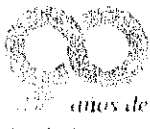
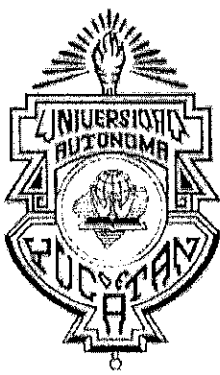
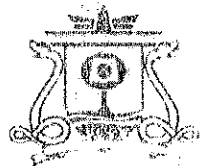
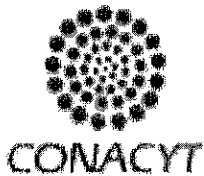


DADY

Verano de la Investigación Científica de la Península de Yucatán "Jaguar" 2012

Memorias



FORMANDO CON PERTINENCIA,
TRASCENDIENDO CON RELEVANCIA

Octubre 2012

Estudio de Desarrollo Profesional de los Egresados de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia de la Universidad de Guadalajara.

Basto Chan, Julio Manuel

EXTREM_JULIO@HOTMAIL.COM

Instituto Tecnológico Superior del Sur de Estado de Yucatán

Vizcaíno, Antonio de Jesús

Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas

asesorvizcaino@yahoo.com.mx

Objetivo General:

Analizar el desarrollo profesional que han tenido los egresados de la MDM de la UDG que permita retroalimentar el programa educativo, para mejorar la excelencia académica y la competitividad entre profesionales.

Objetivos Específicos:

- Identificar que tanto el aspecto económico a influido para su desarrollo profesional.
- Determinar el nivel de competitividad del egresado producto de la formación profesional adquirida en Maestría en Dirección de Mercadotecnia de la Universidad de Guadalajara.
- Explorar el nivel de motivación que tiene el egresado de la Maestría en Dirección de Mercadotecnia con relación a su desempeño profesional.
- Distinguir qué factores del aspecto familiar han influido para su desarrollo profesional.

Justificación o Marco Teórico:

Las razones que motivan el estudio de egresados de la maestría en dirección de mercadotecnia, es con el propósito de analizar el desarrollo profesional y empresarial de los mismos, siendo conveniente conocer las oportunidades que han adquirido desde entonces; así mismo, la relación de las principales variables involucradas específicamente en, economía, competitividad profesional, motivacional y aspectos familiares. Indagando los caminos que han seguido sobre el nivel de inserción de los egresados en el mercado laboral, sobre empleo, ingresos y ascensos durante su trayectoria profesional en el área de mercadotecnia, así como el grado de competitividad que han desempeñado.

También se explorara el nivel de motivación de los egresado para conocer la opinión de estos, respecto a la

formación recibida y la utilidad en los espacios laborales; así mismo distinguir los factores que han limitado la participación de algunos en el mercado laboral.

En beneficio se pretende que en este estudio se identifique las necesidades de capacitación y del conocimiento de los egresados que permita retroalimentar los planes y programas de estudio de la maestría en dirección de mercadotecnia que oferta la Universidad de Guadalajara, para mejorar la excelencia académica, acorde a las necesidades del sector productivo y estableciendo un vínculo entre el sector laboral y el sector académico.

Procedimientos:

Debido a la naturaleza del proyecto que se pretende elaborar, la mejor opción es utilizar un estudio no probabilístico con la ayuda del muestreo denominado muestreo de bola de nieve (Leo A Goodman) Dicho muestreo consiste en la aplicación de una encuesta a algún egresado de la maestría en dirección de la mercadotecnia que estos a su vez, irán proporcionando la encuesta a sus colegas cercanos que de igual forma estos proporcionaran la misma información de la misma manera a la primera hasta cubrir con el máximo de individuos de la población analizada.

Técnicas de Investigación:

- Investigación documental.
- Investigación de campo.

Métodos de Investigación:

- Método descriptivo.
- Método correlacional.
- Método cualitativo.
- Método cuantitativo.
- Método inductivo-deductivo.

Delimitación:

- Espacial.
- Temporal.

Análisis Estadístico:

- Paquete estadístico para las ciencias sociales SPSS.

- Test de esfericidad de Bartlett
- Estudio de Kaiser--Meyer-Olkin (kmo).
- Coeficiente de correlación parcial.
- ANOVA.

Resultados, Discusión y Conclusiones:

En este proyecto aun no se ha llegado a las conclusiones ya que aun esta en proceso de elaboración, se espera que los egresados respondan las encuestas aplicadas para luego analizar los datos y de esta forma se pueda extender una conclusión final.

Bibliografía:

- Arias, G. F. (1991). *Introducción a la metodología de la investigación en ciencias de la Administración y del Comportamiento*. México: Edición 1
- Eyssautier, M. M. (2006), *Metodología de la Investigación*. México: Ejemplar 1.
- García, A. A. (1997). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. México: Edición 2.
- Hernández, S.R., Fernández, C.C. & Baptista L.P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Edición cuatro.
- Hernández, S.R., Fernández, C.C. & Baptista L.P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Edición quinto.
- Hernandez, S.R., Fernandez, C.C. & Baptista, L.P. (2003). *Metodologías de la Investigación, McGrawHill*. México. Edición tercero.
- Pérez, C. (2005). *Técnicas Estadísticas con SPSS 12 Aplicaciones al Análisis de Datos*. México: Ejemplar 2.
- U. Flick (2004). *Introducción a la investigación Cualitativa*. México. Segunda Edición.
- Visauta, V. B. (2007). *Análisis Estadístico con SPSS 14 estadística básica*. México: Edición Tercera
- Zorrilla, A.S. (1988). *Introducción a la metodología de la investigación*. Aguilar león y cal editores. México.