

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA  
**Siglas:** ITSCO  
**Código sniese:** 2250  
**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 SUPERIOR EN MARKETING  
**Codificación:** 550414A01  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** PICHINCHA  
**Cantón:** DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
**Ciudad:** QUITO  
**Duración:** 5  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:** 21  
**Modalidad:** PRESENCIAL  
**Valor de la matrícula:** \$ 56,38  
**Valor del arancel:** \$ 614,14  
**N° de resolución del CES:** RPC-SO-38-NO.718-2017  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2017-10-18  
**Año de aprobación:** 2017  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2022-10-18  
**N° de estudiantes por paralelo:** 32 estudiantes.

**Convenio con otras entidades:**  
TRANSPORTE CARCELÉN TARQUI C.A.  
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AISEC".  
WORKFORCE S.A. O CASA MOELLER MARTINEZ C.A.  
CENTRO ODONTOLÓGICO PANAMERICANA.  
CEVALLOS PUBLICIDAD.  
CONTADORESASOCIADOS.  
HERPAL.  
IMPORTADORA CLINISARIATO.  
LAS HAMBURGUESAS DEL GATO.  
MIAU HAMBURGUESAS.  
NOTARIA 64.  
POLLO REGALÓN.  
SEGURIDAD PRIVADA ASESORÍA Y SUMINISTROS CÍA.  
TECNILUX.  
TEXTILINE.  
AMSITECSOLUCIONESTECNOLÓGICAS.  
MOLINA GRAFIC.  
IMPORTADORARODRIGUEZ

**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

APROBAR ECCT\_DISPONER DE PUNTUACIONES ALTAS EN LA PRUEBA EMOTIONAL COGNITIVE CORDILLERA TEST\_ECCT QUE DETERMINA QUE POSTULANTE DISPONE DE CUPO. A CONTINUACIÓN SE DESCRIBE DE FORMA RESUMIDA LA COMPOSICIÓN Y EL PROCESO DE LA PRUEBA EMOTIONAL COGNITIVE CORDILLERA TEST (ECCT). CABE SEÑALAR, QUE PUEDE OBSERVAR EN EL DOCUMENTO QUE SE ADJUNTÓ AL FINAL DE LA PLATAFORMA QUE APARECE CON EL TÍTULO DE TABLAS Y FIGURAS, TODO LA INFORMACIÓN DE LA PRUEBA. POR DISEÑO DE LA PLATAFORMA, SE DESCRIBIÓ TODA LA INFORMACIÓN EN ESTE DOCUMENTO PDF ADJUNTO. EL ITSCO POSEE UNA PRUEBA PROPIA REGISTRADA EN EL IPEI DENOMINADA EMOTIONAL COGNITIVE CORDILLERA TEST. ESTA PRUEBA REALIZADA POR UN EQUIPO DE INVESTIGADORES PHD. INTERNACIONALES DE ESPAÑA ES LA ÚNICA PRUEBA VALIDADA CIENTÍFICA CON BAREMOS POBLACIONALES ECUATORIANOS PARA QUE PERMITE, A TRAVÉS DE SUS 135 ÍTEMS, EVALUAR LAS APTITUDES COGNITIVAS DE: APTITUD VERBAL, APTITUD NUMÉRICA, RAZONAMIENTO ABSTRACTO Y EL MANEJO EMOCIONAL. ESTA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PSICOLÓGICA DESTACA POR SU CONSTRUCCIÓN BINARIA YA QUE MIDE FACTORES CLÁSICOS DE INTELIGENCIA GENERAL MÁS INTELIGENCIA EMOCIONAL (MANEJO EMOCIONAL). TODOS LOS POSTULANTES A LA CARRERA DEBEN DE REALIZAR LA PRUEBA COMO PROCESO DE SELECCIÓN Y OBJETIVO Y POR MÉRITOS COMO EL EQUIVALENTE AL ENES. HAY QUE RESALTAR QUE EL ITSCO TIENE UNA GRAN DEMANDA DE POSTULANTES Y UN NÚMERO DE CUPOS EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y DE LA CALIDAD QUE SE DESEA IMPARTIR. ES POR ELLO QUE ABSOLUTAMENTE TODOS LOS POSTULANTES DE PRIMER NIVEL QUE QUIERAN ACCEDER AL ITSCO DEBEN DE REALIZAR LA PRUEBA DEL ECCT QUE ESTÁ INFORMATIZADA. CADA UNO DE ELLOS RECIBE VÍA EMAIL LA CITACIÓN DE HORA Y LUGAR PARA REALIZAR LA PRUEBA QUE TIENE COMO DURACIÓN MÁXIMA 90 MINUTOS. EN FUNCIÓN DEL RESULTADO OBTENIDO SE ASIGNA LOS CUPOS A LOS MEJORES PUNTUADOS, ES DECIR, SE PREMIA EL MÉRITO. LOS POSTULANTES ADMITIDOS RECIBEN UNA NOTIFICACIÓN DE SU ACCESO AL CUPO VÍA EMAIL Y YA PUEDEN SEGUIR CON EL TRÁMITE DE MATRÍCULA ORDINARIA

TODO EL PROCESO CUMPLE CON TODO EL RIGOR TÉCNICO, TANTO PSICOLÓGICO POR LOS FACTORES QUE MIDE LA PRUEBA, COMO TECNOLÓGICO AL ESTAR EL PROCESO Y OPERATIVIDAD INFORMATIZADO.

**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 ITSCO ES UNA DAMA O UN CABALLERO QUE TIENE LA CONDICIÓN DE TRABAJADOR INTELLECTUAL. 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 DEL BUEN VIVIR 2013-2017, 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. MÁS CONCRETAMENTE, SE DESCRIBIRÁN TRES PUNTOS BÁSICOS: 1. CONOCIMIENTOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS QUE DEBERÁ POSEER Y CON LOS QUE DEBERÁ CONTAR EL ASPIRANTE Y QUE FACILITARÁN LA ADQUISICIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DISCIPLINARES. 2. HABILIDADES Y DESTREZAS DE CARÁCTER INTELLECTUAL, ÉTICAS Y APTITUDINALES 3. REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA EL INGRESO Y PROCEDIMIENTOS, INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE ADMISIÓN DEL ASPIRANTE.

**Perfil de egreso:**

. CALCULA PROBLEMAS DE INTERÉS SIMPLE Y COMPUESTO EN OPERACIONES FINANCIERAS. O CLASIFICA LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN A TRAVÉS DEL SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS, DE I DETERMINANDO LAS VARIACIONES EN MATERIALES, MANO DE OBRA Y COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN , PARALAELABORACIÓN DE ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS. . COLABORA EN EL DISEÑO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES EFICIENTES QUE LA COMERCIALIZACIÓN O FIDELIZACIÓN DE UN TO O SERVICIO.

COMPRENDE LAS TENDENCIAS DE IMAGEN Y DISEÑO DE MARCA, PARA LA INTEGRACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA A LAS TENDENCIAS ACTUALES DEL MERCADO. . COMPRENDE LAS TENDENCIAS DE IMAGEN Y DISEÑO DE MARCA, PARA LA INTEGRACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA A LAS TENDENCIAS ACTUALES DEL MERCADO.

CONOCE EL VALOR PROPIO Y EL VALOR DE LOS DEMÁS COMO BASE LOS DERECHOS HUMANOS PARA UN TRATO JUSTO CON LA SOCIEDAD.

CONSTRUYE ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN APOYANDO EL DISEÑO DE LOS CANALES INNOVADORES QUE APORTEN A

LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES Y PROVEEDORES.

CONVIERTE LAS REDES SOCIALES Y LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE NEGOCIO EN HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CRM, KM, BI, SCM Y APROVECHAR SUS RESULTADOS EN ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE MARKETING.

DEFINE LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE LA TEORÍA DE LA PROBABILIDAD, SU IMPORTANCIA EN LA TOMA DE DECISIONES Y APLICACIONES A CASOS PRÁCTICOS.

DEFINE CON PROPIEDAD LOS ELEMENTOS CONCEPTUALES DE LA ESTRUCTURA DE PROYECTOS. . DEFINE LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE FUNCIONAMIENTO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN TODA ORGANIZACIÓN.

DEFINE LOS PROCESOS DE REGISTRO DE LEGALIDAD DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN LAS DISTINTAS ENTIDADES DE CONTROL.

DEFINE LOS PROCESOS MENTALES QUE INTERVIENEN EN EL NEUROMARKETING QUE PERMITEN EL DESARROLLO DE NUEVAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

DESCRIBE LOS PARÁMETROS DE CONFIGURACIÓN DE UNA PÁGINA DEL PROCESADOR DE TEXTOS, HOJA DE CÁLCULO Y PRESENTACIÓN DE DIAPOSITIVAS.

DISEÑAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO.

DISEÑA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO.

DISTINGUE DE HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS IIBRES Y COMERCIALES.

ESTABLECE LA VIABILIDAD COMERCIAL DE UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA.

ESTABLECE LAS POTENCIALIDADES DE LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE VENTA EN LÍNEA Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE LAS VENTAS.

**Objeto de estudio:**

EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA TIENE LA MISIÓN DE FORMAR PERSONAS EN DIFERENTES CARRERAS, COMO ES TECNÓLOGOS EN MARKETING, LA MISMA QUE ESTÁ DIRIGIDA A: ° BACHILLERES QUE DESEEN CONTINUAR SU EDUCACIÓN DE NIVEL SUPERIOR PARA FORMARSE EN EL ÁREA DEL MARKETING EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN COMERCIAL, INTEGRANDO NUMEROSAS ACTIVIDADES COMO LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, DESARROLLO DE PRODUCTOS Y MARCAS, REALIZAR ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS, UBICACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ENTRE OTRAS. ° PERSONAS CREATIVAS, QUE DESEAN TRABAJAR EN EL ÁMBITO DEL MARKETING, CON APTITUD POSITIVA, LISTO A ENFRENTAR RETOS DE LOS NUEVOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO, DISPUESTO A IDENTIFICAR NECESIDADES EN LA SOCIEDAD QUE LLEVEN A LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CAPACES DE DISEÑAR Y EJECUTAR PLANES DE MARKETING EN LA ORGANIZACIÓN. ° EMPRENDEDORES CAPACES DE EJERCER LABORES PROPIAS DEL MARKETING EN SUS EMPRESAS COMO ES ANALIZAR EL MERCADO, DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE MERCADO Y SOSTENER LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, SIENDO CREATIVO E INNOVADOR CURIOSO Y CON GRANDES APTITUDES DE APRENDER Y SORPRENDER MEDIANTE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA EN LA ORGANIZACIÓN.

**Modalidad titulación:**

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA  
O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN  
O SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE  
INVESTIGACIÓN Y/O INTERVENCIÓN  
O EMPRENDIMIENTOS