

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR INTEGRACIÓN ANDINA
Siglas: INAN
Código sniese: 2018
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: EXTENSIÓN
Provincia: AZUAY
Cantón: GIRÓN
Ciudad: GIRÓN
Duración: 5
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico: 20
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 100,00
Valor del arancel: \$ 1.100,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-27-NO.446-2018
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2018-07-25
Año de aprobación: 2018
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2023-07-25
N° de estudiantes por paralelo: 15 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
O FUNDACIÓN EDUCATIVA PROMOCIÓN SOCIAL SABIA NUEVA
O PREFECTURA DE AZUAY

N° de horas: 4.540 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 CEDULA DE IDENTIDAD O PASAPORTE PARA CIUDADANOS EXTRANJERAS

TIPO DE SANGRE

PUNTAJE SUPERIOR A 600 PUNTOS EN EL EXAMEN NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR (ENES)

OBTENER UN CUPO A TRAVÉS DEL SISTEMA NACIONAL DE NIVELACIÓN Y ADMISIÓN (SNNA).

EN CASO NO HABER OBTENIDO LOS 600 PUNTOS CON EL EXAMEN NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR (ENES) TENDRÁ QUE RENDIR EXAMEN DE SUFICIENCIA Y APTITUDES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO INTEGRACIÓN ANDINA INAN CON UNA CALIFICACIÓN MÍNIMA DE 60 PUNTOS.

CERTIFICADO DEL CONADIS, EN CASO DE PRESENTAR ALGUNA DISCAPACIDAD.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO DE LA REGIÓN Y EL PAÍS EN LAS ÁREAS TÉCNICAS Y TECNOLÓGICAS DE LA MERCADOTECNIA, QUE CONTRIBUYAN A LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LOS PROCESOS COMERCIALES, EL EMPRENDIMIENTO, LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EL DESARROLLANDO Y MANTENIENDO RELACIONES CON LOS CONSUMIDORES, PLANIFICAR ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE POLÍTICAS DE PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN , MEJORAMIENTO CONTINUO EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, CON SOLVENCIA TECNOLÓGICA EN LOS ÁMBITOS DEL MARKETING DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, CON ENFOQUES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL.

Perfil de ingreso:

CONOCIMIENTOS BÁSICOS EN CIENCIAS EXACTAS COMO MATEMÁTICAS, LENGUAJE Y COMUNICACIÓN, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

- HABILIDADES Y DESTREZAS DE ACCESO A LA INFORMACIÓN DE UNA MANERA CERTERA DONDE COMBINE LA INVESTIGACIÓN, APRENDIZAJE, LA

AUTOCRÍTICA, AUTO CORRECCIÓN PARA QUE CONTINÚE PREPARÁNDOSE SIN NECESIDAD DE DIRECTRICES EXTERNOS.

- CAPACIDADES DE RAZONAMIENTO, ANÁLISIS Y ARGUMENTACIÓN LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA, PARA PLANIFICAR Y TOMAR DECISIONES PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS.

MANEJO ADECUADO DE TECNOLOGÍA Y MEDIOS DIGITALES PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS E INFORMACIÓN.

- ACTITUD DE EMPRENDIMIENTO, COLABORACIÓN Y SENTIDO DE COMUNIDAD PARA BENEFICIO PROPIO Y DE LA SOCIEDAD

ACTITUD PROACTIVA AL ORDEN ESTABLECIDO PARA LA ESTRUCTURA FAMILIAR, LAS ESTRUCTURAS SOCIALES Y ORGANIZACIONALES, A LOS POSTULADOS

ÉTICOS Y A LA DIVERSIDAD CULTURAL.

- SENTIDO DE RESPONSABILIDAD, HONESTIDAD Y DE COMPROMISO SOCIAL COMO UN SER HUMANO ÍNTEGRO Y SOLIDARIO.

Perfil de egreso:

A) PRESTA ASISTENCIA TÉCNICA EN LA ELABORACIÓN DE INFORMES, PRESUPUESTOS Y GESTIÓN COMERCIAL, FUNDAMENTANDO OPINIONES Y DECISIONES PROFESIONALES PARA EL APOYO EN LA TOMA DE DECISIONES, MEDIANTE LA SELECCIÓN CRÍTICA DE HERRAMIENTAS TIC. LA NORMATIVA VIGENTE Y LAS POLÍTICAS INTERNAS.

B) ESPECIFICAR MEZCLAS ADECUADAS DE MARKETING COMBINANDO PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN, BASADAS EN LA ESTRATEGIA Y EN FIDELIZAR CLIENTES. GESTIONAR CON DESTREZA LAS HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS Y TECNOLÓGICAS NECESARIAS PARA EJECUTAR PLANES DE MARKETING QUE ASEGUREN EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.

C) ELABORAR ESTUDIOS INVESTIGACIONES DE MERCADO, PODRÁ COMPRENDER Y DESCUBRIR

LAS OPORTUNIDADES Y LAS AMENAZAS QUE SE PRESENTAN EN NUEVOS NICHOS DE MERCADOS, ASÍ COMO LAS NECESIDADES Y DESEOS DEL CLIENTE, DISEÑAR ESTRATEGIAS MEDIANTE EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMIDORES OBJETIVO Y LA DEFINICIÓN APROPIADA DEL POSICIONAMIENTO Y DE DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO A COMERCIALIZAR.

D) ASISTE TÉCNICAMENTE EN LOS PROGRAMAS DE VENTAS, UTILIZANDO LOS RECURSOS A SU DISPOSICIÓN PARA ESTABLECER SOLUCIONES Y ACCIONES VIABLES DE ACUERDO A LAS NORMAS DE LA ORGANIZACIÓN Y LAS CONDICIONES DEL MEDIO.

E) ELABORAR PLANES DE MARKETING TALES COMO DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA COMERCIAL, POLÍTICAS DE PRECIO, PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL, Y SISTEMAS DE SERVICIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE CON EXCELENTE CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN APROBACIÓN. F) ANALIZA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS RELACIONADAS CON MARKETING AL ELABORAR

PROYECTOS CON SOLUCIONES TÉCNICAS Y ECONÓMICAMENTE COMPETITIVAS, SIN PERDER DE VISTA LOS ASPECTOS HUMANÍSTICOS, SOCIALES, ÉTICOS Y AMBIENTALES.

G) INVOLUCRARSE A EQUIPOS DE TRABAJO INTERDISCIPLINARIOS CON ACTORES Y SECTORES DE DESARROLLO DE LA PROFESIÓN, PARA LA GENERACIÓN DE MODELOS Y METODOLOGÍAS DE INTERVENCIÓN QUE IMPACTEN DE MANERA INNOVADORA, LOS ÁMBITOS PRODUCTIVOS, SOCIALES Y CULTURALES A NIVEL LOCAL Y NACIONAL H) DISEÑA Y DESARROLLA

EMPRENDIMIENTOS MICRO-EMPRESARIALES EN BASE A ACTITUDES, HÁBITOS Y VALORES TALES COMO, LIDERAZGO, LA CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA, LA CREATIVIDAD, EL TRABAJO MULTIDISCIPLINARIO Y EN EQUIPO E I LA EQUIDAD.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ESTUDIA LOS FUNDAMENTOS Y PROCESOS DE GESTIÓN COMERCIAL, GESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA , ANÁLISIS DE MERCADOS , MARKETING ESTRATÉGICO, POSICIONAMIENTO DE MARCA , LA DISTRIBUCIÓN Y

GERENCIA DE VENTAS; PARA RESOLVER PROBLEMAS DE USO EFICIENTE Y EFICAZ DE LOS PROCESOS COMERCIALES , DESARROLLO DEL TALENTO

HUMANO, GENERACIÓN DE VALOR Y ESTRATEGIAS COMPETITIVAS, USO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADEO, MEJORAMIENTO DE LA

TOMA DE DECISIONES COMERCIALES ; HACIENDO USO DE HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO DE LOS

PROCESOS EMPRESARIALES, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, TÁCTICA Y OPERACIONAL, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DESARROLLO DEL

TALENTO HUMANO, MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN ; INCENTIVANDO EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR E INNOVADOR CON ÉNFASIS EN

ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA QUE PROMUEVAN EL DESARROLLO DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL PAÍS, SUSTENTADOS EN PRINCIPIOS ÉTICOS Y DEONTOLÓGICOS.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

O PROYECTOS INTEGRADORES

O EMPRENDIMIENTOS