



UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ASIGNATURA:  
FORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN III

PROYECTO:  
ESTUDIO DE PERTINENCIA Y MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN PROGRAMA PROFESIONAL  
UNIVERSITARIO EN MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES EN LA UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR DE LA  
CIUDAD DE BARRANQUILLA

ESTUDIANTES:  
ALVARO NAVARRO HERNÁNDEZ  
ALEJANDRA GUZMAN CARBONELL  
JOSE ROCHA CHARRIS  
KENNETH DAVID ISAZA BEGAMBRE  
ZABDIL PEÑA GÓMEZ

TUTORA:  
INGENIERA MARIA AUXILIADORA IGLESIAS NAVAS

2020

# CONTEXTO DEL EQUIPO DE TRABAJO



# OBJETIVOS

## Objetivo general:

- Identificar la necesidad de crear un programa profesional universitario en marketing y negocios digitales en la Ciudad de Barranquilla.

## Objetivos específicos:

- Analizar el estado actual de la educación en el área del programa a nivel nacional e internacional.
- Identificar las necesidades del medio relacionadas con la propuesta de formación.
- Identificar las tendencias de la disciplina o profesión a nivel local, regional, nacional e internacional, relacionadas con la propuesta de formación.
- Establecer la demanda en la ciudad para la oferta de un programa en el área de Publicidad y mercadeo.



# METODOLOGIA

Para la consecución de los objetivos de este estudio, se desarrolló una investigación de corte descriptivo con la utilización de los paradigmas cuantitativos y cualitativos. Se realizó recolección de información primaria y secundaria.



## Información primaria:

- Encuesta a 104 empresarios
- Encuesta a 110 estudiantes de educación media, programas técnicos y tecnológicos.

## Información Secundaria:

- Teorías de: Marketing
- Revisión de planes de desarrollo nacional, departamental y local
- Revisión de programas similares a nivel local, regional, Nacional e Internacional.

# RESULTADO 1

## Estado actual de la educación en el área a nivel nacional e internacional

### NACIONAL:

N°	Nombre de la institución	Modalidad	Programa	Créditos	Periodos	Ciudad
1	FUNDACION UNIVERSITARIA INTERNACIONAL DE LA RIOJA - UNIR	VIRTUAL	NEGOCIOS INTERNACIONALES	144	8	BOGOTA
2	CORPORACION UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA	VIRTUAL	NEGOCIOS INTERNACIONALES	154	9	BOGOTA
3	CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON	VIRTUAL	MARKETING	144	9	MEDELLIN
4	POLITECNICO GRANCOLOMBIANO	VIRTUAL	NEGOCIOS INTERNACIONALES	135	9	BOGOTA
5	FUNDACION UNIVERSITARIA INTERNACIONAL DE LA RIOJA - UNIR	VIRTUAL	MARKETING Y PUBLICIDAD	147	9	BOGOTA
6	UNIVERSIDAD EAN	VIRTUAL	MARKETING	144	9	BOGOTA
7	CORPORACION UNIVERSITARIA REMINGTON	VIRTUAL	MARKETING	144	9	MEDELLIN
8	CORPORACION UNIVERSITARIA DE ASTURIAS	VIRTUAL	NEGOCIOS INTERNACIONALES	146	8	BOGOTA
9	UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE	VIRTUAL	NEGOCIOS Y FINANZAS INTERNACIONALES	140	8	BARRANQUILLA
10	CORPORACION UNIVERSITARIA AMERICANA	VIRTUAL	NEGOCIOS INTERNACIONALES	159	9	BARRANQUILLA

# INTERNACIONAL:

N°	Nombre de la institución	Modalidad	Programa	Periodos	País
1	La Universidad autónoma de México	PRESENCIAL	mercadotecnia y publicidad	8 SEMESTRES	MÉXICO
2	La Universidad científica del sur	VIRTUAL	marketing y publicidad	9 SEMESTRES	MÉXICO
3	INSTITUTO PROFESIONAL PROVIDENCIA	VIRTUAL	Ingeniería en Administración Mención Marketing	8 SEMESTRES	CHILE
4	universidad Miguel de Cervantes	VIRTUAL	ingeniería en marketing	8 SEMESTRES	CHILE
5	Universidad Espíritu Santo	VIRTUAL	Marketing - Mercadotecnia	9 SEMESTRES	ECUADOR
6	Universidad Kuepa	VIRTUAL	marketing digital en modalidad	9 CUATRIMESTRES	ECUADOR
7	La universidad del siglo 21	VIRTUAL	ingeniería en innovación y desarrollo	10 SEMESTRES	ARGENTINA
8	La UNIVERSIDAD FASTA	PRESENCIAL	Tecnicatura Universitaria en Marketing	6 SEMESTRES	ARGENTINA
9	La universidad de Aconcagua	VIRTUAL	Tecnicatura universitaria en marketing y ventas	5 CUATRIMESTRES	ARGENTINA
10	Universidad de la empresa	PRESENCIAL	Licenciatura en marketing	8 SEMESTRES	URUGUAY
11	UNIVERSIDAD PRIVADA DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA	PRESENCIAL	marketing y publicidad	10 SEMESTRES	BOLIVIA

## RESULTADO 2

Tomamos las consideraciones de las agremiaciones y grupos profesionales nacionales e internacionales entorno a la propuesta de la formación, es decir las empresas o asociaciones nacionales e internacionales que tenga implementado en sus empresas el marketing digital y negocios, podemos observar la postura de cada una de esas asociaciones referente al tema del marketing digital. Organizaciones como ASPROMER y la OMC buscan incentivar la educación del estudio de mercadeos así como todo lo relacionado en cuanto al comercio, y resaltan que estas formaciones deben ser aplicadas en todos los programas asociados, lo cual fomenta una cultura que se acople a los avances tecnológicos, y científicos del nuevo mundo.



# RESULTADO 3

Tendencias de la disciplina o profesión a nivel local, regional, nacional e internacional, relacionadas con la propuesta de formación.



## AUTORES:

- William Camilo Sánchez Torres-  
Institución Universitaria Esumer
- Kevin Green - Vice  
presidente/director ejecutivo  
de estrategias digitales globales  
e innovación de DELL
- Laurie Englert - Marketing  
Director at Chief Manufacturing
- Jon Orton - Uponor
- Philip Kotler

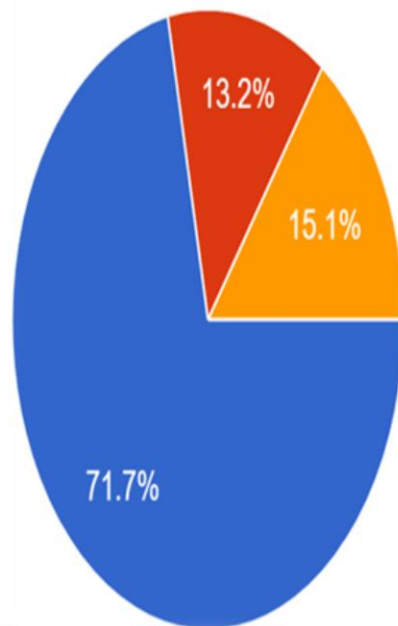




## RESULTADO 4

Demanda en la ciudad para la oferta de un programa en el área de Publicidad y mercadeo.

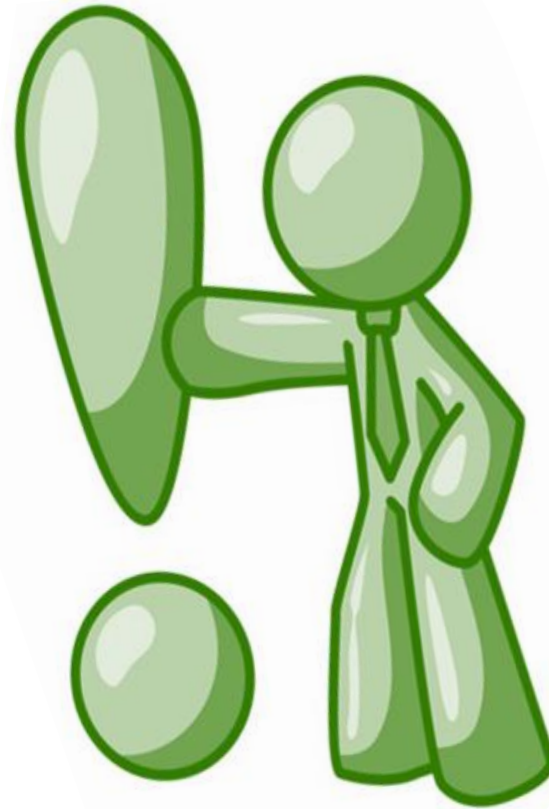
Análisis de los resultados de la encuesta. Se pudo evidenciar a través de la encuesta que gran parte de la población entrevistada son estudiantes que actualmente se encuentran cursando bachillerato y que la mayoría son de género femenino que oscila entre la edad de 15 a 20 años. Gran parte de esta población entrevistada ha escuchado o sabe algo sobre el tema de marketing digital y las cuales estarían muy interesadas en estudiar una carrera profesional relacionada al marketing digital y negocios digitales en modalidad de virtual.



¿Te gustaría estudiar una carrera de pregrado relacionada con el marketing y negocios digitales?

# CONCLUSIONES

Después de realizar este trabajo, se concluyó pertinente la creación de una carrera profesional de pregrado en la Universidad Simón Bolívar, relacionada con el marketing y los negocios internacionales, dado a que hemos podido identificar que hay muchos programas a nivel nacional e internacional que han estado creciendo en esta área, o en afines a ella. Algunos de estos programas son negocios y finanzas internacionales con 154 créditos y 8 periodos , negocios internacionales con 140 créditos y 9 periodos Apostando a un desarrollo y notando que existe una demanda por los estudiantes de bachillerato que mostraron interés en esta carrera, consideramos excelente la idea de crear dicho pregrado en la universidad.



# BIBLIOGRAFIA

[https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/whatis\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm)

<http://www.aspromer.com/servicios/>

[https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/whatis\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm) <http://www.aspromer.com/servicios/>

<https://universidadesdemexico.mx/universidades/universidad-del-norte/licenciatura-en-mercadotecnia>

<https://www.udca.edu.co/pregrado/mercadeo/>

<https://unimex.edu.mx/licenciatura-en-mercadotecnia-y-publicidad>

<https://unir.edu.co/pregrados-virtuales/pregrado-publicidad-marketing/549202183873/>

<HTTPS://WWW.21.EDU.AR/CONTENT/TECNICATURA-UNIVERSITARIA-EN-DIRECCION-DE-EQUIPOS-DE-VENTAS>

<https://www.21.edu.ar/content/tecnicatura-universitaria-en-marketing-y-publicidad-digital>

<https://www.ufasta.edu.ar/ingreso/tecnico-universitario-en-marketing/>

<https://www.uda.edu.ar/index.php/docentes/guia-de-servicios-web/93-tecnico-universitario-en-marketing-y-ventas>