

La calidad de la Licenciatura en Mercadotecnia es primero: acreditación nacional e internacional

José Trinidad Marín Aguilar¹
María del Carmen Martínez Serna²
Juan Carlos Galván Fernández³

Introducción

La Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA) es una institución pública de educación superior reconocida por su compromiso con la calidad educativa. Esta institución ofrece una amplia gama de programas de licenciatura, incluyendo la Licenciatura en Mercadotecnia, la cual se ha destacado por su enfoque innovador

-
- 1 Doctor en Marketing por la Universidad de Valencia (España). Profesor-investigador de tiempo completo en el Departamento de Mercadotecnia.
 - 2 Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Profesora-investigadora de tiempo completo en el Departamento de Mercadotecnia.
 - 3 Licenciado en Mercadotecnia generación 2017-2021.

y su pertinencia con las necesidades del mercado laboral actual. El objetivo profesional es formar licenciados en mercadotecnia, líderes en la dirección estratégica de *marketing* y ventas, inteligencia de mercados, generación de valor para el cliente, promoción y distribución, y creatividad y generación de negocios, así como el emprendimiento de un negocio con enfoque humanista, sostenible, global y ético que fomente la calidad de vida de los clientes para lograr una sociedad más equitativa y justa.

El perfil de egreso del licenciado en Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes se estructura con un conjunto de habilidades, conocimientos, actitudes y valores que el estudiante desarrollará en los ámbitos de desempeño profesional con una visión actual, digital e innovadora para un mundo en transformación vertiginosa y constante. Sin embargo, para lograr estos objetivos, durante 30 años se ha trabajado desde el día uno, en mantener una calidad educativa del programa, tan alta, que puedan los egresados competir con facilidad con cualquier otro egresado de la misma profesión en cualquier parte del mundo de las mejores universidades.

El trabajo importante sobre la generación de un programa de licenciatura en mercadotecnia de calidad no ha sido una tarea sencilla y ha requerido una constante renovación de los planes de estudio de la propia carrera durante estas tres décadas de existencia. El resultado de estos rediseños ha sido el contar con profesionistas capaces de resolver los problemas de *marketing* más recurrentes en las organizaciones y ofrecer oportunidades de crecimiento para todo tipo de instituciones y organizaciones, en donde aportan valor y conocimientos.

Desarrollo

La importancia de la calidad educativa

La calidad educativa es un factor fundamental para el éxito de cualquier institución de educación superior. Una educación de calidad permite a los estudiantes adquirir los conocimientos,

habilidades y actitudes necesarias para desenvolverse de manera exitosa en el ámbito profesional. En el caso de la Licenciatura en Mercadotecnia, la calidad educativa es aún más importante, ya que esta área de estudio se caracteriza por ser dinámica y cambiante. Los profesionales de la mercadotecnia necesitan estar constantemente actualizados sobre las últimas tendencias del mercado para poder desarrollar estrategias efectivas.

La educación es un pilar fundamental para el desarrollo de cualquier sociedad. Una educación de calidad permite a las personas adquirir los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desenvolverse de manera exitosa en la vida personal, profesional y social. En el contexto actual, la calidad educativa es más importante que nunca. La globalización, los avances tecnológicos y el cambio constante del mercado laboral exigen a las personas una formación sólida y flexible que les permita adaptarse a las nuevas necesidades.

La calidad educativa es un concepto multidimensional que abarca diversos aspectos, como:

- *Los objetivos del programa educativo.* Los objetivos deben ser claros, relevantes y alcanzables.
- *Los contenidos del programa educativo.* Los contenidos deben ser actualizados, pertinentes y estar basados en evidencia científica.
- *Las estrategias de enseñanza y aprendizaje.* Las estrategias deben ser variadas, motivadoras y promover el pensamiento crítico y la creatividad.
- *El perfil del docente.* Los profesores deben estar altamente calificados, con experiencia docente y actualizados en su área de conocimiento.
- *La infraestructura y los recursos.* La institución educativa debe contar con la infraestructura y los recursos necesarios para el desarrollo del proceso educativo.
- *La evaluación del aprendizaje.* La evaluación debe ser continua, integral y formativa.

La calidad educativa tiene un impacto positivo en diversos aspectos, como:

- *El desarrollo personal.* Una educación de calidad permite a las personas desarrollar su potencial intelectual, creativo y emocional.
- *El desarrollo profesional.* Una educación de calidad prepara a las personas para el mercado laboral, brindándoles las habilidades y conocimientos necesarios para tener éxito.
- *El desarrollo social.* Una educación de calidad contribuye a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y próspera.

Organismos acreditadores, evaluadores y certificadores con historia en la Licenciatura en Mercadotecnia

En México existen diversos organismos acreditadores que evalúan la calidad de los programas educativos de las instituciones de educación superior, algunos con un enfoque en las ciencias económicas y administrativas. Estos organismos son:

1. Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES). Este organismo no acredita programas educativos directamente. Su función principal es reconocer formalmente a organismos acreditadores que cumplen con criterios de calidad y confiabilidad en sus procesos de evaluación de programas. El organismo reconocido por COPAES es CACECA.
2. Consejo de Acreditación de la Enseñanza de la Contaduría y la Administración (CACECA). Organismo acreditador reconocido por el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) en México. La acreditación de un programa educativo por parte de CACECA significa que éste cumple con los estándares de calidad nacionales e internacionales, lo que garantiza que los estudiantes que egresan de dicho programa tienen las competencias y habilidades necesarias para desenvolverse exitosamente en el ámbito profesional.
3. Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). Organismos colegiados integrados por profesores e investigadores de diferentes instituciones de

educación superior en México. Su función principal es evaluar la calidad de los programas educativos de licenciatura y posgrado en México. La acreditación de un programa educativo por parte de los CIEES significa que éste cumple con los estándares de calidad nacionales e internacionales, lo que garantiza que los estudiantes que egresan de dicho programa tienen las competencias y habilidades necesarias para desenvolverse exitosamente en el ámbito profesional.

4. Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (Ceneval). Institución mexicana sin fines de lucro que se dedica a desarrollar, aplicar y calificar instrumentos de evaluación para la educación superior. El Ceneval ofrece una amplia gama de exámenes de admisión, egreso y certificaciones. En el caso de la evaluación de la calidad de los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia, existe el EGEL-Merca, instrumento diseñado para evaluar los conocimientos, destrezas y habilidades en las cinco áreas más demandadas por el mercado laboral.
5. Accreditation Council for Business Schools and Programs (ACBSP). Organismo internacional sin fines de lucro que se dedica a la acreditación de escuelas y programas de negocios a nivel mundial. La acreditación de la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA por parte de ACBSP significa que este programa educativo cumple con los estándares internacionales de calidad en la educación en negocios. La acreditación por ACBSP es un sello de excelencia que reconoce el compromiso de la UAA con la formación de profesionales altamente calificados en el área de la mercadotecnia.

La UAA cuenta con la acreditación de diversos organismos, incluyendo CACECA, CIEES y COPAES. La Licenciatura en Mercadotecnia, en particular, está acreditada por CIEES y ACBSP actualmente, pero ha participado en otras acreditaciones en el pasado, específicamente con CACECA. Hoy en día se colabora directamente con otros organismos que garantizan la calidad educativa, como lo son Prodep y ANFECA.

Perfil deseable Prodep

La Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA se enorgullece de contar con un cuerpo docente altamente calificado, en el que destaca la participación de profesores con perfil Prodep (Programa para el Desarrollo Profesional Docente). Estos profesores, reconocidos por su excelencia en la docencia y su compromiso con la innovación educativa, representan un pilar fundamental para la calidad educativa del programa.

Los profesores con perfil Prodep son expertos en sus áreas de conocimiento, lo que les permite ofrecer a los estudiantes una formación actualizada y de vanguardia. Además, su compromiso con la docencia les impulsa a implementar estrategias de enseñanza innovadoras que fomentan el aprendizaje activo y significativo en los estudiantes. Su pasión por la docencia y su dedicación a la formación integral de los estudiantes les permite brindarles asesoría personalizada en su desarrollo académico y profesional. Los perfiles Prodep han participado en el rediseño del plan de estudios y fortalecen la vinculación de la UAA con el sector empresarial. Su experiencia y conocimiento les permite establecer relaciones con empresas e instituciones, lo que facilita la inserción laboral de los estudiantes y la realización de prácticas profesionales.

Certificación de profesores ANFECA

En los últimos años se ha visualizado como una estrategia del Centro de Ciencias Económicas y Administrativas para garantizar la calidad educativa, el contar con profesores certificados por ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración). Se trata de una organización sin fines de lucro que agrupa a las instituciones de educación superior en México que ofrecen programas educativos en las áreas de contabilidad, administración y finanzas. Existe en una primera instancia una certificación que implica el desarrollo de un currículum del profesor y años después se puede realizar un refrendo de la certificación. En caso de contar con membresía en el Sistema Nacional de Investi-

gadores (SIN), sólo hace falta presentar la vigencia en el padrón y con eso se obtiene la certificación.

Beneficios de las acreditaciones de la Licenciatura en Mercadotecnia

La acreditación de un programa educativo por parte de un organismo reconocido ofrece diversos beneficios, como:

- *Garantía de calidad.* La acreditación es un sello de calidad que asegura que el programa educativo cumple con los estándares nacionales e internacionales.
- *Mejora continua.* El proceso de acreditación exige a las instituciones de educación superior una mejora continua de sus programas educativos.
- *Reconocimiento internacional.* La acreditación por parte de organismos internacionales facilita la movilidad de los estudiantes y el reconocimiento de sus títulos en el extranjero.
- *Mejores resultados de aprendizaje.* Los estudiantes que reciben una educación de calidad tienen mejores resultados académicos.
- *Mayor empleabilidad.* Los graduados de programas educativos de calidad tienen mayores posibilidades de encontrar un empleo y de tener una carrera profesional exitosa.
- *Mayores ingresos.* Los trabajadores con una educación de calidad tienen mayores ingresos que aquellos con una educación de menor calidad.
- *Reducción de la desigualdad.* La educación de calidad es un factor clave para reducir la desigualdad social y económica.
- *Mayor desarrollo económico.* Una población con una educación de calidad es un factor clave para el desarrollo económico de un país.

Hoy más que nunca CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior)

Los CIEES son un organismo independiente y sin fines de lucro que se dedica a la evaluación de la calidad de los programas educativos

de las instituciones de educación superior en México. Fue creado en 1991 por un conjunto de instituciones públicas y privadas de educación superior, con el objetivo de promover la mejora continua de la calidad de la educación en México. Los CIEES no son una instancia gubernamental, por lo que no tiene la facultad de otorgar o negar el reconocimiento oficial a los programas educativos. Sin embargo, la certificación del CIEES es un indicador de la calidad del programa educativo y es ampliamente reconocido por las instituciones de educación superior, los empleadores y la sociedad en general.

La Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes fue certificada por el CIEES por primera vez en el año 2004. Desde entonces, la licenciatura ha sido recertificada en dos ocasiones, la última vez en el año 2018, y en 2024, en su 30 aniversario, busca su tercera recertificación, seguros de que el camino recorrido hasta el momento dará nuevamente frutos positivos para toda la comunidad de la Licenciatura en Mercadotecnia.

La certificación del CIEES ofrece una serie de beneficios para la comunidad universitaria y la sociedad en general, entre los que se encuentran:

- ***Asegura la calidad de la educación.*** La evaluación del CIEES garantiza que los programas educativos cumplen con los estándares de calidad nacionales e internacionales.
- ***Protege a los estudiantes.*** La certificación del CIEES protege a los estudiantes de recibir una educación de baja calidad.
- ***Brinda información a los empleadores.*** La certificación del CIEES ayuda a los empleadores a identificar a los egresados de programas educativos de calidad.
- ***Fortalece la confianza en la educación superior.*** La certificación del CIEES contribuye a fortalecer la confianza de la sociedad en la educación superior.

ACBSP: un impulso a la excelencia en la Licenciatura en Mercadotecnia

El viaje hacia la acreditación de la ACBSP se convirtió en una odisea de autoevaluación y mejora continua. Fundada en 1988 en

Estados Unidos, la ACBSP es conocida por sus estrictos estándares de calidad en la enseñanza de negocios. Para la Licenciatura en Mercadotecnia, este reconocimiento no sólo significaría una validación internacional de su excelencia educativa, sino también un compromiso palpable con la preparación eficaz de sus estudiantes para el exigente mundo empresarial. La travesía estuvo llena de desafíos: la autoevaluación exhaustiva iniciada en los años 2010, la meticulosa preparación de documentación y la evaluación *in situ* por parte de expertos de la ACBSP pusieron a prueba la determinación y el compromiso del departamento. Sin embargo, lejos de ser sólo un ejercicio de cumplimiento, este proceso se convirtió en un catalizador para una profunda transformación pedagógica y curricular, fomentando una cultura de excelencia académica y práctica empresarial entre la comunidad estudiantil y docente.

El perfil para ser acreditado por ACBSP en marketing es tener experiencia o interés en el área de mercadotecnia, sepan desarrollar estrategias, compartan ideas de valor, tengan un liderazgo notable, puedan contribuir a la detección y la satisfacción de necesidades del mercado a través de la prevención y la solución de problemas relacionados con la investigación de mercados, tengan conocimientos amplios de publicidad y comunicación, mercadotecnia digital, diseño de productos y servicios, sepan analizar y resolver problemas, enfoquen sus acciones hacia los resultados, innoven, sean organizados y puedan trabajar en equipo.

Beneficios de la acreditación por ACBSP:

- **Reconocimiento internacional.** La acreditación por ACBSP es un reconocimiento internacional de la calidad de la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA. Esto puede facilitar la movilidad de los estudiantes y el reconocimiento de sus títulos en el extranjero.
- **Mejora continua.** La acreditación por ACBSP exige a la UAA un proceso continuo de mejora de la Licenciatura en Mercadotecnia. Esto asegura que el programa educativo esté actualizado y que responda a las necesidades del mercado laboral actual.
- **Mayor empleabilidad.** Los egresados de la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA tienen mayores posibilidades de

encontrar un empleo gracias al prestigio que otorga la acreditación por ACBSP.

- ***Atracción de estudiantes.*** La acreditación por ACBSP puede ayudar a la UAA a atraer a más estudiantes que buscan una formación de calidad en el área de la mercadotecnia.
- ***Fortalecimiento del vínculo con el sector empresarial.*** La acreditación por ACBSP ayuda a la UAA a fortalecer su vínculo con el sector empresarial, lo que puede facilitar la inserción laboral de los egresados en empleos bien remunerados o en prácticas profesionales.
- Además de los beneficios mencionados anteriormente, la acreditación por ACBSP también puede:
- ***Fomentar la innovación en la enseñanza.*** La acreditación por ACBSP exige a la UAA que implemente métodos de enseñanza innovadores que aseguren el aprendizaje de los estudiantes.
- ***Promover la investigación.*** La acreditación por ACBSP puede estimular a la UAA a invertir en investigación y a fomentar la cultura de la investigación entre sus profesores y estudiantes.
- ***Fortalecer la internacionalización.*** La acreditación por ACBSP puede ayudar a la UAA a fortalecer su internacionalización y a establecer relaciones con otras instituciones educativas de prestigio a nivel mundial.

La obtención de estas acreditaciones no sólo elevó el prestigio del Departamento de Licenciatura en Mercadotecnia, sino que también abrió un abanico de oportunidades para sus estudiantes. La garantía de una educación de calidad, el reconocimiento internacional de sus programas y las amplias oportunidades de desarrollo profesional y networking transformaron las perspectivas de empleabilidad y crecimiento académico de los estudiantes, facilitando su movilidad académica y abriendo puertas a oportunidades laborales en el extranjero.

La importancia de los profesores del SNI en la Licenciatura en Mercadotecnia

La presencia de profesores pertenecientes al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) en la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA es un factor de vital importancia para la calidad educativa del programa. Estos profesores, reconocidos por su excelencia en la investigación y su compromiso con la docencia, aportan una serie de beneficios que impactan positivamente en la formación de los estudiantes.

En primer lugar, los profesores del SNI son expertos en sus áreas de conocimiento, lo que les permite ofrecer a los estudiantes una formación actualizada y de vanguardia. Además, su experiencia en investigación les permite desarrollar en los estudiantes habilidades críticas y analíticas, esenciales para el éxito en el ámbito profesional. En segundo lugar, los profesores del SNI son mentores y guías para los estudiantes. Su pasión por la investigación y su dedicación a la docencia inspiran a los estudiantes a alcanzar su máximo potencial. Además, su experiencia y conocimiento les permite brindar a los estudiantes asesoría personalizada en su desarrollo académico y profesional.

En tercer lugar, los profesores del SNI contribuyen a la generación de nuevo conocimiento a través de su trabajo de investigación. Esto permite a la UAA estar a la vanguardia en el campo de la mercadotecnia y ofrecer a los estudiantes una formación basada en los últimos avances y tendencias del mercado. En cuarto lugar, los profesores del SNI fortalecen la vinculación de la UAA con el sector empresarial. Su participación en proyectos de investigación y su experiencia en el ámbito profesional les permiten establecer relaciones con empresas e instituciones, lo que facilita la inserción laboral de los estudiantes. En quinto lugar, son responsables de aportar al rediseño de la Licenciatura en Mercadotecnia, pero también a desarrollar nuevas propuestas como la Maestría en Marketing, o las licenciaturas en línea que se abrirán en el futuro, al igual que ser parte de los cuerpos académicos más importantes del propio centro académico.

Actualmente los profesores miembros del SNI en el Departamento de Mercadotecnia son:

- a. Dra. María del Carmen Martínez Serna: nivel II.
- b. Dr. Gonzalo Maldonado Guzmán: nivel I.
- c. Dra. Sandra Yesenia Pinzón Castro: nivel I.
- d. Dr. José Trinidad Marín Aguilar: nivel I.
- e. Dra. Elena Patricia Mojica Carrillo: nivel I.

¿Qué hacer para seguir mejorando?

Para continuar mejorando la calidad educativa de la Licenciatura en Mercadotecnia se recomienda:

- *Fortalecer la vinculación con el sector empresarial.* Es importante que la universidad mantenga una estrecha relación con el sector empresarial para que los estudiantes puedan conocer las necesidades del mercado laboral y adquirir las habilidades y conocimientos que demanda el sector.
- *Promover la investigación.* La investigación es fundamental para la innovación y el desarrollo de nuevas estrategias de mercadotecnia. Es importante que la universidad fomente la investigación entre sus estudiantes y profesores.
- *Actualizar los planes de estudio.* Los planes de estudio de la Licenciatura en Mercadotecnia deben actualizarse constantemente para que los estudiantes puedan adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para desenvolverse de manera exitosa en el ámbito profesional.

Futuras acreditaciones de calidad

Mirando hacia el futuro, el Departamento no se ha conformado con los logros obtenidos. Con la sólida base de calidad académica establecida gracias a las acreditaciones, ha dirigido su mirada hacia el horizonte del *marketing 5.0*. Este enfoque innovador, que abarca las competencias digitales necesarias en la era moderna y enfatiza la importancia de la personalización, la inteligencia artificial y

la integración de tecnologías, está preparando a los estudiantes para crear experiencias de *marketing* más efectivas y humanas.

La historia del Departamento de Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes es, en esencia, una de ambición, esfuerzo y evolución. A través de las acreditaciones obtenidas de la ACBSP y los CIEES, no sólo se ha elevado el estándar de la educación ofrecida, sino que también se ha preparado a los estudiantes para enfrentar con éxito los desafíos del *marketing* moderno. Con la vista siempre puesta en el futuro, el Departamento renueva su compromiso con la excelencia, adaptándose y evolucionando para cumplir con las demandas cambiantes del mundo empresarial y educativo, enriqueciendo así la vida de sus estudiantes y contribuyendo al progreso de la sociedad. Este capítulo no sólo es un testimonio del pasado y presente, sino también un puente hacia un futuro brillante, en el cual el Departamento de Licenciatura en Mercadotecnia seguirá siendo un faro de innovación y calidad educativa.

La UAA debe buscar obtener la acreditación de la Licenciatura en Mercadotecnia por parte de otros organismos internacionales, como la European Foundation for Management Development (EFMD), o la Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB). La obtención de estas acreditaciones consolidaría a la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA como uno de los mejores programas de su tipo en México y en el extranjero.

El futuro de la calidad educativa está marcado por la innovación y la tecnología. Las nuevas tecnologías ofrecen nuevas posibilidades para mejorar la calidad educativa, como:

- *El aprendizaje online*: permite a los estudiantes aprender a su propio ritmo y en cualquier lugar.
- *La inteligencia artificial*: puede utilizarse para personalizar el aprendizaje y para ofrecer a los estudiantes una experiencia educativa más personalizada.
- *La realidad virtual y la realidad aumentada*: crean experiencias de aprendizaje más inmersivas y atractivas.

- *Personalización del aprendizaje:* la tecnología puede utilizarse para adaptar el aprendizaje a las necesidades individuales de cada estudiante.
- *Aprendizaje interactivo:* se pueden desarrollar experiencias de aprendizaje más interactivas y atractivas, especialmente en los tópicos de *marketing*.
- *Evaluación del aprendizaje:* la tecnología puede utilizarse para evaluar el aprendizaje de los estudiantes de manera más precisa y eficiente y con ello garantizar la calidad educativa.

Conclusiones

La calidad educativa es un factor fundamental para el éxito de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. La Licenciatura en Mercadotecnia, en particular, se ha destacado por su enfoque innovador, su pertinencia con las necesidades del mercado laboral actual y su acreditación por parte de organismos reconocidos. La calidad educativa es un tema de vital importancia para el futuro de la institución, sus estudiantes y el sector empresarial. La UAA, consciente de este desafío, ha implementado diversas estrategias para garantizar una formación de excelencia en esta área, respaldada por organismos reconocidos como CACECA, CIEES, ACBSP y ANFECA desde hace más de dos décadas.

El examen EGEL-Merca cumple un papel fundamental en la evaluación del logro de los objetivos de aprendizaje del programa educativo. Este examen, diseñado por expertos en el área de la mercadotecnia, permite a la UAA identificar las áreas de mejora y tomar las medidas necesarias para fortalecer el programa de la Licenciatura en Mercadotecnia, siendo profesores del propio Departamento quienes aportan a nivel nacional en los consejos técnicos sus conocimientos para fortalecer dicho instrumento de medición.

El apoyo de los profesores Prodep es otro pilar fundamental para la calidad educativa. Los profesores de tiempo completo de la Licenciatura en Mercadotecnia cuentan con el perfil deseable y, están altamente calificados y con experiencia en investigación, con-

tribuyen a la actualización del programa educativo y a la implementación de estrategias de enseñanza innovadoras. ANFECA avala la calidad del programa de la Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA mediante la certificación de profesores garantizando la calidad del programa educativo. Los miembros del SNI son un eje importante en la calidad educativa de la licenciatura en Mercadotecnia pues su enfoque crítico y científico respaldan la formación de los futuros egresados, siendo también responsables de colaborar en la consolidación de programas de posgrado y cuerpos académicos.

En el contexto actual, donde la competencia por el talento es cada vez más intensa, la UAA se posiciona como una institución líder en la formación de profesionales en el área de la mercadotecnia. La Licenciatura en Mercadotecnia de la UAA ofrece a sus estudiantes una formación integral que les permite adquirir los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para tener éxito en su vida profesional con una alta calidad educativa en todos sus procesos de enseñanza-aprendizaje.

Referencias bibliográficas

- ANFECA. (2023). *Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración*. Recuperado de: <http://www.anfece.unam.mx/>
- Beltrán, L. (2022). La evaluación de la calidad educativa en México: Retos y perspectivas. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 27(81): 1437-1463.
- CIEES. (2023). *Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior*. Recuperado de: <https://www.ciees.edu.mx/>
- COPAES. (2023). *Consejo para la Acreditación de la Educación Superior*. Recuperado de: <https://www.caceca.org/>
- EGEL. (2023). *Examen general para el egreso de la licenciatura*. Recuperado de: <https://ceneval.edu.mx/>
- INEE. (2022). *Panorama educativo de México 2022*. Ciudad de México: Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación.
- Latapí, P. (2018). La calidad de la educación en México: Un análisis desde la perspectiva del derecho a la educación. *Revista Iberoamericana de Educación*, 77(1): 13-30.
- Mexicanos Primero. (2023). *La educación en México*. Recuperado de: <https://mexicanosprimero.org/>
- OCDE. (2023). *Panorama de la educación 2023: México*. París: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

TRES DÉCADAS DE MARKETING EN LA UAA

- Prodep. (2023). *Programa para el Desarrollo Profesional Docente*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/prodep>
- SEP. (2023). *Secretaría de Educación Pública*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sep>
- SNI. (2023). *Sistema Nacional de Investigadores*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sni>
- Schmelkes, S. (2010). *La educación en México: Entre la crisis y la esperanza*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Tedesco, J. C. (2014). *Los desafíos de la calidad educativa en América Latina*. Buenos Aires: Santillana.
- UNESCO. (2023). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Recuperado de: <https://es.unesco.org/>
- Zorrilla, S. (2020). La calidad de la educación en México: ¿Una responsabilidad compartida? *Revista Educación y Ciudad*, 34(2): 1-14.