

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR SUDAMERICANO
Siglas: ITSS
Código sniese: 2201
Tipo de financiamiento: PARTICULAR AUTOFINANCIADA
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: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING
Título que otorga: TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING
Codificación: 2201-1-550414A01-P-1701
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: QUITO
Duración: 5
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:18
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 70,00
Valor del arancel: \$ 700,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-08-NO.116-2019
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2019-02-27
Año de aprobación: 2019
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2024-02-27
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
- EL COMVIL.

- LEBENS GROUP CIA. LTDA..

- MENTHA.
N° de horas: 4.500 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 12-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- TENER TÍTULO DE BACHILLER.
- COPIA DE CÉDULA, PAPELETA DE VOTACIÓN O EQUIVALENTE.
- PRESENTAR EXAMEN MÉDICO.
- PRESENTAR EXAMEN PSICOLÓGICO.
- APROBAR EL CURSO DE NIVELACIÓN.

Objetivo general:

FORMAR INTEGRALMENTE TECNÓLOGOS EN MARKETING, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS PUBLICIDAD Y MERCADEO, QUE PERMITIRÁN SU APLICACIÓN EN PUBLICIDAD, MERCADEO Y GESTIÓN GERENCIAL ADEMÁS, DE INCULCAR VALORES Y HABILIDADES PROPIAS DE LA CARRERA QUE LE PERMITAN CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIAL, LOS MISMOS QUE SE ENCUENTRAN, ALINEÁNDOSE TAMBIÉN A LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR Y APORTANDO AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, ENERGÉTICA; MOTIVANDO EN LOS Y LAS ESTUDIANTES LA CONCIENCIA DE CIUDADANOS COMPROMETIDOS CON VALORES DE RESPONSABILIDAD, ÉTICA, MORAL Y DE TRABAJO EN EQUIPO.

Perfil de ingreso:

EL CANDIDATO A INSCRIBIRSE EN LA CARRERA DE MARKETING TENDRÁ QUE CUMPLIR DE PREFERENCIA CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

- DELIBERAR SEVERAMENTE. RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA.
- PARTICIPAR POSITIVAMENTE. COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE PARA COMUNICARSE Y APRENDER.
- EXPRESARSE ORALMENTE Y POR ESCRITO, APRECIAR LA LITERATURA Y OTRAS ARTES.
- RESOLVER NUMÉRICAMENTE. CONOCER Y UTILIZAR LA MATEMÁTICA EN LA FORMULACIÓN, ANÁLISIS, SOLUCIÓN DE PROBLEMAS TEÓRICOS -PRÁCTICOS, RAZONAMIENTO LÓGICO.
- UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE FORMA REFLEXIVA Y PRAGMÁTICA. UTILIZAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC).
- ACTUAR COMO CIUDADANO COMPROMETIDO. REGIRSE POR PRINCIPIOS ÉTICOS-MORALES, QUE LE PERMITAN SER UN BUEN CIUDADANO O CIUDADANA.
- MANEJAR SUS EMOCIONES EN LA INTERRELACIÓN SOCIAL. ENTABLANDO BUENAS RELACIONES SOCIALES, TRABAJANDO EN GRUPO.
- CUIDAR DE SU SALUD Y BIENESTAR PERSONAL. ENTENDER Y PRESERVAR SU SALUD FÍSICA, MENTAL Y EMOCIONAL.
- EMPRENDER. SER PROACTIVO Y CAPAZ DE CONCEBIR Y GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO, SOCIAL O CULTURAL.
- APRENDER POR EL RESTO DE SU VIDA. INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, LEER DE MANERA CRÍTICA Y CREATIVA.

Perfil de egreso:

EL GRADUADO DE LA CARRERA DE MARKETING SERÁ CAPAZ DE ELABORAR PLANES DE MERCADEO; COMO ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y COMPETITIVIDAD, TAMBIÉN, PUEDE IDENTIFICAR LAS DISTINTAS VARIABLES DEL ENTORNO MEDIANTE EL USO DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.

REALIZAR INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA DEFINIR DIRECTRICES EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, DESARROLLAR LA MEZCLA DEL MARKETING COMO ESTRATEGIA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS NACIONALES E INTERNACIONALES Y ASÍ FACILITAR LAS VENTAS POR MERCADEO Y DESARROLLO DE MARCAS, PARTICIPE

DEL PROCESO DEL DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DIRIGIENDO TAMBIÉN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y DE IMAGEN, FOMENTA EL EMPRENDIMIENTO COMO CONSTRUCTORES DE SU PROPIA EMPRESA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA Y GENERAR EMPLEO, ADEMÁS CERCIOA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS Y CONOCIMIENTOS PARA LA DIRECCIÓN DE PROCESOS PRODUCTIVOS, TANTO EN LA FASE OPERATIVA COMO EN LA DE PROYECCIÓN. TODO BAJO PRINCIPIOS ÉTICOS Y MORALES QUE GARANTIZANDO EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y DE LA SOCIEDAD.

Objeto de estudio:

EN UN MUNDO DONDE LO PERMANENTE ES EL CAMBIO, DONDE LA DINÁMICA DEL DESARROLLO TOLERA UN ÍNTIMO PROCESO DE MEJORAMIENTO, EL CUAL ES CONSTANTE Y ADAPTABLE A LA REALIDAD SOCIAL, ECONÓMICA, POLÍTICA Y DE DESARROLLO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO DEL ENTORNO LOCAL, PROVINCIAL, REGIONAL Y NACIONAL. EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR SUDAMERICANO, ASUME EL RETO DE OFERTAR UNA CARRERA INTERMEDIA QUE VINCULA LA OFERTA ACADÉMICA, MEDIANTE LAS ACTIVIDADES DE DOCENCIA, PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES Y VINCULACIÓN CON LA POBLACIÓN, EN UNA VISIÓN DE AMPLITUD IDEOLÓGICA CON SEVERIDAD CIENTÍFICA, PARA PROPORCIONAR DESARROLLO A LAS PROVINCIAS DE PICHINCHA Y SANTO DOMINGO, CON LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA POBLACIÓN, EN UNA CONSTANTE INTERACCIÓN CON LOS DOCENTES Y ESTUDIANTES. LOS TECNÓLOGOS SUPERIORES EN MARKETING SON ENTES PROACTIVOS QUE APORTAN AL CAMBIO DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA Y ASEGURAN CONDICIONES DE VIDA DIGNA, EMANCIPADORA Y PROGRESISTA QUE VA MEJORANDO LA CALIDAD DE VIDA. ESTO GARANTIZA A LAS FUTURAS GENERACIONES UN MEDIO AMBIENTE SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE.

MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROCESOS INVESTIGATIVOS ESTÁN EN CAPACIDAD DE LIGAR LA INDAGACIÓN BÁSICA A LA APLICADA, PRODUCIENDO ASÍ SINERGIAS PARA APORTAR VALOR AGREGADO A LA INDUSTRIA NACIONAL, REDUCIR LAS IMPORTACIONES Y AUMENTAR LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PROPIOS DE PICHINCHA, SANTO DOMINGO Y EL PAÍS, FACILITANDO ASÍ LA MOVILIDAD SOCIAL Y FOMENTANDO UNA ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA. EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING GARANTIZA AL ESTUDIANTE EL DESARROLLO DE HABILIDADES Y DESTREZAS EN MERCADEO Y PROMOCIÓN Y ASESORÍA PARA GERENCIA ASÍ COMO PARA REALIZAR LAS DECLARACIONES PERSONALES O EMPRESARIALES Y PARA EL DESEMPEÑO COMPETENTE, EFICIENTE Y EFICAZ EN LOS DISTINTOS CAMPOS DE ACCIÓN, TALES COMO: CANALES DE DISTRIBUCIÓN, ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA, CADENAS DE ABASTECIMIENTO, LOGÍSTICA DE PRODUCCIÓN, MERCADEO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS, CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, LÍNEA DE PRODUCTOS, EMPAQUE, LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS, DECLARACIONES DE IMPUESTOS, EN LÍNEA, INTERNET, PLAN DE NEGOCIOS, PLANEACIÓN, ESTRATEGIAS DE CALIDAD EN EL SERVICIO, ESTRATEGIA COMPETITIVA, SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS CÁLCULO DEL TIR DEL VAN, ENTRE OTROS. DE TODO LO MENCIONADO, SE CONOCE QUE EL INSTITUTO TECNOLÓGICO EN EL SECTOR DE MARKETING, ENTREGA A LA SOCIEDAD PROFESIONALES PROACTIVOS Y COMPETENTES CON UNA FORMACIÓN TEÓRICA Y PRÁCTICA; TÉCNICA Y ESTRATÉGICA; Y, CAPACES PARA GENERAR SOLUCIONES INTEGRALES ORIENTADAS A LIDERAR COMPETITIVAMENTE ORGANIZACIONES, EMPRESAS E INSTITUCIONES, ASÍ COMO LA EFECTIVA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE MARCAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS, ANALIZANDO Y PONIENDO EN ACCIÓN ESTRATEGIAS DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA PARA RESPONDER AL MERCADO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.

EL DIÁLOGO DE SABERES CIENTÍFICO CONSTITUYE UN APRENDIZAJE MUTUO, QUE BUSCA LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO MEDIANTE EL INTERCAMBIO DE IDEAS, PRÁCTICAS, CONCEPTOS. EL DIÁLOGO OCURRE CUANDO SE CREA UN ESCENARIO PROPICIO PARA EL CONOCIMIENTO DE UN TEMA DESDE SABERES DISTINTOS PARA UN ENRIQUECIMIENTO DEL APRENDIZAJE.

LA MUJER Y EL HOMBRE, DESDE SIEMPRE HAN DESARROLLADO DIFERENTES TÉCNICAS Y TECNOLOGÍA PARA LA PRODUCCIÓN DE SUS MEDIOS DE SUBSISTENCIA, Y ESTA EXPERIENCIA SOCIOCULTURAL HA SIDO TRANSMITIDA DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN, DE AHÍ LA IMPORTANCIA DE QUE EN LA FORMACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA SE CONSOLIDEN LOS CONOCIMIENTOS Y SABERES PARA PONER EN MARCHA UNA EDUCACIÓN ACTIVA DESTINADA AL BIEN DE LA SOCIEDAD. LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING ESTÁ ORIENTADA AL ÁREA DE LAS PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA PARA SATISFACER EL REQUERIMIENTO DE GESTIÓN, MERCADEO, PUBLICIDAD QUE BENEFICIARÁ A LA GESTIÓN DE EMPRESAS TANTO PÚBLICA COMO PRIVADA A LAS PERSONAS QUE REALIZAN SU LANZAMIENTO DE UN NUEVO PRODUCTO QUE NO POSEEN LA INFORMACIÓN DENTRO DE SU MICRO EMPRESAS Y DEBEN CONTRATAR PUBLICISTAS PARA ESTE MENESTER, QUIENES LIDERARÁN CON HABILIDADES ADMINISTRATIVAS EN LOS DISTINTOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE UNA EMPRESA. LA CARRERA FORMA PROFESIONALES PARA QUE SE DESENVUELVAN APORTE EL MERCADEO Y PUBLICIDAD ASÍ COMO APOYO A CONTABILIDAD Y TALENTO HUMANO CON UN CONOCIMIENTO DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, CON UNA FORMACIÓN ACADÉMICA TANTO TEÓRICA EN EL INSTITUTO COMO PRACTICA EN LAS EMPRESAS QUE CON LAS QUE SE TIENE CONVENIOS Y REQUIEREN DEL SOPORTE PARA LA GESTIÓN DE MERCADEO, DE ESA MANERA SE GENERAN CONOCIMIENTOS SUSTENTADOS EN LAS COMPETENCIAS LABORALES DEL TECNÓLOGO EN MARKETING, QUE PERMITA CONSTITUIRSE EN ACTORES ADMINISTRATIVOS EN LAS EMPRESAS, GESTIONANDO PROYECTOS EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES SOCIALES PARA CONTRIBUIR AL BUEN VIVIR.

¿A QUIÉN FORMAMOS? LOS ASPIRANTES A TECNÓLOGOS SUPERIORES EN MARKETING DEBEN SER PERSONAS CON SENTIDO TRANSFORMADOR, INDEPENDIENTES, CON EDUCACIÓN MULTIDISCIPLINARIA, CON RAZONAMIENTO EMPRENDEDOR Y CONCIENCIA SOCIAL RESPONSABLE; SIENDO FUENTE GENERADORA DE EMPLEO, CON PENSAMIENTO INCLUSIVO EN EL PNBV, LA MATRIZ PRODUCTIVA Y LOS SECTORES ESTRATÉGICOS. EN CONCLUSIÓN PROTEGERÁ LAS ÁREAS DE LA PROMOCIÓN E IMPULSO DE NUEVOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL, EL MEDIO HABIENTE Y LA INCLUSIÓN DE ETNIA Y GÉNERO.

¿PARA QUÉ FORMAMOS?

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING A TRAVÉS DE LOS NÚCLEOS ESTRUCTURANTES DE LA CARRERA, FORMARÁ PROFESIONALES CON ELEVADO CRITERIO Y LIDERAZGO, ESTARÁ CAPACITADO PARA IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE MARKETING PARA DIFERENTES NICHOS DE MERCADO, ASÍ COMO LAS DIFERENTES TÉCNICAS PARA POSICIONAR Y PROMOCIONAR UNA DETERMINADA MARCA, CON RESPONSABILIDAD SOCIAL, BUSCANDO FORMAR MALLAS PRODUCTIVAS; PROCURANDO GENERAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO, CREANDO FUENTES DE TRABAJO PARA EL MERCADO COMPETITIVO LABORAL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL.

¿EN QUÉ CONTEXTO?

EL PROYECTO DE CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING RESPONDE A NIVEL NACIONAL, PUES LA MALLA ESTÁ PLANTEADA EN ESE SENTIDO, SIN EMBARGO, LA PERTINENCIA Y OTROS TEMAS ESPECÍFICOS, SE AJUSTAN A LA ZONA 9, QUE CORRESPONDE AL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. POR TANTO, EL CONTEXTO SE ENFOCA A CUBRIR LAS NECESIDADES DE LA CIUDAD DE QUITO, PERO EL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA SE PROYECTA A NIVEL NACIONAL, LO CUAL CUMPLE CON EL REQUERIMIENTO DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL. CAMPO PROFESIONAL ESPECÍFICO EL PROYECTO DE CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING RESPONDE AL CAMPO PROFESIONAL ESPECÍFICO DE EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA.

- PROPUESTAS TECNOLÓGICAS