

**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 14-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ISMAC
Siglas: ISMAC
Código sniese: 2173
Tipo de financiamiento: PARTICULAR
Sitio web: SIN DATOS
Tipo de IES: ISTT

Estado de la carrera: VIGENTE
Tipo de carrera: TECNOLÓGICO SUPERIOR UNIVERSITARIO
Campo amplio: ADMINISTRACIÓN
Campo específico: EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
Programa: MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES
Título que otorga: TECNÓLOGO/A SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES
Codificación: 2173-560414F01-L-1701
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: QUITO
Duración: 6
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: EN LÍNEA
Valor de la matrícula: \$ 77,35
Valor del arancel: \$ 773,50
N° de resolución del CES: RPC-SO-25-NO.600-2021
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2021-10-06
Año de aprobación: 2021
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2026-10-06
N° de estudiantes por paralelo: 25 estudiantes.
N° de cohortes: 2
Convenio con otras entidades:

- MINISTERIO DE TRABAJO
- CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN ECONÓMICA CONQUITO
- EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE SERVICIOS AEROPORTUARIOS Y GESTIÓN DE ZONAS FRANCAS Y REGÍMENES ESPECIALES
- PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS PRONACA C.A
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE CHECA
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE PIFO
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE TABABELA
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE TUMBACO
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE YARUQUÍ
- EMPRESA ELÉCTRICA QUITO
- EMPRESA ABIATAR
- ILUSOL RENOVA
- CLAUDIA MARTÍNEZ (ENGLISH VALLEY)
- COMPAÑÍA DE ALIMENTOS ESPECIALES ALEPROCA

N° de horas: 4.320 Horas.

**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 14-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- TENER TÍTULO DE BACHILLER
- CÉDULA DE IDENTIDAD O PASAPORTE
- CERTIFICADO DE VOTACIÓN
- APROBACIÓN DE PRUEBA DE INGRESO
- CONOCIMIENTOS EN INFORMÁTICA
- CERTIFICADO MÉDICO.

Objetivo general:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 'ISMAC' PRETENDE FORMAR, PROFESIONALES EN MARKETING CON CAPACIDAD PARA DISEÑAR, PLANIFICAR, ORGANIZAR, DIRIGIR, IMPLEMENTAR Y CONTROLAR LOS DIFERENTES PLANES Y ACTIVIDADES DE MARKETING EN LA EMPRESA TANTO PÚBLICAS COMO PRIVADAS IMPLEMENTANDO LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y ADAPTÁNDOSE AL CAMBIO CONSTANTE DE LOS MERCADOS TRADICIONALES Y DIGITALES TANTO EN EL ÁMBITO LOCAL- NACIONAL E INTERNACIONAL

Perfil de ingreso:

EL PERFIL DE INGRESO DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 'ISMAC', SE DEFINIRÁ EN BASE A LOS LINEAMIENTOS OTORGADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN QUE SE REFLEJAN EN EL DOCUMENTO 'PERFIL DEL BACHILLER ECUATORIANO' (MINISTERIO DE EDUCACIÓN, 2016) EL CUAL SE CONSTITUYE EN EL PERFIL DE INGRESO AL INSTITUTO.

EN BASE A ESE PERFIL LOS ASPIRANTES DEBERÁN REUNIR LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS:

- COMPRENDER LAS NECESIDADES Y POTENCIALIDADES DEL PAÍS E INVOLUCRARSE EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA, EQUITATIVA E INCLUSIVA.
- ACTUAR CON ÉTICA, GENEROSIDAD, INTEGRIDAD, COHERENCIA Y HONESTIDAD EN TODOS SUS ACTOS.
- PROCEDER CON RESPETO Y RESPONSABILIDAD CONSIGO MISMOS Y CON LAS DEMÁS PERSONAS, CON LA NATURALEZA Y CON EL MUNDO DE LAS IDEAS.
- CUMPLIR SUS OBLIGACIONES Y EXIGIR LA OBSERVACIÓN DE SUS DERECHOS.
- REFLEJAR Y RECONOCER SUS FORTALEZAS Y DEBILIDADES PARA SER MEJORES SERES HUMANOS EN LA CONCEPCIÓN DE SU PLAN DE VIDA.
- TENER INICIATIVAS CREATIVAS, ACTUAR CON PASIÓN, MENTE ABIERTA Y VISIÓN DE FUTURO; ASUMIR LIDERAZGOS AUTÉNTICOS, PROCEDER CON PROACTIVIDAD Y RESPONSABILIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES Y ESTAR PREPARADOS PARA ENFRENTAR LOS RIESGOS QUE EL EMPRENDIMIENTO CONLLEVA.
- MOVERSE POR LA CURIOSIDAD INTELCTUAL, INDAGAR LA REALIDAD NACIONAL Y MUNDIAL, REFLEXIONAR Y APLICAR SUS CONOCIMIENTOS INTERDISCIPLINARIOS PARA RESOLVER PROBLEMAS EN FORMA COLABORATIVA E INTERDEPENDIENTE APROVECHANDO TODOS LOS RECURSOS E INFORMACIÓN POSIBLES.
- SABER COMUNICARSE DE MANERA CLARA EN SU LENGUA NATAL Y EN OTRAS, UTILIZAR VARIOS LENGUAJES COMO EL NUMÉRICO, EL DIGITAL, EL ARTÍSTICO Y EL CORPORAL; ASUMIR CON RESPONSABILIDAD SUS DISCURSOS.
- ACTUAR DE MANERA ORGANIZADA, CON AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA; APLICAR EL RAZONAMIENTO LÓGICO, CRÍTICO Y COMPLEJO; Y PRACTICAR LA HUMILDAD INTELCTUAL EN UN APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA.
- ASUMIR RESPONSABILIDAD SOCIAL Y TENER CAPACIDAD DE INTERACTUAR CON GRUPOS HETEROGÉNEOS, PROCEDIENDO CON COMPRENSIÓN, EMPATÍA Y TOLERANCIA.
- CONSTRUIR SU IDENTIDAD NACIONAL EN BUSCA DE UN MUNDO PACÍFICO Y VALORAR LA MULTICULTURALIDAD Y MULTIETNICIDAD, RESPETANDO LAS IDENTIDADES DE OTRAS PERSONAS Y PUEBLOS.
- ARMONIZAR LO FÍSICO E INTELCTUAL; USAR SU INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA SER POSITIVOS, FLEXIBLES, CORDIALES Y AUTOCRÍTICOS.
- ADAPTARSE A LAS EXIGENCIAS DE UN TRABAJO EN EQUIPO EN EL QUE COMPRENDA LA REALIDAD CIRCUNDANTE Y RESPETAR LAS IDEAS Y APORTES DE LAS DEMÁS PERSONAS

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELATIVOS A HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS, CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS SON NECESARIOS PARA EL FUTURO EJERCICIO DEL PROFESIONAL?

EL GRADUADO DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 'ISMAC' ESTARÁ EN CAPACIDAD DE DIRIGIR PROYECTOS Y PROGRAMAS DE MARKETING EN EMPRESAS DE ACUERDO CON LOS CAMBIOS DE PARADIGMAS DE LAS SOCIEDADES Y LOS MERCADOS, DEMOSTRANDO EL DOMINIO DE SUS COMPETENCIAS PROFESIONALES.

EL DESEMPEÑO DE LOS ESTUDIANTES ES LA REFERENCIA QUE PERMITE DETALLAR DE MANERA OBJETIVA EL EJERCICIO PROFESIONAL EN RELACIÓN CON CADA ELEMENTO DE SU COMPETENCIA.

A CONTINUACIÓN, SE DETALLAN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA:

- APLICA CORRECTAMENTE EL LENGUAJE ORAL Y ESCRITO EN PRESENTACIONES CREATIVAS, ENSAYOS, DOCUMENTOS EMPRESARIALES Y EN LA ELABORACIÓN DE INFORMES Y PLANES UTILIZANDO HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS.
- ANALIZA LA DINÁMICA INTERNA DE LAS ORGANIZACIONES Y LA INTERACCIÓN DEL ÁREA DE MARKETING CON LAS DEMÁS ÁREAS.
- ENTIENDE EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y DEL CONSUMIDOR PARA REDUCIR, AUMENTAR, AMPLIAR ELIMINAR ACCIONES DE MERCADOTECNIA EN LA EMPRESA.
- INTERPRETA LAS TEORÍAS ADMINISTRATIVAS, MATEMÁTICAS Y ECONÓMICAS DE LA MERCADOTECNIA PARA LA COMPRENSIÓN DE LAS VARIABLES DEL MARKETING EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA.
- PREDICE LOS POSIBLES COMPORTAMIENTOS DEL MERCADO, CON EL FIN DE PROPONER ESTRATEGIAS QUE MEJORE LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL.
- DESARROLLA PLANES DE MERCADEO INNOVADORES A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN DEL ENTORNO, PARA LA GENERACIÓN Y CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS GENERANDO VALOR A SUS CLIENTES.
- TRABAJA EN EQUIPOS MULTIDICIPLINARIOS PARA DAR SOLUCIONES CREATIVAS E INNOVADORAS A LAS TENSIONES DE LA GESTIÓN DE MARKETING, APLICANDO VALORES ÉTICOS, HUMANOS Y MORALES PARA OTORGAR SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CALIDAD QUE SATISFAGA LA NECESIDAD DEL CLIENTE.
- DISEÑA PROPUESTAS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICAS EN LAS QUE SE EVIDENCIE LA INTERRELACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LAS OTRAS VARIABLES DEL MIX DE MARKETING.
- APLICA LOS ELEMENTOS DE LA MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA QUE LE PERMITA LOGRAR UNA ADECUADA PLANIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES SOPORTADOS EN INDICADORES DE GESTIÓN PERTINENTES A LAS TENDENCIAS ACTUALES, QUE PERMITAN EVALUAR PLANES DE MERCADEO
- UTILIZA ADECUADAMENTE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING PROVENIENTE DE LOS ENTORNOS INTERNOS Y EXTERNOS PARA LA PLANIFICACIÓN GESTIÓN Y CONTROL DE LAS ACTIVIDADES DE MERCADOTECNIA
- COMBINA LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y MARKETING ESTRATÉGICO, TRANSFORMANDO DICHAS ESTRATEGIAS EN TÁCTICAS EFECTIVAS DE NEGOCIOS.
- PROPORCIONA HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PROYECTOS PARA LA CREACIÓN, ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN DE NEGOCIOS BASADO EN LA DEMANDA DE LOS MERCADOS ACTUALES
- GESTIONA CAMPAÑAS SEM Y SEO DE ACUERDO CON UN ANÁLISIS DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR Y LOS NUEVOS PROCESOS DE MERCADOS.
- DISEÑA PRODUCTOS COMUNICATIVOS PARA CREAR ESTRATEGIAS EN MARKETING DE CONTENIDOS
- CREA ESTRATEGIAS EN PÁGINAS WEB PARA CONSEGUIR POSICIONAR UNA MARCA O VENDER UN PRODUCTO O SERVICIO.
- CREA CAMPAÑAS EN MOBILE MARKETING, COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE) PARA ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE VENTAS EFECTIVAS EN LA EMPRESA.
- DISEÑA, CREA Y EJECUTA PLANES Y PROYECTOS DE MARKETING DIGITAL DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE CADA EMPRESA PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LAS ORGANIZACIONES.

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON EL MANEJO DE MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO SE GARANTIZARÁN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA/PROGRAMA?

LOS ESTUDIANTES EN LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES DEL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO 'ISMAL' ESTARÁN EN LA CAPACIDAD DE:

- APLICA CONOCIMIENTOS DE FUNDAMENTOS DE MARKETING, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, MARKETING ESTRATÉGICO Y OPERATIVO PARA ENTENDER AL CONSUMIDOR Y SUS FORMAS DE ACTUAR EN LOS MERCADOS.
- DISEÑA, ANALIZA CAMPAÑAS ATL Y BTL EN LAS NUEVAS PLATAFORMAS DIGITALES PARA FORMULAR ESTRATEGIAS EFECTIVAS DE POSICIONAMIENTO, NOTORIEDAD Y VENTAS.
- DISEÑA PLANES DE MARKETING MEDIANTE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE BRANDING Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS.
- IMPLEMENTA MODELOS DE NEGOCIOS DE ACUERDO CON EL BUSINESS MODEL CANVAS Y TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN Y POSTERIOR ANÁLISIS EN LAS EMPRESAS.
- IDENTIFICA, DISEÑA, EJECUTA, DOCUMENTA, MONITOREA, CONTROLA Y MIDE LOS PROCESOS DE NEGOCIOS QUE UNA ORGANIZACIÓN IMPLEMENTA MEDIANTE SIMULADORES.
- GESTIONA CAMPAÑAS SEM Y PPC. MARKETING DE PAGO EN BUSCADORES: GOOGLE ADS Y BING ADS.
- ANALIZA INDICADORES (KPI) Y MÉTRICAS PARA TOMAR DECISIONES ESTRATÉGICAS EN LOS ECOSISTEMAS DIGITALES
- DISEÑA PRODUCTOS COMUNICATIVOS MEDIANTE EL MANEJO DE ADOBE U OTRAS HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDO EN LOS ENTORNOS DIGITALES

¿CÓMO EL FUTURO PROFESIONAL CONTRIBUYE AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, EL MEDIO AMBIENTE, EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y LA PRESERVACIÓN, DIFUSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO DE LAS CULTURAS Y SABERES?

EL GRADUADO DE LA CARRERA DE LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES PODRÁ DEMOSTRAR EN SU EJERCICIO PROFESIONAL EL RESPETO A LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES Y COLECTIVAS, LA CULTURA Y LOS CONOCIMIENTOS ANCESTRALES.

PODRÁ APLICAR DIFERENTES ESTRATEGIAS EN LOS PROCESOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS PARA EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) DE LA EMPRESA QUE AYUDA DIRECTAMENTE AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN EN GENERAL.

ES INTERESANTE ACOTAR QUE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LA ACTUALIDAD AYUDARÁN A PROMOCIONAR DIFERENTES CULTURAS, COMUNIDADES DE NUESTRO PAÍS.

EL MARKETING DE SERVICIOS, MARKETING SOCIAL Y DE COMUNIDADES AYUDARÁ A DAR A CONOCER LAS DIFERENTES COSTUMBRES Y TRADICIONES DE NUESTRO PAÍS NO SOLO A NIVEL NACIONAL SINO TAMBIÉN INTERNACIONAL (MARKETING TURÍSTICO), POR LO CUÁL LAS NUEVAS HERRAMIENTAS, REDES SOCIALES, PÁGINAS WEB Y PLANES DE MARKETING QUE SON ALGUNOS DE LOS CONOCIMIENTOS DEL PROFESIONAL EN MARKETING DIGITAL AYUDARÁ AL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA PAÍS.

EN RELACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE MEDIANTE EL MARKETING 3.0 Y MARKETING AMBIENTAL SE AYUDARÁ NO SOLO A DIFUNDIR LOS PLANES, PROYECTOS DEL ECUADOR SINO TAMBIÉN LAS COMUNIDADES PODRÁN ALCANZAR DIFUSIÓN Y RENTABILIDAD EN CADA UNO DE LOS PROYECTOS O EMPRENDIMIENTO MEDIANTE COWORKING (TRABAJO COLABORATIVO) QUE SE REALICE ENTRE LAS COMUNIDADES Y LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO.

PARA ESTO LA INSTITUCIÓN CUENTA CON CONVENIOS CON GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS Y SALIDAS ACADÉMICAS.

¿CUÁLES SON LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, EN EL MARCO DEL DIÁLOGO DE SABERES, LA INTERCULTURALIDAD, EL PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO Y EL RESPETO A LOS DERECHOS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE OFRECE LA CARRERA/PROGRAMA?

EL GRADUADO DE LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES PODRÁ GENERAR PLANES DE MARKETING SOPORTADOS EN INVESTIGACIONES TÉCNICAMENTE REALIZADAS, PARA DAR SOLUCIONES CREATIVAS E INNOVADORAS A LAS DEMANDAS Y NECESIDADES DEL MERCADO, APLICANDO CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA EMPRESARIAL.

- INVESTIGAR, DISEÑAR, ORGANIZAR, IMPLEMENTAR, LAS VARIABLES QUE INFLUYEN EN EL MERCADO: LOS PRODUCTOS, LOS PRECIOS, LA PROMOCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN.

MEDIANTE EL MANEJO ADECUADO DE ESTAS VARIABLES, DE UNA MANERA SOCIALMENTE RESPONSABLE, FUNDAMENTADO EN CONOCIMIENTOS TEÓRICO-PRÁCTICOS QUE ASEGUEN EL RENDIMIENTO OCUPACIONAL.

- COMPRENDER LA NECESIDAD DE CONSIDERAR TANTOS LOS VALORES ÉTICOS HUMANOS Y MORALES EN SU PROFESIÓN Y DEMOSTRAR LA CAPACIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO, ORGANIZADAMENTE DISCIPLINADA Y RESPONSABLEMENTE DESARROLLANDO SUS HABILIDADES, QUE SERÁN APLICADOS A LA SOLIDARIDAD, DISCIPLINA, CREATIVIDAD, RESPONSABILIDAD Y AUTOESTIMA EN EL PROCESO DE GENERACIÓN DE IDEAS E INCUBACIÓN DE MICROEMPRESAS, TENIENDO EN CUENTA LAS NUEVAS TENDENCIAS DE MERCADOTECNIA PARA SU APLICACIÓN EN EL MERCADO ACTUAL.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 'ISMAL' FORMARÁ TECNÓLOGOS EN MARKETING CON CAPACIDAD PARA INSERTAR PRODUCTOS EN EL MERCADO, DETERMINAR POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, ESTABLECER Y REALIZAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN QUE SEAN EFICIENTES Y EFECTIVAS EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS REQUERIDOS POR LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR DEL VALLE DE TUMBACO YA QUE ESTAS NO HAN PODIDO DETERMINAR LA IMPORTANCIA DEL POSICIONAMIENTO DE UNA MARCA Y SU EFICIENTE COMUNICACIÓN, NO DAN A CONOCER UNA PROPUESTA DE VALOR CLARA Y LOS CLIENTES NO HAN PODIDO DETERMINAR CÓMO LOS PRODUCTOS DE DICHAS EMPRESAS PUEDEN SATISFACER SUS NECESIDADES.

A DIFERENCIA DE UNA TECNOLOGÍA EN MARKETING TRADICIONAL EL TECNÓLOGO EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES MANEJARÁ LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, ASÍ COMO HERRAMIENTAS DIGITALES PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS EFECTIVAS, EN EMPRESAS, MERCADO Y SOCIEDAD EFECTIVAS PARA LOGRAR CUMPLIR LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE TODA ORGANIZACIÓN.

EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DE LOS TECNÓLOGOS EN MARKETING SE DA EN EMPRESAS, COMERCIOS O INDUSTRIAS O BIEN PARA LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA CREAR SU PROPIA EMPRESA.

SU AMPLIA INCIDENCIA EN EMPRESAS DE TODO TIPO HACE QUE CURSAR ESTA CARRERA SEA UNA DE LAS MEJORES DECISIONES QUE LOS ESTUDIANTES PUEDEN TOMAR AL MOMENTO DE INGRESAR A LA INSTITUCIÓN.

LOS PROFESIONALES EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 'ISMAL' SERÁN FORMADOS CON CAPACIDAD DE LIDERAZGO Y CON LAS COMPETENCIAS NECESARIAS PARA MANEJAR ADECUADAMENTE LAS TICS EN LAS ORGANIZACIONES.

PROFESIONALES CON ESPÍRITU EMPRENDEDOR PUES TENER CONOCIMIENTOS EN MARKETING ASENTADOS, LES AYUDARÁ QUE SU FUTURA EMPRESA NAZCA CON ÉXITO Y CON UNA LARGA Y BUEN POR VENIR, PODRÁN PROPONER SOLUCIONES ADECUADAS A LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS EN EL SECTOR DEL VALLE DE TUMBACO Y QUE PROMUEVAN LA PROTECCIÓN DE MEDIO AMBIENTE POR MEDIO DE LA CREACIÓN DE PRODUCTOS AMIGABLES A LA NATURALEZA Y SIEMPRE ENMARCADOS EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 'TODO UNA VIDA' Y DADO LAS CONSTANTES DEMANDAS DE PROFESIONALES ESPECIALIZADOS EN MARKETING LO CUAL GENERAN NUMEROSAS OFERTAS DE EMPLEO DISPONIBLES, POR LO QUE EL PANORAMA PARA LOS EGRESADOS DE

ESTAS CARRERAS ES BASTANTE PROMETEDOR.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR