

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR UNIVERSITEC
Siglas: ISTU
Código sniese: 2202
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: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: CUMBAYÁ
Duración: 5
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:18
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 65,50
Valor del arancel: \$ 660,50
N° de resolución del CES: RPC-SO-27-NO.447-2018
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: 16 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
. GAD CUMBAYÁ

O LAMINTECH CÍA. LTDA.

O INT FOOD SERVICES CORP

N° de horas: 4.725 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

CERTIFICADO MÉDICO ACTUALIZADO

RESULTADO DE LA ENTREVISTA DE ORIENTACIÓN

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN EL NIVEL TECNOLÓGICO EN EL ÁREA DE MARKETING CON BASES TEÓRICAS Y HERRAMIENTAS INNOVADORAS QUE OPTIMICEN LA GESTIÓN DEL MARKETING; CAPACES DE ASESORAR, APLICAR Y MEJORAR LA FORMULACIÓN, EJECUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE MERCADEO PARA CAPITALIZAR LAS POSIBILIDADES QUE OFRECE LA TECNOLOGÍA Y LOS NUEVOS MEDIOS DIGITALES, LA INVESTIGACIÓN E INTELIGENCIA DE MERCADO, EL DESARROLLO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, CON UN AMPLIO CONOCIMIENTO DEL ENTORNO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, QUE LES PERMITA CONTRIBUIR AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LAS PARROQUIAS DEL VALLE DE TUMBACO

Perfil de ingreso:

EL PERFIL DE INGRESO A LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING CONSIDERA PRINCIPALMENTE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y GENÉRICAS BÁSICAS REQUERIDAS PARA EMPRENDER EN ESTA CARRERA. DENTRO DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS CAPACIDADES DE CONOCIMIENTO, HABILIDADES Y DESTREZAS, VALORES, ACTITUDES Y APTITUDES QUE DEBERÁ TENER EL ESTUDIANTE PARA RESPONDER A LA CARRERA. LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE CONOCIMIENTO INVOLUCRA ÁREAS DE MATEMÁTICAS, HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS Y TÉCNICAS DE ESTUDIO BÁSICAMENTE. EN LAS MATEMÁTICAS, OPERACIONES MATEMÁTICAS Y LÓGICAS. EN LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS, USO DE APLICACIONES DE PROCESAMIENTO DE DATOS, HOJAS DE CÁLCULO Y GESTORES DE BASE DE DATOS. EN LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN; DENTRO DE LAS COMPETENCIAS GENÉRICAS REQUERIMIENTOS APTITUDINALES BÁSICOS DE RAZONAMIENTO CUANTITATIVO, DE ESCRITURA, LECTURA Y COMPORTAMIENTO CIUDADANO. EN EL RAZONAMIENTO: CUANTITATIVO, HABILIDAD, RAPIDEZ PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS CUÁNTICOS; EN LA ESCRITURA: CAPACIDAD PARA COMUNICAR LAS IDEAS POR ESCRITO Y USO APROPIADO DEL LENGUAJE; EN LA LECTURA CRÍTICA: COMPRENSIÓN ANALÍTICA DE UN TEXTO; Y FINALMENTE, LAS DE COMPORTAMIENTO CIUDADANO: COMPRENSIÓN DEL MARCO LEGAL Y POLÍTICO DE ESTADO. A PARTIR DE LOS VALORES Y ACTITUDES PERSONALES IDENTIFICAR LOS VALORES SOCIALES DE COOPERACIÓN, PREDISPOSICIÓN A UN TRABAJO COOPERATIVO Y COLABORATIVO; ORGANIZACIÓN, EMPRENDEDOR; LIDERAZGO, SEGURO DE SÍ MISMO Y CON ACTITUD INDEPENDIENTE Y CON RESPONSABILIDAD PARA ASUMIR OBLIGACIONES. ES IMPRESCINDIBLE LA DISCIPLINA, PUNTUALIDAD, RESPETO A LOS DEMÁS, Y EL COMPROMISO SOCIAL

Perfil de egreso:

EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING ESTÁ CAPACITADO PARA REALIZAR EL ANÁLISIS DE UNA SITUACIÓN ESPECÍFICA DEL MERCADO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL APLICANDO LOS FUNDAMENTOS BÁSICOS DEL MARKETING, PUEDE SUGERIR EL EMPLEO DE DIVERSAS PLATAFORMAS WEB DE ALTO RENDIMIENTO PARA MONITOREAR, ESCUCHAR, MEDIR Y PARTICIPAR DE LAS CONVERSACIONES DE UNA EMPRESA, MARCA, PRODUCTO Y/O SERVICIOS. ADEMÁS DE APLICAR ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD SOCIAL DE MANERA ÉTICA Y CON FUNDAMENTOS DE LA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, IDENTIFICAR LAS VARIABLES RELEVANTES DE LOS AMBIENTES CULTURALES, POLÍTICOS, LEGALES Y ECONÓMICOS CON EL OBJETIVO DE ADAPTAR PRODUCTOS, SERVICIOS Y/O NEGOCIOS AL MERCADO NACIONAL, REALIZAR EL SEGUIMIENTO PERMANENTEMENTE DEL MERCADO Y DE LAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR LOCAL, NACIONAL Y DIGITAL, INTEGRANDO LA METODOLOGÍA DEL BRANDING EN EL DESARROLLO DE LA MARCA EMPRESARIAL Y/O PERSONAL, ESTABLECIENDO LAS BASES PARA DISEÑAR, CON EFICACIA, UN PLAN DE MARKETING DIRECTO QUE APLIQUE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL RELACIONADA CON LA MICROPLANIFICACIÓN SECTORIAL E INTERSECTORIAL PARA GARANTIZAR LA ADECUADA UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS. APLICAR LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA AGILIZAR Y SIMPLIFICAR LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS. DESARROLLAR EMPRENDIMIENTOS QUE GENEREN OPORTUNIDADES PARA OTROS ECUATORIANOS, DISEÑANDO SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN ALTERNATIVOS, CON CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN, CON INICIATIVAS PARA EL AHORRO Y PRESENTAR PROYECTOS FINANCIABLES POR EL SISTEMA FINANCIERO. FORTALECERSE EN EL USO DE LAS TIC, INCULCAR SU USO A LAS MIPYMES Y A LOS ACTORES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. UTILIZAR LA CALIDAD, LA SEGURIDAD Y LA COBERTURA EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, A TRAVÉS DEL USO DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LAS TIC; ESPECIALMENTE ACCEDIENDO A SERVICIOS FINANCIEROS, ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA PRODUCCIÓN, EDUCACIÓN Y SALUD.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ESTÁ ENFOCADA A INSTRUIR JÓVENES TITULADOS EN BACHILLERATO CAPACES DE DESARROLLAR, EN EL NUEVO CONTEXTO SOCIO-ECONÓMICO ECUATORIANO, LATINOAMERICANO Y GLOBALIZADO, NUEVOS MODELOS DE GESTIÓN DEL MARKETING CON INNOVACIÓN, FLEXIBILIDAD Y HUMILDAD PARA AYUDAR A LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES EN FUNCIÓN DE SUS PROPIAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO, INTEGRANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS, NUEVOS MODELOS Y NUEVAS HERRAMIENTAS DIGITALES CON LA FINALIDAD DE CUMPLIR CON LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE LOCALES, NACIONALES Y DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR DEL ECUADOR.

LA MERCADOTECNIA FORMA ESTUDIANTES MÁS CREATIVOS CON UNA VISIÓN HOLÍSTICA QUE LES PERMITE DESEMPEÑARSE EN LOS ÁMBITOS DE LA GERENCIA DEL MARKETING, LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, LAS VENTAS, LA INTELIGENCIA DE MERCADO Y EL DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CON LA FINALIDAD DE ATENDER A LOS SECTORES PRODUCTIVOS DEL VALLE DE TUMBACO. ESTA CARRERA SE COMPROMETE EN OFRECER CONOCIMIENTOS INNOVADORES A LOS FORMANTES QUE POR MEDIO DE LA PRÁCTICA LLEGARÁN AL PLENO DOMINIO DE SUS COMPETENCIAS, PARA QUE SEAN APLICADAS EN EL PROCESO COMO PROFESIONALES AL SERVICIO DE LAS EMPRESAS O DE SUS PROPIOS EMPRENDIMIENTOS.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA

O PROYECTOS INTEGRADORES

. PROPUESTAS TECNOLÓGICAS

. MODELO DE NEGOCIOS

. EMPRENDIMIENTOS