

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

Impresión realizada el: 15-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EDUPRAXIS
Siglas: ITSEDP
Código sniese: 2285
Tipo de financiamiento: PARTICULAR
Sitio web: SIN DATOS
Tipo de IES: ISTT

Estado de la carrera: VIGENTE
Tipo de carrera: TECNOLÓGICO SUPERIOR
Campo amplio: ADMINISTRACIÓN
Campo específico: EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado: MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
Programa: MARKETING
Título que otorga: TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING
Codificación: 2285-5504414A02-L-1801
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: TUNGURAHUA
Cantón: AMBATO
Ciudad: AMBATO
Duración: 4
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico: 20
Modalidad: EN LÍNEA
Valor de la matrícula: \$ 40,00
Valor del arancel: \$ 490,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-31-NO.698-2021
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2021-11-17
Año de aprobación: 2021
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2026-11-17
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
N° de cohortes: 2
Convenio con otras entidades:

- ASOCIACIÓN DE FABRICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE JUGUETE 'LOSTEOS'
- PIEL CUEROS
- SUB SECRETARÍA DE TIERRAS Y REFORMA AGRARIA
- LIV CONCERT CLUB
- MULTITEC
- BANCO PICHINCHA

N° de horas: 2.880 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 15-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON LA LEY.
- COPIA DE ACTA DE GRADO
- PARTIDA DE NACIMIENTO
- CÉDULA DE IDENTIDAD
- PAPELETA DE VOTACIÓN
- FOTOGRAFÍA TAMAÑO CARNET
- APROBAR PRUEBA DE APTITUD - CURSO CERO (NIVELACIÓN EL CUAL SERÁ FINANCIADO POR EL ITS EDUPRAXIS)

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES TECNÓLOGOS CON CAPACIDAD OPERATIVA Y TÉCNICA, ÉTICOS, CON ENFOQUE SOCIAL, CON ALTO NIVEL DE LIDERAZGO, EMPRENDEDOR, ALTAMENTE CAPACITADO PARA REALIZAR PROCESOS DE INVESTIGACIÓN, QUE FACILITEN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS CAMPOS ADMINISTRATIVOS Y MERCADOLÓGICOS, CON PREPARACIÓN PARA REALIZAR PLANES Y PROYECTOS; QUE SATISFAGAN LAS DEMANDAS DE LA COLECTIVIDAD.

Perfil de ingreso:

LOS FUTUROS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE MARKETING DEL TECNOLÓGICO EDUPRAXIS, DEBEN POSEER CONOCIMIENTOS EN EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA, PREPARACIÓN INTERDISCIPLINARIA, CON CAPACIDADES PERMANENTES DE APRENDIZAJE, CON CONOCIMIENTOS EN ÁREAS CIENTÍFICO-HUMANÍSTICA.

DEBEN TENER UN NIVEL ELEMENTAL DE CONOCIMIENTOS EN ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD, TÉCNICAS DE ESTUDIO Y MATEMÁTICAS.

LOS ESTUDIANTES DEBEN POSEER VALORES ÉTICOS Y MORALES; ESPÍRITU EMPRENDEDOR, PENSAMIENTO CREATIVO Y DESEO DE SUPERACIÓN PERSONAL.

EL FUTURO ESTUDIANTE DEL TECNOLÓGICO EDUPRAXIS, DEBE ESTAR PREPARADO PARA ENFRENTAR CUALQUIER RETO TÉCNICO ? CIENTÍFICO QUE LA INSTITUCIÓN LE IMPONGA CON UN ALTO GRADO DE PRODUCTIVIDAD EN LA GENERACIÓN DE NUEVAS IDEAS O CONCEPTOS PARA LA ACCIÓN EFECTIVA EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS SOCIALES Y EMPRESARIALES.

EL FUTURO ESTUDIANTE DEL INSTITUTO DEBE PROYECTARSE A INVOLUCRARSE EN UNA REAL VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD MEDIANTE EL DESARROLLO Y LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS CON ENFOQUE SOCIAL Y HUMANÍSTICO, BUSCANDO PARA SÍ SU PROPIO EMPRENDIMIENTO PERSONAL, COMO COLECTIVO DE SU ENTORNO EN EL QUE SE DESENVUELVE, POTENCIALIZANDO A SU VEZ EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL.

A MANERA DE RESUMEN PUEDE DECIRSE QUE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS PARA EL INGRESO DE LOS ESTUDIANTES AL TECNOLÓGICO EDUPRAXIS SON:

COGNOSCITIVAS:

- MATEMÁTICAS.
- LENGUAJE
- TÉCNICAS DE ESTUDIO (INVESTIGACIÓN).

COGNITIVAS:

- INTERPRETACIÓN.
- ARGUMENTACIÓN.

COMUNICATIVAS

- ESCUCHAR Y HABLAR CORRECTAMENTE.
- LEER Y ESCRIBIR BIEN.

VALORATIVAS

- EMITIR JUICIOS CORRECTOS.
- ASUMIR RESPONSABILIDADES.

DEBIDO A LA HETEROGENEIDAD EN LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES QUE VAN AL INSTITUTO A COMENZAR SUS ESTUDIOS, EL CENTRO HA IMPLANTADO UN CURSO INTRODUCTORIO CON EL OBJETIVO DE HOMOGENEIZAR LAS APTITUDES DE LOS ASPIRANTES, Y CONOZCAN LA ESENCIA DE LA CARRERA QUE DESEAN ELEGIR.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?

EL EGRESADO DE LA CARRERA EN MARKETING ESTARÁ EN CAPACIDAD DE SER UN TECNÓLOGO CON ELEVADA ÉTICA PROFESIONAL, LIDERAZGO PARA COMPRENDER E INTERPRETAR LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN PARA DISPONER UN PLAN DE ACCIÓN OPERATIVO E IMPLEMENTAR SISTEMAS, METODOLOGÍAS Y MÉTODOS ADMINISTRATIVOS EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EMPRESARIALES, PROACTIVO, CON GRAN SENTIDO VISIONARIO, Y CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN ATENCIÓN A LAS DEMANDAS DEL ENTORNO.

¿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?

- REALIZA ESTUDIOS DEL ENTORNO SITUACIONAL, INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y DE MARKETING.
- PROYECTA LA IMAGEN EMPRESARIAL ENMARCADA EN CRITERIOS DE COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA, SOBRE LA BASE DEL CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL ENTORNO A TRAVÉS DE ESTUDIOS DE MARKETING Y SOCIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR DE BIENES Y SERVICIOS.
- DOMINA Y CONOCE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AFINES PARA SU APLICACIÓN EFICIENTE EN LAS ÁREAS DE MANEJO EMPRESARIAL COMO SON LA ECONÓMICA, DE INFORMÁTICA, DE MARKETING, DE CONTABILIDAD Y DE ESTADÍSTICA.
- DISEÑA, EJECUTA, MONITOREA Y EVALÚA PROYECTOS, PLANES DE NEGOCIOS, DE MERCADOTECNIA Y VENTAS.

¿CÓMO CONTRIBUIRÁ EL FUTURO PROFESIONAL 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 FUTURO PROFESIONAL EN MARKETING :

- TIENE CAPACIDAD PARA EL TRABAJO EN EQUIPO, A FIN DE CREAR LAS CONDICIONES AMBIENTALES NECESARIAS PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN DONDE SE DESEMPEÑEN.
- GESTIONA PROYECTOS PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS CRÍTICOS DEL CONTEXTO INVOLUCRANDO LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA PARA CREAR Y PROMOVER PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN EN LA COMUNIDAD HACIA NIVELES DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE.
- TIENE ÉTICA PROFESIONAL Y CONDUCTA CÍVICA SUSTENTADA EN VALORES:
- ACTÚA CON BASE A UN PROYECTO ÉTICO DE VIDA PARA ASEGURAR LA AUTORREALIZACIÓN PERSONAL
- ACTÚA CON UN CÓDIGO ÉTICO PROFESIONAL, COMPATIBLE CON EL PERFIL PROFESIONAL DEL TECNÓLOGO EN MARKETING.
- ESTÁ APEGADO A LOS PRINCIPIOS ÉTICOS Y MORALES DE LA SOCIEDAD, ASÍ COMO UNA FORMACIÓN HUMANISTA QUE LES PERMITA ACTUAR CON EQUITAD Y HONESTIDAD.
- UTILIZA EL BIENESTAR SOCIAL Y ÉXITO PROFESIONAL PROTEGIENDO AL AMBIENTE DE ACUERDO CON METAS, NORMAS Y VALORES SOCIALES

¿CUÁLES SON LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, EN EL MARCO DE UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD Y PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE OFRECE LA CARRERA?

EL RECONOCIMIENTO A LA DIVERSIDAD DE MANIFESTACIONES ÉTNICO-CULTURALES EN LAS ESFERAS LOCAL, REGIONAL, NACIONAL Y PLANETARIA, DESDE UNA VISIÓN DE RESPETO Y VALORACIÓN.

EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR EDUPRAXIS SE DESARROLLARÁ ESTE EJE TRANSVERSAL EN LAS CLASES, LOS PROFESORES DEBERÁN VINCULAR LOS CONTENIDOS, EN LA MEDIDA DE LAS POSIBILIDADES A LAS MANIFESTACIONES ÉTNICAS CULTURALES DEL PAÍS, Y TAMBIÉN A NIVEL REGIONAL. DONDE SE PROPICIE EL CONOCIMIENTO DE LA HISTORIA NACIONAL COMO EJE FORMADOR DE VALORES EN LOS ESTUDIANTES.

EL DESARROLLO DE VALORES HUMANOS UNIVERSALES, EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES CIUDADANAS, LA TOMA DE CONCIENCIA DE LOS DERECHOS, EL DESARROLLO DE LA IDENTIDAD ECUATORIANA Y EL RESPETO A LOS SÍMBOLOS PATRIOS, EL APRENDIZAJE DE LA CONVIVENCIA DENTRO DE UNA SOCIEDAD INTERCULTURAL Y PLURINACIONAL, LA TOLERANCIA HACIA LAS IDEAS Y COSTUMBRES DE LOS DEMÁS Y EL RESPETO A LAS DECISIONES DE LA MAYORÍA.

PARA ESTE EJE SE HA DESARROLLADO UNA ESTRATEGIA QUE YA SE HA EXPUESTO QUE CONTRIBUIRÁN AL FOMENTO DE VALORES UNIVERSALES EN LOS PROFESIONALES DE LAS CIENCIAS CONTABLES COMO SON LA HONESTIDAD, LABORIOSIDAD, RESPONSABILIDAD, APEGO A LOS SÍMBOLOS PATRIOS, RESPETO HACIA LAS TRADICIONES Y COSTUMBRES DE LOS SERES HUMANOS, ENTRE OTROS.

Objeto de estudio:

HOY EN DÍA, EN UNA SOCIEDAD CONSUMISTA, DONDE LA OFERTA Y LA DEMANDA FORMAN UNA AMALGAMA PARA OPERACIONES MERCANTILES CON EL ÚNICO OBJETO DE LLEGAR AL CLIENTE Y POTENCIAL CONSUMIDOR, ABORDARÉ UN TEMA QUE SE LO PRACTICA EMPÍRICAMENTE PERO QUE AÚN NO SE LO TECNIFICA EN PAÍSES COMO EL NUESTRO.

EL MARKETING EXIGE UNA NUEVA ORIENTACIÓN FUNDAMENTAL DE LA COMPAÑÍA, QUE DEBE DEJAR DE MIRAR HACIA ADENTRO A SUS PRODUCTOS, PARA MIRAR HACIA FUERA Y OBSERVAR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES. LA ACTIVIDAD VENDEDORA SE CONCENTRA SOBRE LAS NECESIDADES DEL QUE VENDE Y SOBRE LAS NECESIDADES DEL COMPRADOR.

LA ACTIVIDAD VENDEDORA SE PREOCUPA POR LA NECESIDAD DEL QUE VENDE Y TRATA DE CONVERTIR SU PRODUCTO EN DINERO; EL MARKETING SE PREOCUPA POR SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE CON EL PRODUCTO Y EL CONJUNTO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON SU CREACIÓN, ENTREGA Y CONSUMO.

Modalidad titulación:

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