

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

Impresión realizada el: 14-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES:	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO GRÁFICO DE ARTES Y CIENCIAS DIGITALES
Siglas:	IGAD
Código sniese:	2115
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR
Sitio web:	SIN DATOS
Tipo de IES:	ISTT

Estado de la carrera:	VIGENTE
Tipo de carrera:	TÉCNICO SUPERIOR
Campo amplio:	ADMINISTRACIÓN
Campo específico:	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado:	MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
Programa:	MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES
Título que otorga:	TÉCNICO/A SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES
Codificación:	2115-540414K01-L-0901
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	GUAYAQUIL
Ciudad:	GUAYAQUIL
Duración:	2
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	18
Modalidad:	EN LÍNEA
Valor de la matrícula:	\$ 177,00
Valor del arancel:	\$ 1.777,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-27-NO.637-2021
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2021-10-20
Año de aprobación:	2021
Años de vigencia:	5 años.
Vigente hasta:	2026-10-20
N° de estudiantes por paralelo:	25 estudiantes.
N° de cohortes:	2
Convenio con otras entidades:	- LEVECTOR - KOENING COMUNICACIÓN - PRODUCTORA TV DIGITAL - GRISOMAX S.A. - VIDEO GRAFEX S.A.
N° de horas:	1.440 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 14-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- CUMPLIR LO DISPUESTO EN EL REGLAMENTO DE RÉGIMEN ACADÉMICO, REGLAMENTO GENERAL DE INSTITUTOS Y NORMAS INTERNAS DEL PROCESO DE GRADUACIÓN.
- HABER CONCLUIDO EL 100 % DE LOS ESTUDIOS REGLAMENTARIOS DE LA CARRERA
- CERTIFICADO DE HABER REALIZADO Y APROBADO LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES LABORALES OBLIGATORIAS CUMPLIENDO 240 HORAS
- CERTIFICADO DE HABER REALIZADO Y APROBADO LAS PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO HABIENDO CUMPLIENDO 120 HORAS.
- HABER DESARROLLADO Y APROBADO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CUMPLIENDO 180 HORAS A TRAVÉS DE LA REALIZACIÓN DE UNA PRODUCCIÓN ARTÍSTICA.
- MANEJO DEL INGLÉS COMO SEGUNDA LENGUA EL NIVEL DE SUFICIENCIA A1, DEL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS.

SE OBTENDRÁ ESTE NIVEL CON CONVENIOS CON OTRAS IES O INSTITUCIONES QUE, SI BIEN NO FORMAN PARTE DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, BRINDAN PROGRAMAS O CURSOS DE LENGUAS, SIEMPRE QUE ÉSTAS EMITAN CERTIFICADOS DE SUFICIENCIA MEDIANTE LA RENDICIÓN DE EXÁMENES CON RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL.

Objetivo general:

QUÉ?

FORMAR PROFESIONALES DE TERCER NIVEL TÉCNICO SUPERIOR EN EL CAMPO DEL MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES.

¿CÓMO?

CON CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS Y TEÓRICOS PARA COORDINAR, EJECUTAR Y CONTROLAR LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL MARKETING DIGITAL EN LOS PROCESOS DE MERCADEO, PROMOCIÓN, MERCHANDISING Y PUBLICIDAD DE LAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS; A PARTIR DE LA INTERPRETACIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES, Y EL APROVECHAMIENTO DE LOS SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DE ACUERDO A LAS DIRECTRICES DE LA ORGANIZACIÓN PARA GENERAR LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES.

¿PARA QUÉ? PARA PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL PAÍS RESPONDIENDO A LAS NECESIDADES LOCALES Y NACIONALES EN LA BÚSQUEDA PERMANENTE DE LOS OBJETIVOS ARTICULADOS AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

Perfil de ingreso:

CUENTE CON UN LÉXICO RICO, RECONOZCA ESTRUCTURAS TEXTUALES Y ELABORE ENSAYOS E INFORMES SÓLIDOS.
SEPA CONSTRUIR ARGUMENTOS, INTERPRETAR IDEAS Y SUSTENTAR SUS OPINIONES HACIENDO USO DE LA PARÁFRASIS Y LAS CITAS TEXTUALES.
CUENTE CON HABILIDADES DE OBSERVACIÓN, COMPARACIÓN, CLASIFICACIÓN Y RELACIÓN.
SEA CAPAZ DE ANALIZAR Y SINTETIZAR, INFIERA, DEDUZCA, PROBLEMATICE Y ARGUMENTE.
SEA CAPAZ DE BUSCAR, SELECCIONAR Y EVALUAR MATERIALES DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.
SEA CAPAZ DE FORMULAR HIPÓTESIS, IDENTIFIQUE Y DEFINA LAS VARIABLES Y LOS CONTROLES.
PUEDA CONducir LA OBSERVACIÓN PARTICIPANTE Y LOS DIARIOS DE CAMPO.
PUEDA DISEÑAR EXPERIMENTOS SENCILLOS Y DESARROLLAR MODELOS.
CUENTE CON CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE MARKETING Y REDES SOCIALES.
INTERÉS EN DISEÑAR, DESARROLLAR Y EVALUAR PROYECTOS DE INTERVENCIÓN QUE ATIENDAN NECESIDADES SOCIALES DEL ECUADOR ACTUAL.
TENGA HABILIDAD PARA AUTORREGULAR SU APRENDIZAJE.
TENGA ACTITUD PARA REALIZAR TRABAJOS COLABORATIVOS.
POSEA HABILIDAD DE ANÁLISIS PARA LA TOMA DE DECISIONES.
TENGA UN ALTO SENTIDO DE RESPONSABILIDAD Y ORGANIZACIÓN.
USE EL CORREO ELECTRÓNICO, HAGA BÚSQUEDAS EFICIENTES EN INTERNET Y MANEJE WIKIS.
TENGA HABILIDADES PARA EXPLORAR CUALQUIER SOFTWARE; PUEDA ADMINISTRAR ARCHIVOS, CREAR BASES DE DATOS, ELABORAR TABLAS Y GRÁFICA

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELATIVOS A HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS, CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS SON NECESARIOS PARA EL FUTURO EJERCICIO DEL PROFESIONAL?
- COMPRENDER EL CONCEPTO INTEGRAL DEL NUEVO ENTORNO DIGITAL Y LAS TENDENCIAS DEL MERCADO.

- APLICAR LAS DIVERSAS TÉCNICAS CON SUS RESPECTIVAS HERRAMIENTAS DE POSICIONAMIENTO, MÉTRICAS Y ANALÍTICA CON EL FIN DE DISEÑAR ESTRATEGIAS DE APLICADAS AL MARKETING DIGITAL.
- GESTIONAR Y MONITOREAR ESTRATÉGICAMENTE UNA ORGANIZACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA MISMA DEL MARKETING EN EL ENTORNO DIGITAL.
- CONOCER EL DESARROLLO Y LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS DIGITAL PARA CONSOLIDAR A LA ORGANIZACIÓN EN EL MERCADO ANALIZAR LAS OPCIONES PUBLICITARIAS Y DE PROMOCIÓN, A TRAVÉS DE LAS REDES Y LAS HERRAMIENTAS DIGITALES, DE UNA ORGANIZACIÓN, PRODUCTO O SERVICIO MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING, SU SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.
- OPTIMIZAR LAS POSIBILIDADES EN EL DISEÑO DE UNA ACCIÓN WEB Y MÓVIL Y SU EXPLOTACIÓN PARA GARANTIZAR EL RETORNO DE LA INVERSIÓN.
- MEDIR Y MEJORAR LA EVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN CON CLIENTES RENTABLES PARA GENERAR PRONÓSTICOS DE VENTAS QUE PERMITAN CRECER A LA ORGANIZACIÓN...

¿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?

- ENTENDER LOS DETALLES DE LAS FUNCIONES Y HABILIDADES COMUNICATIVAS MULTIMEDIA DE LAS EMPRESAS EN EL MARKETING DIGITAL, DE LOS POTENCIALES CLIENTES, DE LAS REGIONES GEOGRÁFICAS Y DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS EN INTERNET.
- COMPRENDER LOS PRINCIPIOS DE LA ÉTICA PROFESIONAL, IDENTIFICAR IMPLICACIONES DE LOS ACTORES PRINCIPALES Y DISEÑAR ESCENARIOS IDEALES EN EL ESCENARIO DIGITAL.
- IDENTIFICAR LAS ÁREAS FUNCIONALES DE UNA ORGANIZACIÓN EN LA WEB 2.0 Y LA RELACIÓN ENTRE ELLAS.
- ORGANIZAR Y PLANIFICAR CON DESTREZA PROYECTOS EN SITIOS WEB Y MÓVILES Y PLATAFORMAS SOCIALES DIGITALES.
- COMPRENDER CON SUFICIENCIA EL PAPEL CONDUCTOR DEL MARKETING DIGITAL, LA PUBLICIDAD Y LA COMUNICACIÓN ONLINE EN LA WEB 2.0 Y LOS MEDIOS SOCIALES.
- DIFERENCIAR ENTRE EL CONCEPTO DE CONSUMIDOR SOCIAL Y EL USUARIO PROACTIVO EN INTERNET.
- COMPRENDER Y SABER APLICAR LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN LA RELACIÓN MARCA-CONSUMIDOR A TRAVÉS DEL MARKETING EN DISPOSITIVOS MÓVILES Y LOS NUEVOS MEDIOS EMERGENTES.

¿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 TÉCNICO/A SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES CONTRIBUIRÁ DE LA SIGUIENTE MANERA:

- GENERAR INICIATIVAS DE INCLUSIÓN SOCIAL CON LA COMUNIDAD, AL TRABAJAR CON PROYECTOS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS CUALES LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE GRUPOS VULNERABLES LES PERMITE UN MEJOR NIVEL DE VIDA, YA QUE EL CAMPO DE LA GESTIÓN DE LA PROMOCIÓN POR INTERNET, PERMITE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS ACTORES SOCIALES, EN ESTE SENTIDO SE TRABAJA CON UN ENFOQUE SOCIAL Y DE PREVENCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE CON POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO SUSTENTABLE CON UN PENSAMIENTO ECOLÓGICO EN TODOS LOS PROYECTOS QUE SE PARTICIPE EN BENEFICIO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.
- PRESENTAR INFORMACIÓN ACTUALIZADA DE LOS GRUPOS EXCLUIDOS EN NUESTRA SOCIEDAD QUE CONTRIBUYA A SU MEJORAMIENTO DE NIVEL DE VIDA PARA EL BENEFICIO DEL PAÍS.
- CONTRIBUIR CON INFORMACIÓN PARA DETERMINAR LOS DIFERENTES SABERES ANCESTRALES Y LA INTERCULTURALIDAD DE LOS PUEBLOS PARA GENERAR ESTADÍSTICAS RELEVANTES A LA SOCIEDAD.
- DESARROLLAR ESTRATEGIAS QUE NO PERMITAN LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL GENERANDO UNA CULTURA SOSTENIBLE CON NUESTRO PLANETA

¿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 TÉCNICO/A SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES TRABAJARÁ CON LOS SIGUIENTES VALORES Y PRINCIPIOS:
- GENERAR CREATIVIDAD CON UN ENFOQUE DEONTOLÓGICO QUE PROMUEVA LOS DERECHOS DE AUTOR DE PROYECTOS DE TIC YA EXISTENTES EN EL MERCADO, PROMOVRIENDO ANTE TODO LA ÉTICA PROFESIONAL, PROCURANDO LA INCLUSIÓN DE TODOS LOS GRUPOS A TRAVÉS DE POLÍTICAS DE INTERCULTURALIDAD Y PLURINACIONALIDAD, CON UN PENSAMIENTO DE INNOVACIÓN, PRODUCTO DE LOS OBJETIVOS QUE TIENE LA CARRERA PARA PROMOVER UN ENFOQUE GLOBAL Y PARTICIPATIVO.
 - DESARROLLAR CALIDAD EN EL DESARROLLO Y GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES QUE PERMITA EL PENSAMIENTO CRÍTICO Y REFLEXIVO DE NUESTROS ESTUDIANTES PARA BENEFICIO DE LAS ENTIDADES RECEPTORAS.
 - PROMOVER IGUALDAD DE DERECHOS PARA LOS PROFESIONALES INDEPENDIEMENTE DE SU GÉNERO, CONDICIÓN SOCIAL Y ETNIA A LA QUE PERTENEZCA CONTRIBUYENDO A UN PAÍS MÁS JUSTO.
 - APOYAR AL DESARROLLO DE PROYECTOS INTERCULTURALES CON LA PARTICIPACIÓN EFECTIVA DE TODA LA COMUNIDAD EDUCATIVA QUE PERMITA LA INCLUSIÓN SOCIAL.

Objeto de estudio:

CUÁL ES EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA PROFESIÓN?

ES EL INTERCAMBIO DE BENEFICIO MUTUO QUE SE DESARROLLA ENTRE LAS DOS PARTES QUE INTERVIENEN EN LOS

DIFERENTES ENCUENTROS ENTRE EMPRESA Y LOS MERCADOS QUE ATIENDE.

EN ESTE SENTIDO, DEBE DEJARSE DE LADO LA ERRÓNEA IDEA DE QUE LO QUE BUSCA EL MARKETING DIGITAL ES LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR PER SE.

EN EL HIPOTÉTICO CASO QUE ASÍ FUERA, LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL SE VERÍA EN SERIO PELIGRO DE SEGUIR SOBREVIVIENDO EN UN MERCADO CADA VEZ MÁS COMPETIDO Y VORAZ.

¿QUÉ SE QUIERE TRANSFORMAR CON LA PROFESIÓN?

- TRANSFORMAR LA GESTIÓN COMERCIAL DE LAS ORGANIZACIONES A LAS QUE ATIENDE, SEAN ÉSTAS PEQUEÑAS, MEDIANAS O GRANDES EMPRESAS

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR