cada carrera.

ACUDA' 2006
Aprende Cuenca en la Universidad del Azuay

II Casa Abierta para estudiantes secundarios
 26 de abril

I RESPONSABILIDADES Y CRONOGRAMA: Actividades preparatorias

| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | FECHA (hasta) |
|--|--|-------------------------|
| Plegables generales de todas las carreras | DGE | miércoles 15 de febrero |
| Informativos con pensum de carreras | DGE | miércoles 15 de marzo |
| Renovación de video carreras | DGE-Producción TV | lunes 3 de abril |
| Designación estudiantes guías (10 por facultad) | Presidentes Asociaciones de Facultad | lunes 3 de abril |
| Invitaciones a colegios | DGE | lunes 3 de abril |
| Solicitud estudiantes protocolo (6) | DGE | lunes 10 de abril |
| Capacitación estudiantes guías y protocolo | DGE-UDAFE | martes 18 de abril |
| Confirmación colegios asistentes (Hora, número de estudiantes) | DGE | viernes 21 de abril |
| Confirmación número de estudiantes expositores y profesores colaboradores (para refrigerios) | Directores de Escuela | viernes 21 de abril |
| Impresión identificaciones estudiantes guías | DGE | lunes 24 de abril |
| Solicitud refrigerios | DGE | lunes 24 de abril |
| Preparación exposiciones por carrera y estudiantes expositores* | Directores de Escuela-Comités de Escuela | lunes 24 de abril |
| Preparación exposición actividades culturales estudiantiles | Dto. Cultura-UDAFE | lunes 24 de abril |
| Notas y boletines de prensa | Relaciones Públicas | martes 25 de abril |
| Entrega de tickets para refrigerios, identificaciones de estudiantes guías e informativos con pensum de carreras | DGE-Directores de Escuela | martes 25 de abril |

***Para las exposiciones:** En caso de requerir apoyo del Dto. De Audiovisuales o de la Coordinación Administrativa será responsabilidad de cada Director de Escuela.

II RESPONSABILIDADES Y CRONOGRAMA: ACUDA'2006, Miércoles 26 de abril

| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | HORA (hasta) |
|--|--|--------------|
| Concentración de todos los estudiantes guías y protocolo en Auditorio | DGE | 08h30 |
| Exposiciones por carreras listas para abrir al público | Directores de Escuela-Comités de Escuela | 08h45 |
| Exposición de actividades culturales en BAR lista para abrir al público | Dto. Cultura-UDAFE | 08h45 |
| INICIO VISITA COLEGIOS SEGÚN HORARIO | | 09h00 |
| Visita de medios de prensa escrita y tv | RRPP | 11h00 |
| Refrigerios listos en Bar General y Bar CCTT (se solicitan con el ticket hasta el término de la jornada) | BAR | 10h45 |
| Cierre de jornada, arreglo de aulas y salas | todos | 13h30 |

III RESPONSABILIDADES Y CRONOGRAMA: EVALUACION

| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | FECHA (hasta) |
|--|-------------------------------|---------------------|
| Borrador informe general | DGE | martes 2 de mayo |
| Observaciones y recomendaciones por facultad | Decanos-Directores de Escuela | miércoles 3 de mayo |
| Observaciones y recomendaciones UDAFE-Asociaciones | UDAFE | miércoles 3 de mayo |
| Informe general final | DGE | viernes 5 de mayo |

ROLES Para ACUDA

| Persona | Actividad |
|--|---|
| Estudiantes guías (10 por facultad. se integran 10 equipos de guías) | Designados por las Asociaciones de facultad, son estudiantes capacitados para responder preguntas frecuentes de los bachilleres sobre temas generales de la Universidad y su facultad en concreto. Son responsables de dirigir y acompañar en todo el recorrido a los estudiantes de colegio, desde el auditorio hasta el bar, procurando que los estudiantes lleguen a visitar las carreras de su interés prioritario y resolviendo inquietudes. |
| Cordinador de equipos de Guías | Designado por la UDAFE es la persona encargada de verificar que cada equipo de guías estén integrados por un estudiante de cada facultad y disponibles al momento de terminar la charla en el Auditorio |
| Estudiantes de Protocolo (6 de la escuela de Turismo) | Ubicados en la entrada principal de la Universidad y al ingreso del Auditorio, son los encargados de organizar el ingreso de los estudiantes al Auditorio y recibir a sus profesores acompañantes. |
| Estudiantes expositores | Designados y coordinados por los Directores de Escuela o los profesores encargados de las exposiciones, son estudiantes capacitados para dialogar con los bachilleres en lenguaje sencillo, explicar las principales características, destrezas y perfil profesional de su carrera |

PROYECTO CASA ABIERTA
ACUDA 2006 Aprende Cuenca en la Universidad del Azuay

COLEGIOS
ASISTENTES:

| COLEGIO | ORIENTADORA | NO. Estudia | no. Acompañ | Facultades que prefirieron |
|--------------------|----------------------------------|------------------------|------------------------|---|
| Asunción | Lcdo. Carlos Amaya | 180 | 2 | CCTT; Medicina; Filosofía |
| Tecnico El valle* | Lcda. Zaida Jara | 93 | 1 | CCTT |
| Antonio Avila | Lcda. Carmen Aguilar | 110 | 3 | Ciencias de Administración |
| Salle | Lcdo. Hernan Perez | 160 | 1 | CCTT |
| Catalinas | Lcda. Maria del Carmen Garcia | 130 | 1 | Derecho, Diseño, Medicina, Filosofía |
| Alborada | Lcda. Hilda Trelles | 45 | 1 | CCTT, Diseño, Medicina |
| Cedfi | Carolina Vazquez | 42 | 2 | Produc TV, Derecho, Filosofia |
| Corazones | Sra. Ximena Fajardo | 88 | 2 | Administración, Filosofía |
| Julio Matovelle* | Lcda. Lorena Barros | 65 | 1 | CCTT |
| Porvenir | | 20 | 1 | |
| Técnico del Sigsig | | 25 | 1 | CCTT |
| Fausto Molina | | 15 | 1 | |
| Técnico Victoria | | 12 | 1 | Administración, Filosofía |
| TOTAL: | | 985 | | |

- ❖ **Charlas informativas.**- Están son realizadas en las instalaciones de la Universidad a partir del mes de mayo, con el fin de familiarizar a los estudiantes con el campus universitario, y todas sus instalaciones.

| Charlas Informativas a Colegios | | |
|--|---------------------------|--|
| Actividades | tiempo de duraci3n | Responsables |
| 1. Recibimiento a colegios visitantes | 5 a 10 minutos | Estudiantes de Protocolo |
| 2. Saludo de Bienvenida | | Directora General de Estudiantes |
| 3. Presentaci3n de Video de carreras de la UDA | 15 minutos | Directora General de Estudiantes |
| 4. Explicaci3n de los diferentes procesos a seguir para ingreso a la UDA | 10 A 15 minutos | Directora General de Estudiantes |
| 5. Entrega de Tripticos "Guia general de Carreras" | 3 a 5 minutos | Estudiantes de Protocolo |
| 6. Contestacion a preguntas sobre carreras de interes de estudiantes | | Directora General de Estudiantes Delegados de las diferentes carreras |
| 7. Organizaci3n de Grupos por carreras de interes | 5 minutos | Delegados de las diferentes carreras |
| 8. Recorrido por las diferentes facultades explicando las carreras que funcionan en cada una de ellas | 15 a 20 minutos | Delegados de las diferentes carreras |
| 9. Recorrido por todo el Campus Universitario | 15 minutos | Delegados de las diferentes carreras |

- ❖ **Visitas a Colegios.-** Se las realiza conforme los colegios interesados en conocer la oferta acad3mica de la UDA solicitan la ponencia respectiva, en esta se presenta un video de las carreras y el campus universitario y conjuntamente se entregan folletos informativos.

| PROMOCION OFERTA ACADEMICA UDA | | | | | | | |
|--------------------------------|--------|--------------------|-----------|----------|-------------|----------------------------------|---|
| | fecha | colegio | lugar | No. Estu | hora | apoyo estudiantes | observaciones |
| 1 | 30-Nov | Sagrados Corazones | uda/ACUDA | 87 | 08h30-10h30 | Medicina, derecho, psicologia | mas interés en medicina |
| 2 | 14-Dic | Corazón de María | colegio | 180 | 08h30-10h30 | | envío dctos examen ingreso |
| 3 | 19-Abr | Bilingüe | colegio | 130 | 09h00-11h00 | | |
| 4 | 26-Abr | Dominicano | colegio | 65 | 08H00-10H00 | | |
| 5 | 27-Abr | Israel | colegio | 75 | 14h00-16h00 | | |
| 6 | 03-May | Benigno Malo | colegio | 200 | 08h00-9h30 | | |
| 7 | 05-May | Santa Ana | colegio | | | | |
| 8 | 05-May | Tecnico Salesiano | colegio | | 11h30 | | |
| 10 | 06-May | Rafael Borja | colegio | | 08h00-12h00 | organizar stand/pedir transporte | OJO: CONFIRMAR FECHA PARA CHARLA EL 17 DE MAYO |
| 11 | 10-May | Los Andes | UDA | 28 | 09h00-11h00 | | |
| 12 | 11-May | Ciudad de Paute | colegio | 35 | 10H00-11H00 | | llevar dvd |
| 13 | 16-May | Garaicoa | colegio | 330 | 10h15-11h00 | | auditorio colegio |
| 14 | 25-May | Militar | colegio | | | | |
| 15 | 02-Jun | Salesianas | colegio | | 07h30-12h30 | pedir exalumnas | CASA ABIERTA |
| 16 | 30-May | Herlinda Toral | colegio | | 09h00 | | |

❖ **Becas:** Consideramos que las becas que otorga la institución es una forma de promoción con la que cuenta y gracias a esta muchos estudiantes se hacen merecedores de esta ayuda que brinda la UDA.

La Universidad del Azuay otorga becas a sus estudiantes considerando lo siguiente:

- a.- Situación económica**
- b.- Al mérito estudiantil**
- c.- Becas por Beneficio Social para sus docentes y administrativos.**
- d.- Becas por mérito deportivo**
- e.- Becas por representación estudiantil**
- f.- Diferentes Convenios (Curia) (UNP)**

Las becas correspondientes a los niveles primario, secundario se concederán por un año lectivo, mientras que las de nivel universitario se lo hará en forma semestral.

Las becas consisten en la exoneración total o parcial del pago de la colegiatura.

Las becas por situación económica se otorgarán a los estudiantes que demuestren poseer recursos económicos limitados, situación que será comprobada por la señora Trabajadora Social previa una visita domiciliaria, deberá haberse matriculada mínimo en tres materias (ciclo inmediato anterior) Los estudiantes que ingresen por primera vez a la Universidad, se recetarán solicitudes únicamente con promedio de sobresaliente. Los requisitos a presentar para este tipo de beca se otorgarán en el Dpto. de Bienestar Universitario.

De acuerdo a los puntajes obtenidos en la calificación de las solicitudes, los aspirantes podrán obtener becas con el descuentos del 25%, 50% y 75% del valor de la colegiatura. La calificación la determinan diferentes parámetros a considerar como son el ingreso familiar, número de miembros de familia, situación de vivienda, etc.

Las becas por mérito estudiantil, constituye un estímulo a los alumnos que en el ciclo inmediato anterior obtuviere el puntaje más alto en su curso, esto es con promedio Sobresaliente., en este tipo de beca, las Secretaría de cada Facultad comunicará al Comité de Bienestar Universitario la nómina de los estudiantes que se han hecho merecedores a la beca , esto es al final de cada ciclo.

Las becas por beneficio social se otorgarán a los docentes que tengan dos años de servicio ininterrumpido, y a los trabajadores que tengan un año de servicio ininterrumpido, haciendo extensivo este servicio para su cónyuge, e hijos que estudiaren en la Universidad o Unidad Educativa Asunción. Este beneficio para docentes y trabajadores no podrá extenderse más de dos becas por persona.

En ningún tipo de beca otorgada por la Universidad se considerará los derechos a pagar por concepto de Laboratorios, Ingles, talleres, etc.

Las Becas por mérito Deportivo se otorgarán a aquellos estudiantes que hubiesen participado en algún evento deportivo ya sea local 25%, nacional 50% e internacional 75%. (Ciclo inmediato anterior).

Tienen derecho también a beca aquellos estudiantes que sean elegidos representantes estudiantiles ante Consejo Universitario, Consejo Académico, Consejo de Investigaciones, Consejos Directivos de Facultad y Presidentes de la Asociación escuela de cada Facultad mientras ejerzan la representación, sin que para ello requieran presentar solicitud, la Secretaría General de la Universidad se encargará de remitir al Dpto. de Bienestar Universitario.

A más de este tipo de becas la Universidad tiene establecidos convenios con la Curia y la UNP para otorgar becas a los estudiantes de diferentes comunidades, así como también a los hijos de Periodistas.

Los estudiantes que hubieren sido favorecidos con cualquiera de las modalidades de beca, automáticamente se comprometen a colaborar en proyectos universitarios solicitados por la institución.

La beca es válida para el ciclo en el que se concede.

❖ **Sobre estudios y becas en el extranjero**

La Universidad, a través del departamento de Desarrollo Organizacional, encargado del área de Relaciones Internacionales, apoya para buscar y aplicar hacia programas de estudio en el extranjero.

La difusión de las becas y las distintas alternativas que ofrecen Universidades y Agencias de Cooperación, así como la información de los convenios suscritos y sus beneficios, puede llegar a través del correo electrónico, para ello es necesario que al momento de la prematricula ingresen el correo.

Si están egresados o graduados puedes pedir que se registre su correo enviando un mail a dge@uazuay.edu.ec.

La Universidad mantiene importantes convenios que permite a los estudiantes y docentes acceder a alternativas de estudio e investigación, además es posible realizar

Departamento Odontológico: Diagnóstico y atención gratuita, se cancela el valor de los materiales utilizados.

PROPUESTA

Nos permitimos sugerir como una nueva forma de promocionar a la Universidad del Azuay, elaborar un video en formato CD para enviar a los principales colegios nacionales y locales; en dicho CD podrán encontrar un mapa virtual que con un solo click puedan recorrer las instalaciones de la UDA, además encontrar información de las carreras con un amplio detalle que el que se pueda dar en una sola charla, formatos de solicitudes para admisión en la Universidad, y un pequeño video con testimonios de estudiantes de la UDA.

❖ PUBLICIDAD

La Universidad del Azuay actualmente no desarrolla mayormente el aspecto publicitario tanto interno como externamente, puesto que no se ve en la necesidad de hacerla ya que los diversos medios de prensa tanto escrita como radial y televisiva se encargan de publicar artículos que involucran a la institución ya que constantemente están enlazados para generar sus notas de prensa, así que esto es un beneficio que posee la UDA actualmente.

PROPUESTA 1

Consideramos necesario que la Universidad del Azuay debe tener una mayor organización en cuanto a este aspecto de la Publicidad, para lo cual sugerimos establecer un cronograma publicitario ya sea anual o semestral en el cual se haga

constar por lo menos las publicaciones fijas que se debe realizar, los medios en los que se publicará, la frecuencia y la persona o dependencia responsable.

CRONOGRAMA DE PUBLICACIONES PARA EL AÑO 2006

| PUBLICACIONES | MEDIOS | FRECUENCIA | FECHA | RESPONSABLE |
|--|---|---------------------|---|-------------------------------------|
| Anuncios de inscripciones y matriculas (fechas y carreras a acceder) | * Diario El Tiempo. * Diario El Mercurio | 2 veces por semana. | A partir del 3 de julio hasta 4 de agosto | Departamento de Relaciones Publicas |
| Saludos Protocolarios: 12 de Abril y 3 de Noviembre | * Diario El Tiempo. * Diario El Mercurio | 1 vez el día | 12 de Abril y el día 3 de Noviembre | Departamento de Relaciones Publicas |

PROPUESTA 2

Consideramos que la Universidad del Azuay debería realizar publicidad interna de una manera mas creativa, por lo cual nos permitimos sugerir la implementación de un **CENTRO DE VENTAS** exclusivamente con artículos universitarios como:

- E Esferos con el logo de la UDA
- E Carpetas universitarias
- E Camisetas, chaquetas en tonos azul y blanco con el logotipo de la Universidad
- E Además incluir un buzón de sugerencias para nuevos artículos que se puedan incluir.

Pues creemos sería una idea innovadora que además de dar motivación a los alumnos de la institución para llevar consigo algún artículo que los haga sentirse orgullosos de pertenecer a tan distinguido centro de instrucción superior como es la Universidad del Azuay, generaría un mayor interés por parte de los alumnos para crear nuevos implementos universitarios que pueden ser vendidos en este centro de ventas.

CAPITULO IV

4 ESTRATEGIAS ADICIONALES

4.1 ELABORACION DE FODA CRUZADO

Análisis FODA

Realizaremos un análisis de la Universidad del Azuay con ayuda de esta herramienta (FODA) para ver la situación de la misma, con esto podremos saber que oportunidades tiene de entrar al mercado, con que fortalezas cuenta y sobre todo a que tiene que enfrentarse con respecto a las amenazas y debilidades.

FORTALEZAS

1. Personal Docente Calificado
2. Campus Universitario amplio (cada facultad cuenta con su propio edificio)
3. Reconocimiento del CONESUP (Consejo Nacional de Educación Superior) como la primera Universidad a nivel Nacional que cuenta con el programa de Auto evaluación Institucional.
4. Adecuada ubicación geográfica
5. Nivel Académico alto
6. Modalidad académica por Créditos
7. Diversidad de carreras

OPORTUNIDADES

1. Posicionamiento por nivel académico

2. Pérdida de prestigio de la competencia
3. Alianzas estratégicas académicas con Hospital Universitario del Río y Universidades Locales, Nacionales e Internacionales
4. Facilidad para Diversificar las carreras existentes
5. Intercambios académicos y de capacitación

DEBILIDADES

1. Falta de programas de formación integral (seminarios, foros, conferencias, etc.)
2. No contar con sistemas de seguridad en caso de accidentes (incendios, inundaciones, terremotos, etc.)
3. Pérdida de relación con los estudiantes egresados.
4. Falta de capacitación para el personal administrativo
5. No se incluye dentro de los pensums como materia el idioma extranjero.

AMENAZAS

1. Apertura de nuevas Universidades en el medio
2. Mayor publicidad y promoción de la competencia
3. Alza en precios por la inestabilidad económica del país
4. Exigencia de la sociedad de aprendizaje de idiomas extranjeros
5. Riesgo de no aceptación de nuevas carreras que se implemente posteriormente, por parte de los estudiantes secundarios

FODA CRUZADO

1F-1D: Con el personal docente calificado que posee la UDA se puede desarrollar un cronograma de seminarios y conferencias que permitan cubrir las expectativas docentes y estudiantiles.

1F-4D: El personal Docente que labora en la Universidad tiene la formación adecuada para brindar la capacitación requerida y necesaria al personal administrativo de la institución.

2F-4O: al contar con un campus universitario amplio se podrá garantizar la infraestructura para la creación de nuevas carreras

5F-3O: Poseer un Nivel Académico alto permitirá realizar Alianzas estratégicas que beneficiarán para el desarrollo de la Universidad.

7F-1A: Mientras la competencia se dedica a introducirse en el mercado, la universidad del Azuay ofrece una amplia gama de carreras que tienen ya su prestigio asegurado.

3F-3O: El contar con el Reconocimiento del CONESUP nos permitirá afianzar y concretar las Alianzas Estratégicas.

4.2 DETERMINACION DE VARIABLES COMPLEMENTARIAS

AL PLAN DE MERCADEO

4.2.1 VENTAJAS COMPETITIVAS

Ventaja competitiva: Son todos aquellos atributos adicionales que posee un producto y/o servicio que le hace sobresalir y marcar una diferencia de los demás en el mercado.

Creemos importante hacer referencia que una de las principales ventajas competitivas que posee la Universidad del Azuay es la “*Modalidad Académica por Créditos*”; pues permite al estudiante la alternativa de adelantar materias optimizando tiempo y poder escoger el horario que le permita desenvolverse mejor en sus actividades diarias.

Otra ventaja competitiva es la “*Autoevaluación Institucional*” que es un “proceso sistemático de reflexión para comprender y explicar el nivel que ha alcanzado la institución. Su propósito es poder emitir juicios fundamentados que permitan la toma de decisiones tanto para consolidar fortalezas, como para enmendar errores”². Este proceso es considerado un pilar fundamental para alcanzar la excelencia, además este permite a la Universidad del Azuay colocarse en un lugar reconocido en el ámbito académico por la sociedad, como la primera Institución de Educación Superior que está generando gestión de calidad.

² Tríptico de Autoevaluación Institucional Marzo – Julio 2005

4.2.2 MARCA

“Una marca es una herramienta importante para lograr:

- *Posicionamiento*
- *Diferenciación*
- *Valor agregado confianza*
- *Incremento en ventas*
- *Homogenizar deseos”*³

La Universidad del Azuay forma su marca en base a:

- Su Nombre
- Su logo

A través de su nombre a logrado obtener prestigio en el medio pues ha sido creada con **Perseverancia, Fé e Ingenio** de todos quienes conforman la comunidad universitaria, y junto con su tradicional logo que desde el inicio como Pontificia Universidad Católica del Ecuador se ha mantenido hasta hoy como Universidad del Azuay, lo cual le ha permitido lograr una imagen corporativa que ha ayudado a encaminar la honrosa labor y compromiso con la sociedad cuencana y ecuatoriana.

³ ORTEGA, xavier. Curso de Graduación UDA. Modulo de Marketing Diciembre 2005.



PROPUESTA

Creemos importante y necesario que la Universidad del Azuay debe emprender una campaña cuyo objetivo primordial es el comprometerse a fomentar un aspecto al que no se le ha dado la importancia que corresponde, el mismo que es la falta de conocimiento de la Comunidad Universitaria sobre la **IMAGEN CORPORATIVA** que la institución posee. Ya que es un pilar fundamental en la marca y por ende en el posicionamiento de la Universidad tanto interna y externamente. Un item importante dentro de este el cual no es conocido adecuadamente es la **UTILIZACION DEL LOGO DE LA UDA** en los distintos textos o colores donde se vaya a incluir el logo, para lo cual sugerimos:

- Difundir conjuntamente con el apoyo de Federación de Estudiantes y Asociaciones de Facultad, mediante conferencias, foros tanto para personal como para estudiantes; sobre la utilización adecuada de las diferentes formas de logotipo que la UDA tiene.
- Envío de folletería a las distintas instituciones con las que se vaya a realizar campañas, acuerdos, cursos, etc., sobre las normas de la utilización de logo de la institución.

4.2.3 SERVICIO

La Universidad del Azuay se ha preocupado fundamentalmente en ofrecer un servicio de primera para los estudiantes, tratando de cubrir todas las expectativas o necesidades que tengan dentro y fuera de la universidad, a lo largo del tiempo que dure las respectivas carreras que estén cursando; es importante y necesario mencionar los principales servicios que la UDA ofrece que están directamente relacionados con el estudiante como por ejemplo:

- ❖ La facilidad de poder hacer los tramites de matriculación directamente desde Internet, brindándole una eficiente herramienta al estudiante optimizando los recursos y el tiempo.
- ❖ Un importante valor agregado que la Universidad del Azuay ofrece a los estudiantes y que ya mencionamos en este capítulo como ventaja competitiva es la Modalidad Académica por Créditos, la importancia de esta modalidad se fortalece cuando el estudiante puede adelantar las materias acomodando el horario de acuerdo a sus necesidades o requerimientos
- ❖ Debemos mencionar que gracias a la infraestructura universitaria que posee la UDA puede ofrecer a sus estudiantes las comodidades necesarias en cuanto a instalaciones se refiere; es decir, laboratorios equipados con tecnología adecuada, aulas de uso múltiples con equipos necesarios para un adecuado proceso de enseñanza – aprendizaje , talleres con las maquinarias y equipos de primera que permitan al estudiante la adecuada y eficiente aplicabilidad de los conocimientos aprendidos en las aulas.

- ❖ La UDA cuenta también con importantes espacios de esparcimiento y recreación como son el bar, las canchas, y espacios verdes que también son importantes en el fortalecimiento del ambiente universitario.

Con la Mayor de las consideraciones nos permitimos proponer el reforzamiento en algunos aspectos que son necesarios para lograr un servicio de calidad para los estudiantes como es la atención del personal administrativo de cada facultad, que a veces no es el deseado o no cubre las expectativas de los estudiantes, es importante implementar programas de capacitación que permitan alcanzar el nivel de excelencia deseado por todos lo que hacemos la Universidad del Azuay.

4.2.4 ALIANZAS ESTRATEGICAS

Con una Alianza Estratégica se logra beneficios como:

1. Relación Ganar – Ganar entre las dos instituciones
2. Reducir Costos
3. Posicionamiento
4. Internacionalización
5. Capacitación

En cuanto a Alianzas que ayudan a la imagen de la Universidad del Azuay podemos mencionar que mantiene excelentes convenios con instituciones de nivel superior, empresas y otras instituciones, que brindan apoyo académico tanto a estudiantes como a docentes y personal administrativo relacionado con las instituciones firmantes; entre las cuales se puede mencionar las mas relevantes:

INSTITUCIONES

DETALLE

- ✦ **Hospital Universitario del Río**

Es una importante alianza con esta institución puesto que para la Universidad del Azuay posee la carrera de Medicina, la misma que con esta alianza podrá fortalecer mas el proceso de aprendizaje basado primordialmente en la practica de los conocimientos previamente adquiridos. Mientras que para Hospital del Río representa posicionarse ante la sociedad con la ayuda de la imagen corporativa que la UDA ya posee en el medio.

- ✦ **Universidad: San Diego State University**

Esta es una alianza que mantiene la Universidad del Azuay ya que el propósito es el intercambio de docentes, personal administrativo y estudiantes tanto de la Universidad de San Diego como de la UDA, para acceder a programas de aprendizaje de idioma nativo y cultura.

- ✦ **Kutztown University Of Pennsylvania**

El objetivo de esta alianza de abrir un espacio de cooperación académica, investigación y servicio comunitario para ambas instituciones. A través de la Facultad de Diseño

- ✦ **Universidad de Buenos Aires – Argentina**

El objetivo es el apoyo en el desarrollo de cursos de Graduación para los estudiantes de la UDA en diferentes áreas. Actualmente para la Facultad de Administración de Empresas (Administración de Empresas, Sistemas), Facultad de Filosofía (Psicología), Facultad de Ciencia y Tecnología (Electrónica).

- ✦ **Universidad Casa Grande, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**

Tiene como objetivo el desarrollo simultaneo de Diplomado Superior en Gerencia de Gobiernos Seccionales en las instituciones mencionadas avalizandose académicamente entre si. Pudiendo apoyarse en caso de ser necesario con la colaboración de profesores entre las instituciones.

- ✦ **ACOTECNIC**

Es una alianza que permitió realizar todos los estudios de impacto ambiental para poner en marcha el proyecto Mazar. ACOTECNIC brinda la experiencia como consultora en el área antes mencionada y la UDA da el servicio.

- ✦ **Ilustre Municipalidad de Cuenca**

Una importante alianza que se mantiene para dar inicio al proyecto “Jardín Botánico”.

- **Fundación
GUAPONI** Con este vinculo la UDA puede acceder al apoyo de capacitadores para el desarrollo del programa “Formación de Lideres Sociales”.

- **FUNDACYT** Se mantiene una alianza muy grande con esta organización puesto que mediante la participación en concursos esta institución apoya económicamente a proyectos de investigación que la UDA ha generado.

- **Fundación
Carmen Pardo y
la Comunidad de
Madrid** Brindan Becas en España para la culminación del programa de “Formación de Lideres Sociales”.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Al concluir con el presente ensayo sobre “**PLAN DE MARKETING PARA LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY**” podemos mencionar lo siguiente:

- ➡ La institución funciona desde hace treinta y ocho años dentro del nuestro medio formando profesionales con sólidos conocimientos y con vocación de servicio a la comunidad.
- ➡ Una vez realizado un análisis minucioso y detallado en cuanto a su segmentación esta es realizada de acuerdo a los parámetros respectivos con los cuales se maneja como son clase social, tipo de colegio del que proviene que es una variable relevante dentro de la decisión de un posible alumno de la UDA ya que este factor incidirá de manera directa en los costos de la carrera que se elija.
- ➡ En cuanto al **TARGET GROUP** no creemos conveniente hacer una propuesta; pues la capacidad instalada actualmente para alumnos nuevos que tiene la UDA esta enfocada para brindar un servicio adecuado a 1235 estudiantes.
- ➡ Con respecto a posicionamiento, la Universidad del Azuay esta posicionada por su **NIVEL ACADEMICO** y posee una imagen sólida, de respeto y

confianza; esta imagen lo ha adquirido a través de la constancia y la seriedad institucional que ha demostrado.

- ➡ La Universidad del Azuay es una institución que se ha caracterizado siempre por velar y garantizar el futuro profesional de los jóvenes de la sociedad ecuatoriana, para ello a puesto en consideración diversas carreras enfocadas o basadas en las exigencias profesionales y técnicas de los espacios laborales a los cuales van a salir a afrontar y desenvolverse los estudiantes de la UDA.
- ➡ Uno de los beneficios que presta la UDA, es la categorización de sus alumnos por colegio de procedencia, en donde se logra homogenizar en 7 niveles con precios de crédito para cada uno de ellos.
- ➡ En cuanto a plaza podemos concluir afirmando que para la UDA la mejor forma de llegar al público es mediante la transmisión de usuarios. El campus y su Pagina Web son canales que mayor fuerza han tenido
- ➡ Con referente a la promoción que se realiza para la oferta de las diversas carreras la Universidad no utiliza los suficientes medios publicitarios. Si bien es cierto que muchas de las carreras no necesitan de publicidad, también es cierto que hay otras requieren de este apoyo para captar estudiantes.

RECOMENDACIONES

Finalizada la elaboración de este ensayo, creemos útil y necesario sugerir las siguientes recomendaciones a la “**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**”, para mejorar la oferta académica de pregrado:

- La Universidad del Azuay debería aplicar el Plan de Marketing con la finalidad de mejorar su promoción académica, considerar la posibilidad de diversificar su producto/servicio y dar mayor importancia a los diferentes servicios que ofrece a la comunidad.
- Creemos conveniente que la Universidad del Azuay debería tomar en consideración una herramienta muy útil para promocionar que es la publicidad, puesto que se sabe que la institución no realiza publicidad a través de medios en cuanto a la oferta académica que brinda, si esta se pusiera en práctica sería una nueva forma de dar a conocer al mercado las distintas carreras que posee la UDA y mediante esta se podría captar un mayor segmento de mercado o llegar a personas que no se encuentran dentro del segmento definido por la institución y probablemente crear nuevos segmentos de mercado, si la universidad así lo desea.
- Recomendaríamos como una manera de medir su posicionamiento el seguimiento los alumnos que ya hayan egresado para conocer su nivel de ocupación y de aceptación dentro de la sociedad, ya que la UDA debe

saber que tan aceptados son sus alumnos y en ese sentido se basara su posicionamiento.

- Es importante informar al público de su oferta académica por lo que recomendamos mediante la utilización de campañas publicitarias en el mes de marzo, que es cuando los estudiantes de los colegios requieren de esta información.

- Al realizar sus diversas promociones creemos conveniente que pueden ampliar las formas de llegar a los estudiantes de secundaria, una de ellas es hacer llegar a los diversos colegios interesados en la oferta académica de la UDA, un CD multimedia en el que pueda desplegarse con solo dar un click en la carrera que es de interés de los estudiantes toda la información sobre la misma, incluso con un mapa virtual de las facultadas con la finalidad que el alumno se interese y conozca de manera mas real y detallada el ambiente donde puede realizar sus estudios superiores. También se puede mostrar a través de este mismo CD una opción sobre todas aquellas gestiones que todo estudiante debe realizar para matricularse en la institución (modelos de solicitud de ingreso a la UDA, solicitudes de matriculas, etc.) formatos que pueden agilizar y facilitar al estudiante en el momento de cumplir con los tramites existentes. Esto ayudaría no solo a alumno sino también a la Universidad puesto que tendrían material completo dentro de este CD.

- Creemos que en el futuro estarán en capacidad de lograr mejores alianzas con universidades de mayor prestigio, también recordamos promover encuentros y pasantías a mayor escala.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- ✦ KOTLER, Philip, AMSTRONG Gary, ESCALONA Roberto, “FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA”, Edit. Pearson, Educación, México, 2003
- ✦ KOTLER, Philip: Armstrong Gory: “MARKETING”, Editorial Prentice Holl, Octava Edición 2001
- ✦ KOTLER, Philip: “DIRECCIÓN DE MARKETING”, Editorial Prentice Holl, Décima Edición 2001

PUBLICACIONES, FOLLETOS, AUTORES CORPORATIVOS

- ✦ INEC. 48VI Censo de Población y V de Vivienda 2001. Tomo I
- ✦ INEC. 48VI Censo de Población y V de Vivienda 2001. Resumen Nacional

INTERNET

<http://www.solomarketing.com>

<http://www.uazuay.edu.ec/campus/mapa.htm>

<http://www.inec.gov.ec>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de Encuesta aplicada

Universidad del Azuay
Facultad de Ciencias de la Administración
Escuela de Administración de Empresas

Con el fin de determinar el posicionamiento de la Universidad del Azuay, nos permitimos realizar la siguiente encuesta y esperamos contar con su colaboración:

1. Enumere en orden de importancia las principales características de la UDA?

a.....

b.....

c.....

d.....

2.Cuál considera Ud. Es el principal atributo diferenciador de la UDA con respecto a otras universidades?

—

—

3. ¿Cuándo escucha o lee artículos sobre la UDA qué es lo primero que se le viene a la mente?

—

4. Considera Ud. Que la Universidad del Azuay se ha posicionado a nivel local y nacional?

SI () Por qué?

—

NO () Por qué?

—

5. Si se tendría que Reposicionar la UDA que atributos o características propusiera:

a.....

b.....

c.....

6. ¿Que opina Ud. Sobre todos los Servicios que ofrece la UDA?

Anexo 2. Detalle de las carreras que oferta la Universidad del Azuay

Facultad de ciencias de la administración

- *Escuela de Administración de Empresas*

Duración

4 años diurno

4 ^{1/2} años nocturno

Descripción de la carrera

La Escuela de Administración de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay, prepara profesionales altamente calificados en el área de la Administración, con una sólida formación actualizada, que responda a las necesidades de la empresa del siglo XXI, lo cual les permitirá convertirse en líderes y agentes de desarrollo en la sociedad.

El ingeniero comercial, egresado de este centro de estudios, se convierte en un profesional visionario, flexible, organizado, proactivo, generador de empresas y socialmente responsable, cuyas decisiones se guía por sólidos principios éticos y morales, como son la justicia, la honradez y la solidaridad, es decir, verdadero agente de cambio.

Objetivos

Formación académica, científica y ética, con una amplia cosmovisión de la realidad nacional e internacional, le capacita para planificar, construir y conducir, con bases técnicas, organizaciones y empresas modernas y competitivas que contribuyan al desarrollo del país.

La consistente formación académica y humana que recibe el alumno, le prepara para solucionar, con conocimiento de los modernos principios de la administración, las finanzas, el marketing, las motivaciones de la sociedad en su conjunto y del individuo en particular, la gestión empresarial, así como la realidad nacional e internacional, los principales problemas que afronta la empresa en un mundo globalizado.

Título a obtener

Ingeniero Comercial

- *Escuela de Contabilidad Superior*

Duración

4 años diurno

4 ^{1/2} años nocturno

Descripción de la carrera

El contador público graduado en la Escuela de Contabilidad Superior de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay, es un especialista en sistemas de información y control de las actividades económicas y financieras de las empresas y otros organismos.

Objetivos

Poseer una excelente formación académica, científica – tecnológica y una sólida base de valores éticos y morales, preparado para afrontar con eficiencia el reto del presente milenio; su rol dentro de la empresa es desempeñarse como auditor interno o externo, comisario, asesor contable, asesor contable y tributario. Lo cual le prepara para planificar,

Dirigir y ejecutar la contabilidad de las entidades públicas y privadas.

Su actividad puede ser desarrollada tanto independientemente, prestando su servicio en consultoría como en relación de dependencia en organizaciones privadas, o en el sector gubernamental o en el ámbito jurídico realizando certificaciones o peritajes a pedido del juez.

Además estará preparado para el trabajo en equipo, ejerciendo su actividad profesional con sentido crítico, analítico y creativo.

Título a obtener

INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

- *Escuela de Ingeniería de Sistemas*

Duración

5 años

Descripción de la carrera

Desde Octubre de 1998 se iniciaron las actividades en la Escuela de Ingeniería de Sistemas, cuyo objetivo es el de formar profesionales en Ingeniería de Software con un tiempo de estudios de 10 semestres, dicha carrera otorga el título de fin de carrera de “Ingeniero de Sistemas”.

En la carrera, se dicta bases conceptuales y prácticas enmarcadas en las tendencias actuales en el campo Informático mediante la inclusión de conceptos y tecnologías actuales, luego de lo cual nuestros egresados están en capacidad de analizar, desarrollar e implementar sistemas de información que involucren redes y comunicaciones, bases de datos, y herramientas de cuarta generación.

En base al objetivo, podemos expresar el perfil profesional de nuestros estudiantes egresados de la carrera de Ingeniería de Sistemas, en los siguientes términos:

Objetivos

- a. Dotar a los estudiantes de la formación necesaria, para que el nivel de conocimientos impartido pueda ser reconocido adecuadamente por Universidades del país y el extranjero.
- b. Impartir a los aspirantes las bases teórico-práctica necesarias, para que los graduados puedan optar por carreras de especialización.
- c. Crear una carrera teórico-práctica, de tal manera que los estudiantes al terminar la misma puedan inmediatamente involucrarse en los diferentes sectores:
 - Docentes de nivel superior.
 - Privados: industria, comercio, banca
 - Públicos y semipúblicos.

Título a obtener

Ingeniero en Sistemas

▪ *Escuela de Economía*

Duración

4 ^{1/2} años

Descripción de la carrera

El profesional economista está formado para desarrollar un amplio sentido crítico y propositivo, con responsabilidad social, espíritu solidario y con una

profunda convicción ética y moral que le capacite para desempeñarse como líder responsable y creativo frente a situaciones que se presenten en un mundo globalizado del siglo XXI.

Objetivos

El profesional economista graduado en la Escuela de Economía de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay, tiene un conocimiento amplio y crítico de los fundamentos teóricos de la disciplina, por lo tanto, está capacitado para analizar la evolución de la economía nacional y mundial, determinar sus tendencias futuras. Asimismo, está preparado para analizar el efecto de las medidas de carácter económico que adopte el gobierno y para proponer alternativas.

Se podrá desempeñar en los campos de la investigación, asesoría o como analista económico. Además recibe una consistente formación académica de primer nivel en el área de la ecología y del desarrollo sustentable que le convierte en un actor de la evaluación del impacto ambiental y en la preservación del medio ambiente.

La formación impartida por la Escuela le permite manejar adecuadamente lo requerido para dirigir y gerenciar empresas particularmente en el ámbito de las finanzas, el desarrollo y los proyectos de inversión.

Título a obtener

Economista

Facultad de Ciencia y Tecnología

- *Escuela de Biología del Medio Ambiente*

Duración

4 ^{1/2} años

Descripción de la carrera

Con el acelerado avance de la tecnología, el hombre ha olvidado que es parte de la naturaleza y que debe vivir de acuerdo a sus leyes. Este avance desordenado nos ha conducido al deterioro paulatino del ambiente, con las graves consecuencias que estamos viviendo o que veremos muy pronto.

Por un Mundo ambientalmente sano, socialmente justo y económicamente sustentable, donde la acción no debe quedarse solo en palabras...

Si te sientes identificado con este llamado especial para admirar, estudiar, disfrutar, investigar la belleza de la naturaleza y proponer alternativas científicas, la Escuela de Biología del Medio Ambiente, fundada en el año de 1989, te ofrece una formación técnica y académica para llevar a cabo este objetivo.

Objetivos

El Biólogo es formado en las áreas del conocimiento científico con la finalidad fundamental de conocer, comprender y proteger la biodiversidad ecuatoriana dentro de una visión de sustentabilidad. Para ello está en constante vinculación con el campo, el bosque, la selva y el ambiente costero a través de salidas de campo en las que se integran los conocimientos teóricos con la realidad.

Título a obtener

Biólogo

- *Escuela de Ingeniería Agropecuaria*

Duración

5 años

Descripción de la Carrera

La Ingeniería Agropecuaria es una carrera eminentemente práctica, con un pensum flexible, acorde a la demanda del sector que abarca materias básicas, materias de apoyo y materias de especialización. Se cuenta con los respectivos laboratorios de

sanidad vegetal, entomología, suelos, bovinotecnia, Química, Suelos, etc. Se dispone de dos Unidades Agropecuarias Productivas, ubicadas en diferentes pisos climáticos: una en Quingeo (20 Has) y otra en La Paz (130 Has). Cada una de las Unidades Agropecuarias Productivas cuenta con la infraestructura necesaria para garantizar un correcto y elevado nivel de aprendizaje como aulas, equipos y maquinaria agrícola, etc.

Objetivos

- Liderar la educación agropecuaria, en la región austral del país.
- Transformar la educación agropecuaria mediante currículos integrales y flexibles, sustentados en la investigación y en la producción agropecuaria, de acuerdo con la demanda del sector y el mercado de trabajo.
- Fomentar y promover la investigación y producción agropecuaria, a través de la ejecución de proyectos sustentables.
- Coadyuvar a la solución de los problemas del sector agropecuario de la región, mediante la extensión universitaria.
- Incentivar en el estudiante la necesidad de continuar su capacitación profesional, de acuerdo al avance de la ciencia, la tecnología y los requerimientos de su desempeño profesional.

Título a Obtener

Ingeniero Agropecuario

- *Escuela de Ingeniería de Alimentos*

Duración

5 años

Descripción de la carrera

Los recursos humanos de las Industrias son la clave de la competitividad; por ello, la Universidad del Azuay prepara a los futuros profesionales Ingenieros en Alimentos para su trabajo dentro del mundo empresarial e institucional, proporcionando los elementos necesarios para optimizar su formación.

Título a obtener

Ingeniero en Alimentos.

- *Escuela de Ingeniería Electrónica*

Duración

5 años

Título a obtener

Ingeniero Electrónico.

Campo ocupacional

Los Ingenieros Electrónicos estarán capacitados para la planificación, diseño y construcción de sistemas de automatización para la industria, para asimilar e innovar tecnología en el área de las telecomunicaciones, para laborar en empresas de servicios públicos, así como para ejercer independientemente su profesión a través de oficinas de servicios y asesoría.

- *Escuela de Ingeniería Mecánica Automotriz*

Duración

5 años

Objetivos

El Ingeniero Mecánico Automotriz será un profesional con sólidos conocimientos científicos y tecnológicos en el área, con capacidad para:

- Administrar empresas y talleres automotrices.
- Desarrollar y ejecutar programas de mantenimiento.
- Diseñar y construir instalaciones eléctricas, hidráulicas, neumáticas y elementos mecánicos para automotores.
- Reconstruir mecanismos de los automotores.
- Evaluar y desarrollar programas de mitigación ambiental por fuentes móviles.

Título a obtener

Ingeniero en Mecánica Automotriz

- **INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES**

Duración

5 años

OBJETIVOS DE LA CARRERA:

Generar profesionales con una sólida formación, soportada tanto por principios éticos y morales como por conocimientos técnico-científicos, capaces de analizar, evaluar, diseñar, mejorar, operar y administrar procesos de producción y operaciones para proveer a la sociedad con bienes tangibles e intangibles mediante criterios sustentados en una visión sistémica u holística de las organizaciones. Con su formación multidisciplinaria y su visión de conjunto, estarán en capacidad de administrar los procesos de mejoramiento continuo.

PERFIL PROFESIONAL

- **PLANIFICACIÓN:**
Desarrollar estructuradamente planes y programas, políticas y procedimientos que ayudarán a las organizaciones a funcionar de forma sistémica y cumplir con sus objetivos y metas.
- **ORGANIZACIÓN:**
Crear estructuras basadas en personas, grupos, departamentos y divisiones para lograr los objetivos.
- **RECURSOS HUMANOS:**
Determinar los requerimientos de personal y la mejor forma de reclutarlos, entrenarlos, aprovechar de sus capacidades en bien de la organización.
- **LIDERAZGO:**
Liderar, supervisar y motivar al personal para cumplir las metas propuestas.
- **CONTROL:**
Determinar los parámetros y desarrollar las redes de comunicación necesarias para asegurar que el recurso humano lleve a cabo responsablemente los planes aprobados por la dirección, logrando los objetivos comunes con excelencia.

TÍTULO OFERTADO

Ingeniero de Producción y Operaciones

CAMPO OCUPACIONAL:

La forma de aplicar el proceso de administración en las decisiones que ellos deberán tomar como Ingenieros en la función de Gestión de Producción y Operaciones y en las actividades que deberán ejecutar en su vida profesional, se cristalizan en la mayoría de casos de la siguiente manera:

| FUNCION | ÁMBITO DE ACCIÓN |
|--|--|
| Investigación y Desarrollo | Dirige la investigación y desarrollo de productos e Ingeniería del Producto. |
| Ingeniería de Producto | Diseño eficiente de productos para optimizar la utilización de los recursos de la Planta. |
| Ingeniería de Procesos | Diseño, desarrollo y evaluación de herramientas de producción, equipos y procesos. |
| Planificación y Construcción de Plantas | Planifica, organiza la disposición de planta, controla su construcción y hace mantenimiento de las mismas. |
| Adquisiciones | Escoge la mejor fuente de aprovisionamiento de acuerdo a las especificaciones, tiempo de entrega y precio. |
| Ingeniería Industrial | Determina el más eficiente uso de máquinas, espacio y personal. |
| Ingeniería de Métodos | Busca la mejora de procedimientos en la Planta. |
| Planificación de Producción y Control de Inventarios | Programa los procesos de manufactura y administra eficientemente el inventario. |
| Sistemas de Manufactura | Aplica la metodología, modelos y procedimientos matemáticos de sistemas de información gerencial a operaciones de manufactura. |
| Aseguramiento de Calidad y Control de Calidad | Revisa diseños, productos y procesos para asegurar que se han cumplido los objetivos de calidad. |
| Mantenimiento | Se concentra en diseñar sistemas y procedimientos que crean y mantengan un sistema confiable. |

Facultad de Diseño

- *Escuela de Diseño*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La estructura curricular de la Facultad de Diseño presenta una duración de cuatro años, considerando un año de instrucción básica y tres años de especialización incluida una pasantía y la tesis.

La carrera plantea que en el primer año (primero y segundo ciclo) los estudiantes desarrollen las habilidades y destrezas en el diseño básico, manejo de tecnologías y expresión gráfica. De modo que para el tercer ciclo los alumnos estarán en capacidad de aplicar estos conocimientos y destrezas en una determinada rama de especialización.

Las carreras se presentan por áreas afines: área de comunicación visual (gráfico), área de productos, área de moda y textiles y área de diseño de interiores.

El conocimiento del mercado está presente desde los primeros años a nivel de información, y en los últimos años forma parte fundamental de los proyectos de diseño.

En el último ciclo se contempla la elaboración de un gran proyecto final de especialización en un determinado método productivo (artesanal o industrial) y que es considerado como el proyecto de graduación.

El estudiante se matriculará desde el primer ciclo en una de las cuatro carreras ofertadas.

Objetivos

- Formar profesionales en el área del diseño de objetos, textil, gráfico y de interiores, pretendiendo de esta manera contribuir positivamente al desarrollo regional, a partir de una producción propia sobre las bases de la identidad cultural.
- Fortalecer el diseño y la tecnología del medio en orden a la producción artesanal, semi industrial e industrial.

- Crear un fortalecido nexo entre el desarrollo académico y las necesidades sociales, locales y nacionales.
- Formar profesionales altamente capacitados en el campo del diseño, sobre la base de educación integral humanista y técnico profesional, en la creatividad y compromiso con el medio local y nacional.

Título a obtener

Diseñador de: *Objetos, Textiles, Gráfico o de Interiores.*

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

- *Escuela de Psicología Psicología Clínica*

Duración

5 años (2 años de comunes y 3 de especialidad)

Descripción de la carrera

La psicología Clínica es una especialidad teórica y práctica de la Psicología, que aborda la problemática emocional, de adaptación y de salud mental.

Objetivos

Formar Psicólogos Clínicos a nivel de Licenciatura, mediante una formación Interdisciplinaria y esbozar los modelos clínicos: Psicoanalítico, Cognitivo-Conductual y de Familia.

Título a obtener

Psicólogo Clínico, luego de realizar una Tesis y sustentarla

- *Escuela de Psicología Psicología Laboral y Organizacional*

Duración

5 años (2 años de comunes y 3 de especialidad)

Descripción de la carrera

En la actualidad, el factor humano es reconocido como el más importante y decisivo para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Prácticamente no existen áreas de especialización en las organizaciones en las que no intervengan los procesos humanos las relaciones interpersonales.

El graduado de la carrera en Psicología Laboral y Organizacional es un experto en varios campos y su contribución al logro de metas organizacionales es cada vez más importante. Donde quiera que se den las relaciones interpersonales, ahí será relevante la participación de nuestro graduado.

Objetivos

Hoy en día es necesario buscar nuevas herramientas que fortalezcan y/o mejoren los procesos organizacionales tanto en el ámbito administrativo como operativo, basándonos en un objetivo común: “Lograr la eficiencia requerida para llegar a optimizar los recursos organizacionales en base al Talento Humano”.

Es por eso que la Universidad del Azuay cuenta con la especialización de Psicología Laboral y Organizacional dentro de sus diferentes carreras. Los objetivos planteados para la formación de esta carrera fueron:

Proporcionar profesionales altamente calificados que colaboren en el desarrollo de las empresas basado en la optimización eficaz del Talento Humano. Otorgar a la sociedad personas preparadas, para que conjuntamente se vaya buscando y logrando el bienestar del trabajador, con la única finalidad de obtener el mayor nivel de productividad y rendimiento laboral.

Título a obtener

Psicólogo Laboral y Organizacional

- **Escuela de Psicología Psicología Educativa y Terapéutica**

Duración

5 años (2 años de comunes y 3 de especialidad)

Descripción de la carrera

La labor de los Psicólogos Educativos no se reduce a la Orientación Vocacional y Profesional, sino que debe abarcar otras áreas del comportamiento; esto es a los problemas conflictos que puedan tener los alumnos en el campo del aprendizaje y conducta de los mismos; ésta es precisamente, la función de la Psicología Educativa Terapéutica.

Objetivos

Buscamos formar un Profesional universitario académico con sólida formación teórica y práctica en el campo psicopedagógico y mejoramiento de la conducta del alumno en relación con los problemas de aprendizaje. Su función se dirige a atender al estudiante en su realidad de desarrollo y formación, con proyección hacia su realización personal y servicio a la sociedad.

Título a obtener

Licenciado en Ciencias de la Educación, Especialidad Psicología Educativa Terapéutica

- **Escuela de Turismo**

Duración

4 años

Descripción de la carrera

Por el Ecuador y en particular el Austro cuenta con un enorme potencial turístico lo que llevó a la creación de la Escuela de Turismo para formar profesionales en la rama: Guías Superior de Turismo y Licenciatura.

Objetivos

Formar profesionales con conocimientos humanísticos, técnicos y administrativos, capacitados para desempeñarse en actividades de turismo nacional e internacional, así como en la atención de la planta turística.

Proporcionar una adecuada formación en cultura general y especializada, complementada con trabajos de seminarios, prácticas de campo y pasantías en empresas del área turística.

Título a obtener

Guía Superior de Turismo. Luego de 2 años, con un Trabajo Académico Licenciado en Turismo. Luego de 4 años, con Tesis. Idioma Extranjero

- *Escuela de Comunicación Social y Publicidad*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La carrera de Comunicación y Publicidad ha sido diseñada para formar profesionales con una visión propia de las diferentes teorías de la comunicación, capacidad investigativa y dominio en el manejo de las metodologías, lenguajes, códigos, herramientas y técnicas de la Comunicación Social actual, para aplicarlas con creatividad y profesionalismo tanto en el ejercicio del periodismo, como de la comunicación organizacional, la comunicación educativa, la publicidad y el mercadeo.

Objetivos

Formar profesionales con bases éticas y profesionales que les permita ejercer su labor de comunicadores respaldados en conocimientos científicos y prácticos.

Título a obtener

Licenciado en Comunicación Social y Publicidad
Con la realización y exposición de la tesis de grado.

- *Escuela de Educación Especial y Preescolar*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La Escuela de Educación Especial está organizada en 2 divisiones: Educación Especial e inicial y Estimulación Temprana e Intervención Precoz. Cada una de ellas ofrece diferentes áreas de Educación y de Especialización.

- 1.- La Escuela de Educación Especial con énfasis en Educación Especial e Inicial, prepara el futuro profesional para trabajar con personas con necesidades educativas especiales y con niños de edades comprendidas entre los años 0 y 6 años.
- 2.- Las Escuelas de Educación Especial, con énfasis en Estimulación Temprana e Intervención Precoz, enfoca hacia los niños especiales, entre los 0 y 5 años, niños de Alto riesgo y sus familiares, en un trabajo interdisciplinario, educativo y terapéutico.

El Programa es implementado por una amplia experiencia en Investigación y enseñanza, diversos centros, con los que la escuela mantiene Convenios.

Además se ofrece variedad de cursos relacionados con la carrera, que estén abiertos a los docentes y profesionales que estén dentro del campo de la Educación Especial.

El Profesional graduado en Educación Especial puede luego de finalizar su carrera optar la Maestría en las áreas que ofrece la Universidad. Todos los estudiantes con admitidos en la finalidad de que alcancen su tercer nivel luego de 4 años de estudio, investigación y extensión, 14 meses de prácticas preprofesionales y la realización de su Trabajo de grado.

Objetivos

El objetivo principal de la carrera es formar profesionales que trabajen dentro del área de Educación Especial, y con niños de edad inicial, con los diversos tipos de discapacidades, y a profesionales en el área de la Estimulación Temprana e intervención Precoz.

Título a obtener

Licenciado en Ciencias de la Educación, Especialidad Educación Especial y Preescolar, con la elaboración de tesis y sustentación.

- **Escuela de Educación Especial Estimulación Temprana e Intervención Precoz**

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La Escuela de Educación Especial está organizada en 2 divisiones: Educación Especial e inicial y Estimulación Temprana e Intervención Precoz. Cada una de ellas ofrece diferentes áreas de Educación y de Especialización.

- 1.- La Escuela de Educación Especial con énfasis en Educación Especial e Inicial, prepara el futuro profesional para trabajar con personas con necesidades educativas especiales y con niños de edades comprendidas entre los años 0 y 6 años.
- 2.- Las Escuelas de Educación Especial, con énfasis en Estimulación Temprana e Intervención Precoz, enfoca hacia los niños especiales, entre los 0 y 5 años, niños de Alto riesgo y sus familiares, en un trabajo interdisciplinario, educativo y terapéutico.

El Programa es implementado por una amplia experiencia en Investigación y enseñanza, diversos centros, con los que la escuela mantiene Convenios. Además se ofrece variedad de cursos relacionados con la carrera, que estén abiertos a los docentes y profesionales que estén dentro del campo de la Educación Especial.

El Profesional graduado en Educación Especial puede luego de finalizar su carrera optar lo la Maestría en las áreas que ofrece la Universidad.

Todos los estudiantes con admitidos en la finalidad de que alcancen su tercer nivel luego de 4 años de estudio, investigación y extensión, 14 meses de prácticas preprofesionales y la realización de su Trabajo de grado.

Objetivos

El objetivo principal de la carrera es formar profesionales que trabajen dentro del área de Educación Especial, y con niños de edad inicial, con los diversos tipos de discapacidades, y a profesionales en el área de la Estimulación Temprana e intervención Precoz.

Título a obtener

Licenciado en Ciencias de la Educación, Especialidad Estimulación Temprana e Intervención Precoz, con la elaboración de tesis y sustentación.

Facultad de Ciencias Jurídicas

- *Escuela de Derecho*

Duración

5 años

Descripción de la carrera

La carrera de Ciencias Jurídicas de la Universidad del Azuay está conformada por cinco años de estudio presencial que miran a la formación académica integral y actualizada del alumno, a fin de que se constituyan en profesionales con conocimientos actuales sobre la doctrina, los principios jurídicos y la ley, enmarcados dentro de las áreas del Derecho Público, Civil, Penal y Económico.

Objetivos

Ofrecer una sólida formación profesional integral en los campos teórico-prácticos del quehacer jurídico. Capacitar al alumnado en las diferentes ramas del Derecho Público y Privado.

Formar profesionales que ejerzan el derecho con una visión clara de la dinámica jurídica que es connatural de nuestra disciplina con una concepción filosófica de la justicia y con una mística por la solución de los graves problemas sociales de nuestra realidad.

Preparar profesionales del derecho que enfrenten la nueva problemática jurídica, con una nueva legislación, que sea producto de sus conocimientos especializados y que se expresen en normatividad renovada, en contenidos progresistas, acorde con los tiempos.

Título a obtener

Al final de carrera se otorgará el Título Profesional de Abogado de los Tribunales de Justicia de la República

- *Estudios Internacionales Mención Comercio Exterior*

Duración

4 años

Descripción de la carrera

La Universidad del Azuay, consciente de su rol en la sociedad y ante la necesidad de ofrecer alternativas académicas acorde a la nueva realidad mundial y de los procesos de globalización y globalismo, ha permanecido a la vanguardia en la educación superior en la región. Además que existen en la ciudad y la región una falta de profesionales solventes en el idioma Inglés, con formación y conocimiento de la realidad y la economía internacionales, para que sean agentes de desarrollo capaces

de interceder en el acceso a la tecnología de punta, a procesos de inversión y desarrollo económico, así como del contacto y relaciones políticas y culturales con los polos de desarrollo mundial. Se ha visto esto como un imperativo.

Se ha detectado además que la ciudad de Cuenca ha previsto como uno de sus objetivos a largo plazo se centra en el desarrollo económico, la ecología y el turismo. Turismo, significa contacto internacional, fundamentalmente. Es preciso, entonces, fortalecer esa área con profesionales que puedan con mentalidad renovada liderar esa orientación a futuro. En el ámbito de la economía, está por demás señalar la necesidad de una clara comprensión de cómo funcionan los sistemas financieros mundiales y sus opciones para el Ecuador. Del mismo modo la gestión y relaciones con el ámbito internacional,

tales como con la Comunidad Europea, los bloques del Asia/Pacífico, el MERCOSUR, la Comunidad Andina, y organismos como el FMI, BID, CAF, UNESCO, etc., hacen imprescindible el conocimiento de los mecanismos y requerimientos para la consecución de fondos para el desarrollo económico y social.

Objetivos

Proporcionar a la ciudad y a la región profesionales con formación en la realidad internacional, a través de cuyos agentes la colectividad pueda acceder a una mejor inserción en la nueva realidad política, económica, cultural y tecnológica internacional acorde al nuevo proceso de la globalización. Ofrecer una formación académica que responda a las nuevas realidad de la geopolítica mundial.

Desarrollar aptitudes y formación en la historia, la economía, y la realidad internacionales, así como de competencias y destrezas lingüísticas, administrativas, comunicacionales, uso de tecnología digital, liderazgo, ética profesional y gran sentido de responsabilidad social.

Título a obtener

Licenciado en Estudios Internacionales, mención Comercio Exterior, previa la realización y exposición de una Tesis de grado

- *Escuela de Teología*

Descripción de la carrera

Si uno de los principios fundamentales de la Universidad del Azuay es su humanismo cristiano, la Facultad de Teología es su máxima expresión. Ella como

toda entidad de ésta naturaleza, tiene como misión prioritaria servir al diálogo vivo entre fe y razón; más aún, en el mundo actual de postmodernidad, está para responder a las exigencias temporales - seculares y a las características especiales de la misma, es decir, buscar una identidad con el hombre de hoy.

La Facultad de Teología de la Universidad del Azuay que considera que tanto significado y exigencias, como doctrina y praxis deben caminar juntas, sabe que aquello implica compromisos muy graves: compromiso con una visión especial del mundo en el que vivimos, compromiso con el deber de construir una civilización del amor, de la paz y de la justicia.

Objetivos de la Carrera

Capacitar en un pensamiento serio, crítico y coherente con la realidad ecuatoriana, tanto en filosofía como en teología, acordes con la realidad latinoamericana y ecuatoriana.

Desarrollar una conciencia solidaria desde un espíritu cristiano liberador y desde una opción preferencial por los pobres. Contribuir a través de la reflexión filosófica y teológica a desarrollar una identidad cultural propia. Difundir los resultados de las reflexiones filosóficas y teológicas.

Título a obtener

Licenciado en Teología

Facultad de Medicina

Duración

5 años de carrera y 1 de internado.

Descripción de la Carrera

La formación del médico comprende los siguientes periodos:

2 años de ciencias básicas.

½ año para diagnóstico clínico, laboratorio e imagen.

2 ½ años para estudio y experiencia clínica:

1 año para internado, ya sea en medicina familiar o en las áreas clínicas básicas.

Luego de completar esta formación, se obtiene el título de Médico, lo cual no significa terminar la carrera, El médico puede optar por las, siguientes especialidades:

" Salud Familiar

" Medicina Interna

- " Cirugía
- " Pediatría
- " Obstetricia y Ginecología

Objetivos

Formar profesionales de excelencia académica y con una sólida conciencia social; con un compromiso firme de superación científica permanente y de luchar por la vida y la salud, brindando sus servicios a toda la sociedad en especial a los sectores que más lo necesitan.

Formar seres humanos con una amplia visión del mundo actual dispuestos a luchar por una sociedad más justa y equitativa.

Título a obtener

Médico, y luego especialistas en Salud Familiar u otros campos de la Medicina.