

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

Impresión realizada el: 15-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO JAPÓN
Siglas: ITSJ
Código sniese: 2174
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: 2174-550414A02-P-1701
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: QUITO
Duración: 4
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 80,00
Valor del arancel: \$ 800,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-02-NO.015-2022
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2022-01-13
Año de aprobación: 2022
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2027-01-13
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
N° de cohortes: 2

Convenio con otras entidades:

- MANCOMUNIDAD DE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PARROQUIALES RURALES DE LA ZONA NORCENTRAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.
- ITED.
- GAD DE CALDERON.
- COMPAÑÍA DE SEGURIDAD, PROTECCIÓN Y MONITOREO "SEPROM CIA. LTDA".
- C4D AGENCIA DE COMUNICACIÓN.

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.
- APROBAR EL EXAMEN DE ADMISIÓN INSTITUCIONAL.
- COPIA DE LA CÉDULA Y PAPELETA DE VOTACIÓN.
- APROBAR EL PROCESO DE NIVELACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.
- LLENAR LA HOJA DE INSCRIPCIÓN Y SOCIOECONÓMICA.
- ACTA DE GRADO ORIGINAL.

Objetivo general:

FORMAR TECNÓLOGOS EN LA GESTIÓN DE MERCADEO CAPACES DE IDENTIFICAR Y ANALIZAR LAS NECESIDADES Y TENDENCIAS DEL MERCADO DISEÑANDO ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y APLICANDO HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO COMERCIAL Y ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS.

Perfil de ingreso:

EL ESTUDIANTE EN EL ISTJ, ES UNA DAMA O UN CABALLERO QUE TIENE LA CONDICIÓN DE TRABAJADOR INTELECTUAL. DEBE SER UN CIUDADANO CULTO, EDUCADO, DECENTE, TRABAJADOR, HONRADO Y POSITIVO QUE CONOCE Y UTILIZA LA CULTURA, LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA PARA EL BIEN; APLICA LA INVESTIGACIÓN EN TODAS LAS ACTIVIDADES DE SU VIDA, TANTO PERSONAL COMO PROFESIONAL Y A TRAVÉS DE ELLO SE CONVIERTE EN ACTOR DEL CAMBIO Y LA TRANSFORMACIÓN DEL MUNDO Y NO DE SIMPLE ESPECTADOR DE LO QUE SUCEDE EN EL MUNDO, HACIENDO QUE LAS COSAS SUCEDAN COMO EMPRENDEDOR QUE SABE ABRIR CAMINOS Y QUE CONTRIBUYE ASERTIVAMENTE AL DESARROLLO DEL PLAN NACIONAL, Y LA RECONVERSIÓN DE LA MATRIZ PRODUCTIVA.

A CONTINUACIÓN, SE DESCRIBEN LOS CONOCIMIENTOS CON LOS QUE DEBERÁ CONTAR EL ASPIRANTE Y QUE FACILITARÁN LA ADQUISICIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DISCIPLINARES Y PROFESIONALES. LA ADMISIÓN DE LOS ALUMNOS SE REALIZA A TRAVÉS DEL SISTEMA DE ADMISIÓN Y NIVELACIÓN INSTITUCIONAL CREADO PARA EL EFECTO, EN FUNCIÓN DE LA NORMATIVA QUE LOS ORGANISMOS DE CONTROL HAN DISEÑADO CON ESTE FIN. LA EVALUACIÓN SE REALIZA DE MANERA SECUENCIAL Y FINAL EN CADA UNA DE LAS ASIGNATURAS QUE LOS ESTUDIANTES RECIBEN EN ESTE PERÍODO; UNA VEZ QUE APRUEBAN, DEBEN MATRICULARSE EN EL PRIMER PERÍODO Y SE CONSIDERAN ESTUDIANTES REGULARES EN EL INSTITUTO.

Perfil de egreso:

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

PARA QUE UN TECNÓLOGO EN MARKETING SEA EL PROFESIONAL PROACTIVO Y GENERADOR DE UN CAMBIO EN LA VISIÓN EMPRESARIAL DEL PAÍS, REQUERIRÁ EN EL ESTUDIANTE, COMPETENCIAS COGNITIVAS, TÉCNICAS Y METODOLÓGICAS, MUCHAS DE LAS CUÁLES LAS ADQUIRIRÁ DURANTE SUS ESTUDIOS EN ESTE CENTRO TECNOLÓGICO, POR LO QUE SERÁ FORMADO EN CONOCIMIENTOS Y HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS QUE ESTÉN ACORDES AL DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LAS NECESIDADES EMPRESARIALES, APOYADO NO SOLO POR CONOCIMIENTOS SINO QUE, ACORDES AL PARADIGMA APRENDER HACIENDO, CONJUGARÁN LOS APRENDIZAJES CON TÉCNICAS COMPUTACIONALES Y DE CONOCIMIENTO DE LA WEB 2.0, TODO ESTO AFIANZADO EN ACTITUDES Y VALORES COMO LA RESPONSABILIDAD, HONRADEZ, INICIATIVA EMPRENDEDORA Y TRABAJO EN EQUIPO. LOS DISTINTOS PERIODOS QUE FORMAN PARTE DE LA MALLA CURRICULAR DE LA TECNOLOGÍA, LE PERMITIRÁN EL DESARROLLO DE ÉSTAS CAPACIDADES Y ACTITUDES, QUE LE FACILITARÁ OBTENER AL FINAL DE SU CARRERA TECNOLÓGICA, CONOCIMIENTOS QUE CUMPLAN CON EL ROL QUE EL ENTORNO LE EXIGE, ENFOCADO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y DE LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD GLOBALIZADA E INTERDEPENDIENTE, ACTUALMENTE MUY MEDIATIZADA POR LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA WEB 2.0, A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO QUE RETENGA Y CREE NUEVOS CLIENTES. TODO LO ANTERIORMENTE SEÑALADO, SE EVIDENCIA EN LA CONFORMACIÓN DE LA MALLA CURRICULAR DE LA CARRERA, EN DONDE SU PRIMER PERIODO COMPRENDE UN CAMPO DE ESTUDIO QUE CONTEMPLA ÁREAS DE CONOCIMIENTO QUE INVOLUCRAN LA GESTIÓN TECNOLÓGICA EN EL DISEÑO Y UTILIZACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES BASADOS EN INSTRUMENTOS DE GESTIÓN DE RECURSOS TECNOLÓGICOS, FACILITANDO EL CONOCIMIENTO METODOLÓGICO PARA LA UBICACIÓN DE LAS TENDENCIAS DE LOS MERCADOS LOCALES Y GLOBALES, POSICIONANDO DE MEJOR MANERA LAS IDEAS, SERVICIOS E INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS; EN SU SEGUNDO PERIODO COMPRENDE EL CONOCIMIENTO DE UNA SERIE DE MODELOS TEÓRICOS-INSTRUMENTALES DEL PENSAMIENTO EMPRESARIAL ACTUAL, QUE LE PERMITAN PENSAR CON CREATIVIDAD ESTRATÉGICA, QUE INCIDEN DIRECTAMENTE EN LA EFICIENCIA DE LAS EMPRESAS; EN EL TERCER Y CUARTO PERIODO SE RESUMEN LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DE LAS ANTERIORES ÁREAS DE CONOCIMIENTO, YA QUE COMPRENDE UN CAMPO DE ESTUDIO REFERIDO AL CONJUNTO DE TRANSACCIONES Y ACCIONES DE ACUERDO ENTRE PERSONAS, PAÍSES, EMPRESAS, COMPLEMENTANDO CON LA ASIMILACIÓN DEL ESTUDIO DEL AMBIENTE SOCIAL O VIRTUAL EN EL QUE SE PROPICIA EL INTERCAMBIO COMERCIAL, TENDIENTES A TRANSFORMAR LOS PROCESOS DE GESTIÓN COMERCIAL, EN SISTEMAS ÁGILES, EQUITATIVOS,

SOLIDARIOS Y JUSTOS. DE ESTA MANERA, EL TECNÓLOGO/A, EN MARKETING SERÁ UN PROFESIONAL CON FORMACIÓN TEÓRICA, METODOLÓGICA, TÉCNICA E INSTRUMENTAL QUE INTERVENGA EN PROCESOS DE APOYO PARA LA GESTIÓN DE MERCADO DE UNA ORGANIZACIÓN, TENDRÁ SÓLIDAS BASES DE ÉTICA Y AL MISMO TIEMPO CONTARÁ CON UNA MENTALIDAD EMPRENDEDORA QUE LE PERMITIRÁ CREAR SU PROPIO EMPRENDIMIENTO, CAPACITADO PARA RESPONDER A LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO OCUPACIONAL ACTUAL, TRABAJARÁ APOYANDO LAS ACTIVIDADES DE MARKETING DE EMPRESAS COMERCIALES, INDUSTRIALES O DE SERVICIOS, APLICANDO ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN UN POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA, PRESENTANDO SOLUCIONES INTEGRALES ORIENTADAS A LA COMPETITIVIDAD DE PRODUCTOS, MARCAS Y EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.

¿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?

LA TECNOLOGÍA DESARROLLA ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE TEÓRICO-PRÁCTICAS QUE FACILITA QUE LOS ESTUDIANTES OBTENGAN LOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS EN EL TRANSCURSO DE LA CARRERA, DESARROLLADOS EN DIFERENTES ESCENARIOS DE APRENDIZAJE DEPENDIENDO DE LAS CARACTERÍSTICAS INTRÍNECAS DE CADA ASIGNATURA. SE HA CONCEBIDO ESCENARIOS DE APRENDIZAJE EN EL AULA, DE PRÁCTICA REALES COMO EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS MERCADOS Y DE SUS CONSUMIDORES. EN EL COMPONENTE DOCENCIA, EL APRENDIZAJE EN EL AULA ASISTIDO POR EL PROFESOR, PREVÉ LA EXPLORACIÓN DEL CONOCIMIENTO POR PARTE DEL ESTUDIANTE, UTILIZANDO PARA ELLO LAS TÉCNICAS: CONFERENCIAS MAGISTRALES Y SEMINARIOS PARA EL CAMPO DE LA FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA; EN EL CAMPO DE ADAPTACIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA SE TRABAJARÁ CON ESTUDIOS DE CASO; EN LA INTEGRACIÓN DE SABERES, CONTEXTOS Y CULTURAS SE UTILIZARÁ EL APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS; Y PARA EL CAMPO DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJES SE MANEJARÁ DATOS Y ACERVOS BIBLIOGRÁFICOS. EN ESTE MISMO COMPONENTE, EL APRENDIZAJE COLABORATIVO SE LLEVARÁ A EFECTO A TRAVÉS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN PARA EL COMPONENTE DE ADAPTACIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA; SOLUCIÓN DE CASOS, PROYECTOS DE INTEGRACIÓN DE SABERES Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA EL CAMPO DE INTEGRACIÓN DE CONTEXTOS Y CULTURA; Y, LA APLICACIÓN DE TIC'S EN EL CAMPO DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE. EN EL COMPONENTE DE EXPERIMENTACIÓN DE SABERES QUE PERMITE LA CONSTRUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS SE REALIZARÁ TALLERES EN EL CAMPO DE FUNDAMENTO TEÓRICOS; EXPERIMENTACIÓN EN AMBIENTE LABORAL Y PRÁCTICAS DE CAMPO. POR ÚLTIMO, EN EL COMPONENTE DE TRABAJO AUTÓNOMO QUE PERMITIRÁ EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO Y CREATIVO SE UTILIZARÁ LA LECTURA CRÍTICA EN EL CAMPO DE FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA; GENERACIÓN DE DATOS Y BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN, ANÁLISIS Y COMPRESIÓN DE MATERIAL BIBLIOGRÁFICO, ELABORACIÓN DE ENSAYOS, PARA EL CAMPO DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJES. LA APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS DESCRITAS, SE PLANTEAN EN EL MARCO DEL MODELO CONSTRUCTIVISTA, SOBRE LA BASE DE MÉTODOS ACTIVOS DE APRENDIZAJE QUE TIENEN SU HACEDERO PRÁCTICO EN EL MODELO PEDAGÓGICO INSTITUCIONAL Y POR ENDE EN EL MODELO EDUCATIVO. SE OBSERVARÁN MÉTODOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS, EN EL PRIMER MÉTODO, A TRAVÉS DE UN ENFOQUE POSITIVISTA QUE APLIQUE METODOLOGÍAS EXPLORATORIAS DEL AMBIENTE Y DESCRIPTIVO DE LAS REALIDADES, MIENTRAS QUE, A TRAVÉS DEL MÉTODO CUALITATIVO, SE INDUCIRÁ AL ESTUDIANTE A 'PENSAR-REFLEXIONAR-PENSAR', A TRAVÉS DEL ENFOQUE SOCIOCRTICO, YA QUE LOS CONTENIDOS DE CADA ÁREA DE CONOCIMIENTO FOMENTARÁN EN EL ESTUDIANTE LA OBSERVACIÓN, A TRAVÉS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL DIAGRAMA DEL PROBLEMA EN ESTUDIO, EL PENSAR A TRAVÉS DE SU ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN Y FINALMENTE, EL ACTUAR A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN BUSCANDO LA RESOLUCIÓN DEL PROBLEMA. TODO ESTO SIN PERDER LA INTENCIÓN DE LA CARRERA EN EL SENTIDO QUE EL PROFESIONAL DEBE INTEGRARSE Y SENTIR EMPATÍA POR LA SOCIEDAD QUE LO RODEA, DADO QUE ES LA ÚNICA MANERA EN LA QUE PUEDA ESTABLECER SUS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS, PARA ELLO, APLICAREMOS EL ENFOQUE NATURISTA-HERMENÉUTICO PARA QUE EL ESTUDIANTE PUEDA ESTUDIAR LA CAUSA DEL PROBLEMA EN SU AMBIENTE NATURAL, A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS INTERPRETATIVAS QUE LE PERMITAN ANALIZAR LAS COSTUMBRES, POLÍTICAS, LA REALIDAD MISMA DE LA SOCIEDAD Y, LA METODOLOGÍA CONSTRUCTIVISTA, EN LA CUAL SE FOMENTE QUE EL ESTUDIANTE CONSTRUYA SU PROPIO CONOCIMIENTO, A TRAVÉS DEL MÉTODO DE APRENDER-HACIENDO.

¿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?

EN EL MUNDO GLOBALIZADO ACTUAL, EN DONDE LA PERCEPCIÓN DE HACER NEGOCIOS A EVOLUCIONADO HACIA LA VIRTUALIDAD, MOTIVADOS POR ESCENARIOS 'CISNE NEGRO' QUE IRRUMPIERON EN LA COTIDIANIDAD DE LA SOCIEDAD, HA DESENCADENADO EN UNA MAYOR INTERACCIÓN DEL FLUJO DE INFORMACIÓN A NIVEL MUNDIAL DENTRO DE LOS NEGOCIOS, YA QUE LA APERTURA DE NUEVOS MERCADOS, LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS, LA DEMANDA SUMAMENTE CAMBIANTE, SON AL MOMENTO LAS FUERZAS QUE HAN IMPULSADO ESTE CAMBIO Y HAN PERMITIDO EL DESARROLLO DEL MARKETING DIGITAL. ESTE NUEVO RETO SERÁ ASUMIDO POR EL PROFESIONAL TECNÓLOGO EN MARKETING EN ARAS DE MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA SOCIEDAD, DE ESTABLECER NUEVAS ESTRATEGIAS PARA QUE ESTE TRÁFICO DE INFORMACIÓN SEA DE CALIDAD, APROVECHABLE PARA EL CRECIMIENTO DE LAS PYMES DENTRO DE ESTE MERCADO ALTAMENTE COMPETITIVO, QUE OBLIGARÁ A FLEXIBILIZAR LOS MODELOS DE ORGANIZACIÓN Y DE GESTIÓN EXISTENTES. EL USO DE LA TECNOLOGÍA SERÁ PREPONDERANTE Y SOLO AQUELLOS QUE LA COMPRENDAN, QUE LA INNOVEN A TRAVÉS DEL USO DEL INTERNET, REDES SOCIALES, SISTEMAS DE CONVERSIÓN DE TRÁFICOS DE USUARIOS PARA CONVERTIRLOS EN POTENCIALES CLIENTES, PODRÁN MODIFICAR LA VISIÓN EMPRESARIAL DE CÓMO ALCANZAR VENTAJAS COMPETITIVAS A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA. PLANIFICAR, HACER, VERIFICAR, ACTUAR, SIGUIENDO EL CICLO DE DEMING CONSEGUIRÁN NUESTROS TECNÓLOGOS APOYAR A MEJORAR EL DESARROLLO DE LAS PYMES A TRAVÉS DEL USO DEL MARKETING DIGITAL Y TODAS SUS HERRAMIENTAS, APOYANDO A LA DIRECCIÓN A LA MEDICIÓN DE SU

PRODUCTIVIDAD EN LA GERENCIA DE MERCADEO, ES POR ELLO, QUE DENTRO DE LA MALLA CURRICULAR DE LA CARRERA EN TECNOLOGÍA DE MARKETING DEL ITSJ. ESTE CAMBIO EN EL PARADIGMA EMPRESARIAL, TIENE QUE SER CONGRUENTE CON EL CUIDADO HACIA LAS BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES, A TRAVÉS DE IMPULSAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL QUE NUESTROS ESTUDIANTES LO ANALIZARÁN CON PENSAMIENTO CRÍTICO Y RAZONADO, CUANDO REALICEN SUS PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO DURANTE LOS CUATRO PERIODOS QUE DETERMINA SU MALLA CURRICULAR, ALLÍ ES JUSTAMENTE CUANDO MOTIVARÁN EN LAS COMUNIDADES Y ASENTAMIENTOS SU APLICACIÓN Y RESPETO, CONCOMITANTES CON LOS OBJETIVOS NACIONALES DE DESARROLLO QUE DENTRO DEL EJE 1, OBJETIVO 3. LA INCLUSIÓN DE TODA LA COMUNIDAD Y SECTORES SOCIALES ES IMPORTANTE PARA EL ITSJ, POR LO QUE SU EDUCACIÓN TIENE EL CARÁCTER DE INCLUSIVA QUE PERMITA ATENDER LAS NECESIDADES EDUCATIVAS DE LAS PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES, POR LO QUE DENTRO DE SU ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA, EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN EL NUMERAL 2 DE DEL ART. 11 DE LA CRE. Y DE ACUERDO AL MODELO EDUCATIVO POR PERFILES DE DESEMPEÑO, EL CUAL OTORGA EL VERDADERO VALOR AL SER HUMANO RESPETADO SUS DIFERENCIAS, HA IMPLEMENTADO NORMAS Y POLÍTICAS DE ACCIÓN AFIRMATIVA PARA LA PRÁCTICA DIARIA DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES ENTRE TODA LA COMUNIDAD EDUCATIVA DEL ITSJ, LO QUE HA LLEVADO AL RESPETO DE CADA UNO DE SUS ACTORES. POR CONSIGUIENTE, LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING, CUIDARÁ QUE TODO PROYECTO COMERCIAL RELACIONADO CON LA COMUNIDADES ANCESTRALES, CUENTE CON SU PARTICIPACIÓN Y CONOCIMIENTO SISTEMATIZANDO EL PROCESO PARA EL CONOCIMIENTO DE TODOS LOS ACTORES Y EL RESPETO HACIA SU APORTE A LA GENERACIÓN SOCIAL DE CONOCIMIENTO EN LA ECONOMÍA MUNDIAL Y LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS COMPLEMENTARIAS EN LA INTEGRACIÓN REGIONAL, DENTRO DE LOS LÍMITES BIOFÍSICOS DE LA NATURALEZA Y RESPETO A LA VIDA Y A LAS CULTURAS.

¿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 EL PROGRAMA?

EL INGRESO DE ESTUDIANTES AL ITSJ, ES DEMOCRÁTICO SIN DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO, CREDO, RAZA, CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA, INCLINACIÓN POLÍTICA, SEXUAL, CULTURAL, CAPACIDADES DIFERENTES. EN LA ACTUALIDAD EL INSTITUTO CUENTA CON EL MAYOR NÚMERO DE ESTUDIANTES DE GÉNERO FEMENINO, ADEMÁS DE AFRO ECUATORIANOS, BLANCOS, INDÍGENAS, MESTIZOS, MONTUBIOS, MULATOS Y NEGROS, SIENDO UNA COMPOSICIÓN MULTIÉTNICA Y MULTIRRACIAL, CUMPLIENDO CON LAS POLÍTICAS DICTAMINADAS EN LA LOES Y EN LA CRE, POR LO QUE HA DISEÑADO UN PLAN DE ACCESO A BECAS QUE INCLUYEN Y DAN PRIORIDAD A PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENTES Y BAJAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS, ASÍ COMO TAMBIÉN INCENTIVA CON BECAS DE ESTUDIO A ESTUDIANTES CON EXCELENCIA ACADÉMICA. LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE DE LAS ACTITUDES.- COLL (1987) CONSIDERA LAS ACTITUDES, VALORES Y NORMA COMO UN TIPO DE CONTENIDO QUE PUEDEN ENSEÑARSE Y APRENDERSE. DE ACUERDO CON LA UNESCO, EN LAS ACTITUDES PUEDEN DISTINGUIRSE TRES COMPONENTES: (A) COGNITIVO: ES NECESARIO CONOCER EN QUÉ CONSISTE LA ACTITUD; (B) AFECTIVO: ES NECESARIO SENTIRLO INTERIORMENTE Y (C) CONDUCTUAL: HAY QUE MANIFESTARLA CON COMPORTAMIENTO O DECLARACIÓN DE INTENCIONES. EL APRENDIZAJE DE ACTITUDES SE BASA EN LA OBSERVACIÓN, LA CONTRASTACIÓN, LA COMPARACIÓN Y LA IMITACIÓN. SEGÚN SARABIA LAS ACTIVIDADES MÁS FRECUENTES EN ESTE TIPO DE ORIENTACIÓN SON: LA SIMULACIÓN; LOS DIÁLOGOS, DEBATES Y DISCUSIONES Y LAS EXPOSICIONES EN PÚBLICO DE LOS ALUMNOS; ESTAS ACTIVIDADES PERMITIRÍAN GARANTIZAR LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE INTERACTIVO, COLABORATIVO, AUTÓNOMO, PARTICIPATIVO, CONECTADO Y CONTEXTUALIZADO. LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE EN CADA ÁREA DE CONOCIMIENTO QUE CONFORMA LA MALLA CURRICULAR DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING, RESPONDEN A UNA ESTRATEGIA PEDAGÓGICA QUE BUSCA FAVORECER EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO MEDIANTE LA ARTICULACIÓN DE CONOCIMIENTOS, DOCENTES, ESTUDIANTES, INVESTIGACIÓN, VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y PRÁCTICAS PROFESIONALES, DONDE LAS DIMENSIONES COGNITIVAS, AFECTIVA Y CORPORAL DE LOS ESTUDIANTES EN CUANTO A VALORES Y HABILIDADES ENTRAN EN JUEGO PARA DESARROLLAR SUS COMPETENCIAS PROFESIONALES, POR LO TANTO, LOS PRINCIPIOS Y VALORES EN LOS QUE SE SUSTENTA LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING, ESTÁN RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN ?ACCIÓN QUE SE VEN REFLEJADOS EN LAS PRÁCTICAS PRE ? PROFESIONALES QUE REALIZAN LOS ESTUDIANTES, YA QUE SE FUNDAMENTAN EN UNA ACCIÓN DELIBERATIVA, COLABORATIVA Y AUTÓNOMA, BRINDANDO LA POSIBILIDAD DE CONSTRUIRLA Y RECONSTRUIRLA A PARTIR DE LA REFLEXIÓN CRÍTICA PRODUCTO DE UNA TAREA COLECTIVA E INTEGRADORA DE CONOCIMIENTOS INTER Y TRANS-DISCIPLINARIOS, ESTO SE CONSIGUE A TRAVÉS DE LA IMPARTICIÓN DE LAS ASIGNATURAS DE ETNIA, GÉNERO Y SABERES ANCESTRALES. SE BUSCARÁ POR LO TANTO QUE EL PROFESIONAL TECNÓLOGO EN MARKETING APOYE EL DESARROLLO DE SU TRABAJO EN UN CONTEXTO DE CAMBIO PERMANENTE, PROVISTO DE REDES DE APRENDIZAJE DE UN AMPLIO ESPECTRO DE ELEMENTOS HISTÓRICOS, RELIGIOSOS, PSICOLÓGICOS, IDEOLÓGICOS, CULTURALES QUE INFLUYEN ESTRUCTURALMENTE EN LA FORMA COMO EL MUNDO ACTUAL REALIZA TRANSACCIONES DE NEGOCIOS. SE PROMOVERÁ APOYAR A FORMAR UNA SOCIEDAD CON VALORES BASADOS EN LA SOLIDARIDAD Y LA CORRESPONSABILIDAD, QUE MOTIVE UNA ADMINISTRACIÓN HONRADA, CON APEGO IRRESTRICTO A LA LEY, GENERANDO UNA EDUCACIÓN EN VALORES A NIVEL INTEGRAL, FOMENTANDO ASÍ LA TOMA DE DECISIONES DE MANERA CONSCIENTE, CORRESPONSABLE Y AUTÓNOMA.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS EN MARKETING, TIENE COMO OBJETO 'ENTREGAR A LA SOCIEDAD TECNÓLOGOS CON CONOCIMIENTOS ACADÉMICOS, TEÓRICO PRÁCTICOS, OPERATIVOS Y HUMANÍSTICOS; PREPARADOS CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICAMENTE PARA INICIAR Y ADMINISTRAR PEQUEÑAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS, CON APLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN, MERCADEO, PRODUCCIÓN Y ADMINISTRACIÓN; COMPRENDIDO CON EL DESARROLLO SOSTENIDO Y SUSTENTABLE DEL PAÍS, CON UN LIDERAZGO FIRME Y SOLIDARIO, QUE CONTRIBUYAN AL DESARROLLO COMERCIAL Y

ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS, SE INVOLUCREN EN EL PROCESO SOCIO ECONÓMICO DE PRODUCCIÓN E INVERSIÓN, QUE CONTRIBUYAN CON EL DESARROLLO SOCIAL, HUMANO, ADEMÁS FORMAR PROFESIONALES CAPACITADOS, CIENTÍFICA, TÉCNICA Y ÉTICAMENTE, PARA DESEMPEÑARSE EN LAS ÁREAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, MARKETING Y VENTAS DE NUESTRO PAÍS.

Modalidad titulación:

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