

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL  
**Siglas:** ITF  
**Código sniese:** 2258  
**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:** 2258-550414A01-L-0901  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** GUAYAS  
**Cantón:** GUAYAQUIL  
**Ciudad:** GUAYAQUIL  
**Duración:** 4 PERIODOS  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:**18  
**Modalidad:** EN LÍNEA  
**Valor de la matrícula:** \$ 102,00  
**Valor del arancel:** \$ 1.020,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SO-23-NO.392-2019  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2019-06-26  
**Año de aprobación:** 2019  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2024-06-26  
**N° de estudiantes por paralelo:** 10 estudiantes.  
**Convenio con otras entidades:** EDITORES KRL SA; MERBROK SA; INTEROCARGSE; ENTRE GRÁFICOS NACIONALES SA; TOLY MAKEUP  
**N° de horas:** 2.880 Horas.

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera****Requisitos de ingreso:**

1. TENER TÍTULO DE BACHILLER: ORIGINAL Y COPIA (A FALTA DE TÍTULO Y HASTA TRES MESES POSTERIORES AL INICIO DE CLASES, EL INSTITUTO PUEDE RECIBIR EL ACTA DE GRADO DEBIDAMENTE CERTIFICADA, DESPUÉS DE ESTE TIEMPO SERÁ CANJEADA POR EL TÍTULO).; 2. SOLICITUD DE ADMISIÓN EN FORMATO DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN, CON LOS DATOS CORRESPONDIENTES.; 3. COPIA DE LA CÉDULA DE CIUDADANÍA PARA ECUATORIANOS Y PASAPORTE PARA EXTRANJEROS.; 4. VALORACIÓN MÉDICA; 5. 6 FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNET; 6. COMPROMISO DE PAGO DEL ARANCEL RESPECTIVO; 7. APROBAR EL SISTEMA DE NIVELACIÓN Y ADMISIÓN INSTITUCIONAL.; 8. PARA ASPIRANTES PROVENIENTES DE OTROS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR ES NECESARIO QUE PRESENTE DOCUMENTOS ACADÉMICOS DEBIDAMENTE CERTIFICADOS POR LA IES DE PROCEDENCIA (REF. REGLAMENTO DE CONVALIDACIÓN).

**Objetivo general:**

CONTRIBUIR A LA FORMACIÓN DE UN PROFESIONAL EN EL ÁREA DE MARKETING CON COMPETENCIA ACADÉMICA, Y HABILIDADES TECNOLÓGICAS PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES ACTUALIZADAS ACORDE A LA NECESIDAD DEL MERCADO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, CON CAPACIDAD INVESTIGATIVA Y DE ANÁLISIS PARA LA TOMA DE DECISIONES.

**Perfil de ingreso:**

EL PERFIL IDÓNEO DEL ESTUDIANTE QUE VA A INGRESAR A LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING EN EL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL SERÁ:  
; NIVELES MEDIOS DE RAZONAMIENTO LÓGICO-MATEMÁTICO.; MANEJO DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA.; AMPLIO CONOCIMIENTO DE TEMAS DE MARKETING.; RAZONAMIENTO VERBAL Y MANEJO DE LA LENGUA MATERNA.; MANEJO ACEPTABLE DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES. ES DESEABLE QUE LOS POSTULANTES MANIFIESTEN INTERÉS Y POSIBILIDADES PARA.; RESOLVER PROBLEMAS RELACIONADOS CON LA ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.; CONOCER EL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.; CONOCER LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MANTENER O INTRODUCIR UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.; CONOCER LOS DIFERENTES TIPOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.; DETECTAR Y COMPRENDER LAS NECESIDADES DEL MERCADO.; SER CREATIVO Y DEMOSTRAR CAPACIDAD INNOVADORA.; RAZONAR Y SOLUCIONAR PROBLEMAS ASERTIVAMENTE. ADICIONALMENTE, LOS RASGOS DESEABLES ESPERADOS DEL ASPIRANTE AL INGRESO SON:; FACILIDAD PARA EXPRESARSE ANTE LAS DEMÁS PERSONAS.; CAPACIDAD DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS.; CAPACIDAD DE OBSERVACIÓN.; HÁBITOS DE ESTUDIO.; ACTITUD INNOVADORA.; ACTITUD CRÍTICA Y REFLEXIVA

**Perfil de egreso:**

EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING ES UN PROFESIONAL CAPAZ DE PONER EN PRÁCTICA SUS COMPETENCIAS ACADÉMICAS, TECNOLÓGICAS Y COMUNICATIVAS APORTANDO IDEAS NOVEDOSAS E INNOVADORAS EN LOS CONTENIDOS AFINES CON SUS COMPETENCIAS PROFESIONALES, REFLEJADAS EN UN CARÁCTER EMPRENDEDOR Y DE LIDERAZGO PARA LA COORDINACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO QUE REALICEN DIVERSAS ACTIVIDADES COMO ANÁLISIS DE MACRO Y MICROS ENTORNOS DEL MERCADO PARA LA ADECUADA TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS, GESTIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TOMANDO EN CONSIDERACIÓN LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PARA FIJAR PRECIOS. EL TECNÓLOGO EN MARKETING ES COMPETENTE PARA TRABAJAR EN EQUIPO, EN DIVERSAS ÁREAS COMO: VENTAS, CUSTOMER MKT, FINANZAS, LOGÍSTICA, LEGAL, RECURSOS HUMANOS, COMUNICACIÓN, ASIMISMO, GANARSE EL RESPALDO DE AGENCIAS COMO DE BTL Y ATL, EVENTOS, PR, INFLUENCIAR Y GIVEAWAY. CARACTERIZÁNDOSE POR SABER ESTABLECER PRIORIDADES, MANEJAR CONFLICTOS, BUSCAR LA ORIENTACIÓN MÁS ADECUADA YA QUE DEBERÁ TRATAR CON NUMEROSAS PERSONAS DE DISÍMILES PERFILES CON DIFERENTES FORMAS DE SER, CARRERAS Y EDADES. ADEMÁS, DEBE SER CRÍTICO, AUTOCRÍTICO, COMUNICATIVO, FLEXIBLE ANTE DIVERSAS SITUACIONES LABORALES Y TOMA DE DECISIONES, INTEGRO, RESPETUOSO, RESPONSABLE, UN BUEN ESTRATEGA PARA LOGRAR EXCELENTES RESULTADOS, MANTENIENDO ACTUALIZADOS LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS, TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS Y UTILIZANDO LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. LA FUNCIÓN PRINCIPAL DEL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING ES SATISFACER A LOS CLIENTES Y GARANTIZAR LA RETROALIMENTACIÓN POSITIVA A LAS MARCAS Y EMPRESAS, ESTUDIANDO LAS OPORTUNIDADES DE VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, DISEÑANDO O ESTRUCTURANDO PROYECTOS TENIENDO EN CUENTA LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES DE MERCADOS. ADEMÁS, EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING PUEDE DESARROLLAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CON FINES COMERCIALES Y SOCIALES EN PRO DE UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y EQUITATIVA.

**Objeto de estudio:**

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING EN LÍNEA ESTÁ DIRECCIONADA A FORMAR JÓVENES TITULADOS EN BACHILLERATO, PROVENIENTES DE DIFERENTES ESTRATOS SOCIALES Y ZONAS GEOGRÁFICAS DEL PAÍS, E INTERESADOS EN CONVERTIRSE EN PROFESIONALES PARA EL ESTUDIO DEL MERCADO, ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO

DEL CONSUMIDOR, DESCUBRIR SUS NECESIDADES, ANALIZAR SUS GUSTOS Y PREFERENCIAS, CON LA FINALIDAD DE CREAR E INNOVAR DETERMINADO PRODUCTO O SERVICIO QUE SE AJUSTE A LAS NECESIDADES ENCONTRADAS. RESPONDIENDO DE ESTA FORMA A LAS EXIGENCIAS DE LA SOCIEDAD ECUATORIANA, EN FUNCIÓN DE MEJORAR EL BIENESTAR Y LA CALIDAD DEBIDA, ADEMÁS DE LOGRAR EL BUEN USO Y EMPLEO DEL TIEMPO LIBRE. PARA ELLO ES NECESARIO TENER CONOCIMIENTO DE LAS TÉCNICAS DEL MARKETING COMO LO SON: VENTAS, PUBLICIDAD, PROMOCIONES, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, ENTRE OTRAS. PARA CUMPLIR CON EL OBJETO DE ESTUDIO EL ITF CONCIBE EL ESQUEMA DE LAS ACTIVIDADES DOCENTES DE LA MANERA QUE SIGUE:: REALIZACIÓN DE VIDEOCONFERENCIAS, CON ESCENARIOS DE CASOS REALES DE MARKETING PARA LA ORIENTACIÓN Y REFUERZO DE LOS CONTENIDOS FUNDAMENTALES DE LAS MATERIAS.; ACTIVIDAD PRÁCTICA EN EL AULA VIRTUAL POR MEDIO DE REALIZACIÓN DE TALLERES, FOROS DE CADA CONTENIDO DE LA MATERIA, PARA EL REFUERZO TEÓRICO.; REALIZACIÓN DE TRABAJOS INVESTIGATIVOS PARA LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN, ANÁLISIS Y TOMA DE DECISIONES, REALIZADO DE FORMA INDIVIDUAL O COLABORATIVA, SEGÚN LOS CASOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL. PREPARACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA LA EXPOSICIÓN Y DEFENSA DE PROYECTOS CON LA FINALIDAD QUE EL ESTUDIANTE DEFienda SU PROYECTO MEDIANTE VIDEOS CONFERENCIAS.; ACTIVIDADES GRUPALES MEDIANTE EL EMPLEO DE LA PLATAFORMA VIRTUAL QUE CONLLEVEN A LA ELABORACIÓN CONJUNTA DE PLANES, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, REALIZACIÓN DE PROYECTOS, ELABORACIÓN DE PLAN DE MARKETING, ENTRE OTROS, CON LA FINALIDAD QUE EL ESTUDIANTE SEPA EL SIGNIFICADO DE TRABAJO EN EQUIPO Y SEPAN DETERMINAR LAS FUNCIONES.; REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES INDIVIDUALES Y GRUPALES DONDE SE APLIQUE EL MARKETING 2.0 Y 3.0 ASÍ COMO ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING.