

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

Impresión realizada el: 15-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES:	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ARGOS
Siglas:	ISTA
Código sniese:	2158
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR
Sitio web:	SIN DATOS
Tipo de IES:	ISTT
<hr/>	
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
Título que otorga:	TECNÓLOGO/A SUPERIOR UNIVERSITARIO/A EN MARKETING
Codificación:	2158-560414A01-L-0901
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	GUAYAQUIL
Ciudad:	GUAYAQUIL
Duración:	6
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	16
Modalidad:	EN LÍNEA
Valor de la matrícula:	\$ 60,00
Valor del arancel:	\$ 890,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-05-NO.086-2022
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2022-02-02
Año de aprobación:	2022
Años de vigencia:	5 años.
Vigente hasta:	2027-02-02
N° de cohortes:	2
N° de horas:	4.320 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 PROCESO DE ADMISIÓN

Objetivo general:

EL OBJETIVO GENERAL DE LA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING ES FORMAR PROFESIONALES INTEGRALES, CAPACES DE PLANIFICAR ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SOBRE BIENES Y SERVICIOS, APLICANDO CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE EL DISEÑO DE LA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO Y DE LA INSTITUCIÓN O EMPRESA, GENERANDO VALOR AGREGADO Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO COMPETITIVO NACIONAL, CON PROYECCIÓN INTERNACIONAL

Perfil de ingreso:

- CAPACIDAD DE LECTURA COMPRESIVA
- CAPACIDAD DE RAZONAMIENTO LÓGICO
- CAPACIDAD DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA.
- CAPACIDAD DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS
- CAPACIDAD DE AUTOESTIMA Y DECISIÓN DE PROFESIONALIZACIÓN
- HABILIDAD EN EL MANEJO DE TIC S
- OBSERVACIÓN Y PRÁCTICA DE VALORES ÉTICOS Y MORALES
- PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDAD DE DISCERNIMIENTO
- HABILIDADES DE OBSERVACIÓN ORIENTADAS HACIA LA BÚSQUEDA DE SOLUCIONES FRENTE A UN PROBLEMA PLANTEADO.
- HABILIDADES DE ORGANIZACIÓN Y PLANEAMIENTO DEMOSTRADAS EN SU VIDA ESTUDIANTIL
- CAPACIDAD DE CRECIMIENTO INTELECTUAL Y COGNOSCITIVO CONTINUO
- MOTIVACIÓN PARA SERVIR A LOS DEMÁS.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL? - REALIZAR PLANES DE MARKETING Y LIDERAR PROCESOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS. - ANALIZAR EL MERCADO PARA IDENTIFICAR NECESIDADES DE PRODUCTOS O SERVICIOS. - APLICAR TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES. - DESARROLLAR CAPACIDAD DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA PLANTAR ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD. - DEMOSTRAR COMPETENCIAS DE LIDERAZGO PARA LA DIRECCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y DE MARKETING.

¿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? - UTILIZAR HERRAMIENTAS PARA UNA EFICIENTE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL ÁREA DE MARKETING Y PUBLICIDAD. - DEMOSTRAR COMPETENCIAS INTEGRALES Y ACADÉMICAS EN EL ÁMBITO DEL MARKETING. - PARTICIPAR DENTRO DE PROYECTOS INSTITUCIONALES SOBRE EL ÁREA DEL MARKETING. - DEMOSTRAR CREATIVIDAD PARA LA IDENTIFICACIÓN DEL COMPORTAMIENTO HUMANO SOBRE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR. - ANALIZAR ESTRATEGIAS DE MERCADOLÓGIA PARA GENERAR VENTAJAS COMPETITIVAS EN EL ÁMBITO NACIONAL, CON PROYECCIÓN INSTITUCIONAL.

¿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? - DESARROLLANDO APTITUDES QUE CONTRIBUYAN CON EL ANÁLISIS DEL MERCADO E IDENTIFICANDO DECISIONES SOSTENIBLES SOBRE LA ORGANIZACIÓN. - PARTICIPAR DE PROYECTOS MULTIDISCIPLINARIOS QUE APORTEN AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS. - IDENTIFICANDO PROBLEMAS REALES DEL PAÍS, Y APLICANDO ESTRATEGIAS DE APORTACIÓN AL MERCADO. - APLICANDO ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA E IMAGEN INSTITUCIONAL.

¿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? VALORES - LIDERAZGO - COMPROMISO - RESPONSABILIDAD - HONESTIDAD - EMPATÍA - SOLIDARIDAD - TRANSPARENCIA - PERSEVERANCIA - ADAPTABILIDAD - PROACTIVIDAD PRINCIPIOS - EXCELENCIA ACADEMICA - HONESTIDAD - RESPETO - TRABAJO EN EQUIPO - RESPONSABILIDAD SOCIAL - EFICIENCIA - INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD - CONCIENCIA AMBIENTAL - CONVIVENCIA ARMÓNICA - DILIGENCIA

Objeto de estudio:

EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING EL ESTUDIO DE RELACIONES DE INTERCAMBIO ENTRE LAS EMPRESAS Y LOS MERCADOS, SUS PROCESOS DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL, COMPORTAMIENTOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO, A TRAVÉS DE LA ENSEÑANZA PROBLEMÁTICA Y METODOLÓGICA DEL

MARKETING. LOS PROFESIONALES CUENTAN CON CAPACIDADES IMPORTANTES PARA LA GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING EN UNA EMPRESA