

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ESPAÑA
Siglas: ITSE
Código sniese: 2217
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: 550414A01
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: TUNGURAHUA
Cantón: AMBATO
Ciudad: AMBATO
Duración: 5
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico: 45
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 90,00
Valor del arancel: \$ 900,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-04-NO.013-2018
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2018-05-03
Año de aprobación: 2018
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2023-05-03
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
O UNIDAD EDUCATIVA PCEI ..STEPHEN HAWKING"
O COOPERATIVA DE AHORRO Y CNÉOITO WUAMANLOMA LTDA.
O COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO RUMY WARA

N° de horas: 4.690 Horas.

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

Impresión realizada el: 12-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

TÍTULO O ACTA DE GRADO, ORIGINALES

CÉDULA DE CIUDADANÍA, IDENTIDAD O PASAPORTE ACTUALIZADOS Y ORIGINALES.

CARNÉ DEL CONADIS (PARA CASOS ESPECIALES)

PAPELETA DE LA ÚLTIMA VOTACIÓN, ORIGINAL.

COMPROBANTE DE PAGO DE LA MATRÍCULA Y DEMÁS ARANCELES.

Objetivo general:

FORMAR TECNÓLOGOS EN MARKETING COMPETENTES CON UNA FORMACIÓN TEÓRICA Y PRÁCTICA; TÉCNICA Y ESTRATÉGICA, CAPACES DE GENERAR SOLUCIONES ORIENTADAS A LIDERAR LA COMPETITIVIDAD DE ORGANIZACIONES, DEMOSTRANDO CAPACIDAD PARA RESPONDER AL MERCADO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL

Perfil de ingreso:

° PENSAR, RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA. ADEMÁS: PLANIFICAR, RESOLVER PROBLEMAS Y TOMAR DECISIONES.

° COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE PARA COMUNICARSE Y APRENDER (TANTO EN EL IDIOMA PROPIO COMO EN UNO EXTRANJERO Y EN UNA LENGUA ANCESTRAL QUIENES ASISTEN A INSTITUCIONES QUE SON PARTE DEL SISTEMA INTERCULTURAL BILINGÜE). EXPRESARSE ORALMENTE Y POR ESCRITO DE MODO CORRECTO, ADECUADO Y CLARO. ADEMÁS, PARTICIPAR DE LA LITERATURA Y OTRAS ARTES COMO UNA FORMA DE EXPRESARSE Y EXPLORAR EL MUNDO.

° CONOCER Y UTILIZAR LA MATEMÁTICA EN LA FORMULACIÓN, ANÁLISIS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS, ASÍ COMO EN EL DESARROLLO DEL RAZONAMIENTO LÓGICO.

° UTILIZAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) PARA BUSCAR Y COMPRENDER LA REALIDAD CIRCUNDANTE, RESOLVER PROBLEMAS Y MANIFESTAR SU CREATIVIDAD, EVITANDO LA APROPIACIÓN Y USO INDEBIDO DE LA INFORMACIÓN.

° COMPRENDER EL MUNDO NATURAL A PARTIR DE LA EXPLICACIÓN CIENTÍFICA DE LOS FENÓMENOS FÍSICOS, QUÍMICOS Y BIOLÓGICOS CON APOYO DEL MÉTODO CIENTÍFICO, LO CUAL PERMITIRÁ QUE EL ESTUDIANTE PARTICIPE DE MODO PROACTIVO Y RESUELVA PROBLEMAS RELACIONADOS CON EL ÁMBITO NATURAL, RESPETANDO LOS ECOSISTEMAS Y EL AMBIENTE.

° LOS ESTUDIANTES DEBEN INDAGAR SOBRE SU IDENTIDAD, HISTORIA Y ÁMBITO SOCIOCULTURAL, PARTICIPAR DE MANERA ACTIVA EN LA SOCIEDAD, Y RESOLVER PROBLEMAS Y PROPONER PROYECTOS DENTRO DE SU ÁMBITO SOCIOCULTURAL; LO CUAL IMPLICA APRENDER SOBRE SISTEMAS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES A NIVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, Y UTILIZAR ESTOS CONOCIMIENTOS EN SU VIDA COTIDIANA.

° REGIRSE POR PRINCIPIOS ÉTICOS QUE LE PERMITAN SER UN BUEN CIUDADANO: CUMPLIR CON SUS DEBERES Y CONOCER Y HACER RESPETAR SUS DERECHOS, ADEMÁS DE GUIARSE POR LOS PRINCIPIOS DE RESPETO (A LAS PERSONAS Y AL AMBIENTE), RECONOCIMIENTO DE LA INTERCULTURALIDAD, DEMOCRACIA, PAZ, IGUALDAD, TOLERANCIA, INCLUSIÓN, PLURALISMO (SOCIAL Y CULTURAL), RESPONSABILIDAD, DISCIPLINA, INICIATIVA, AUTONOMÍA, SOLIDARIDAD, COOPERACIÓN, LIDERAZGO, COMPROMISO SOCIAL Y ESFUERZO.

° MANEJAR ADECUADAMENTE SUS EMOCIONES, ENTABLAR BUENAS RELACIONES SOCIALES, TRABAJAR EN GRUPO Y RESOLVER CONFLICTOS DE

MANERA PACÍFICA Y RAZONABLE.

° ENTENDER Y PRESERVAR SU SALUD FÍSICA, MENTAL Y EMOCIONAL, LO CUAL INCLUYE SU ESTADO PSICOLÓGICO, NUTRICIÓN, SUEÑO, EJERCICIO, SEXUALIDAD Y SALUD EN GENERAL.

° SER PROACTIVO Y CAPAZ DE CONCEBIR Y GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO, SOCIAL O CULTURAL, ÚTILES PARA LA SOCIEDAD. ADEMÁS, FORMULAR SU PLAN DE VIDA Y LLEVARLO A CABO.

° ACCEDER A LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DE MANERA CRÍTICA: INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, REVISAR, AUTOCRITICARSE Y

AUTOCORREGIRSE PARA CONTINUAR APRENDIENDO SIN NECESIDAD DE DIRECTRICES EXTERNAS. ADEMÁS, DISFRUTAR DE LA LECTURA Y LEER DE

MANERA CRÍTICA Y CREATIVA.

*PERFIL QUE GARANTIZA LA EDUCACIÓN MEDIA A TRAVÉS DE LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE BACHILLER

Perfil de egreso:

COMPETENCIA GENÉRICA QUE ALCANZA EL EGRESADO Y/O GRADUADO DE LA CARRERA DE MARKETING:

° COMPRENDER LA INFORMACIÓN TEXTUAL, PARATEXTUALES Y RECONOCER LA MEJOR EXPRESIÓN DE IDEAS DE LOS AUTORES DE LAS ÁREAS DE LA PROFESIÓN, CON LA EVIDENCIA DE UN ALTO DESARROLLO COGNITIVO, PROCEDIMENTAL Y ACTITUDINAL.

° COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE SE DESARROLLAN EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA:

° EXPLICAR LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE ADMINISTRACIÓN, MARKETING, CONTABILIDAD, FINANZAS, ELABORACIÓN DE PROYECTOS Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO, ENTRE OTROS.

° RESOLVER LA PROBLEMÁTICA DE LOS NEGOCIOS DE ACUERDO A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL PERFIL DE COMERCIO GLOBAL.

EGRESO

° ANALIZAR EL MEDIO AMBIENTE DE MARKETING CON UN ESPÍRITU CREATIVO E INNOVADOR.

° UTILIZAR LOS PROCESOS DE MARKETING ACTUAJES PARA PENETRAR Y PERMANECER CON ÉXITO EN LOS MERCADOS.

° INTERPRETAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR INCLUYENDO TODOS LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMPRA.

° IDENTIFICAR LOS RETOS QUE IMPLICA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE MERCADOTECNIA.

° IDENTIFICAR LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN DISEÑO DE MARCAS, PRODUCTOS, FIJACIÓN DE PRECIOS, MANEJO DE IDENTIDAD CORPORATIVA, DISTRIBUCIÓN Y MEZCLA DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA, PARA LOGRAR EL POSICIONAMIENTO ADECUADO EN EL MERCADO.

EL TECNÓLOGO EN MARKETING, SE ENCUENTRA CAPACITADO PARA:

O IDENTIFICAR LAS DISTINTAS VARIABLES DEL ENTORNO MEDIANTE EL USO DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.

O EJECUTAR EL PLAN DE MERCADEO, COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y COMPETITIVIDAD.

O 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, PARTICIPE DEL PROCESO DEL DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, FOMENTA EL EMPRENDIMIENTO COMO CONSTRUCTORES DE SU PROPIA EMPRESA PARA MEJORAR CALIDAD DE VIDA Y GENERAR EMPLEO

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING BENEFICIARA A ESTUDIANTES BACHILLEROS DEL CANTÓN AMBATO Y CANTONES ALEDAÑOS.

FORMADOS ACADÉMICAMENTE CON BASES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS QUE LES PERMITIRÁ CONSTITUIRSE EN ACTORES QUE FORTALEZCAN

CREATIVAMENTE A LAS MPYMES.

Modalidad titulación:

O EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

O ENSAYOS O ARTÍCULOS ACADÉMICOS

O MODELO DE NEGOCIOS

. EMPRENDIMIENTOS

O PROYECTOS TÉCNICOS