

**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 PERIODOS
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:45
Modalidad: SEMIPRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 70,00
Valor del arancel: \$ 700,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-20-NO.297-2018
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2018-05-23
Año de aprobación: 2018
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2023-05-23
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
Convenio con otras entidades:

UNIDAD EDUCATIVA PCEI STEPHEN HAWKING

. UNIDAD EDUCATIVO CENTEBAD LATACUNGA

. MUNDO DISPLAY LABORATORIOS

UNIDAD EDUCATIVA PCEI INTERNATIONAL "BRITÁNICO
SCHOO

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 de egreso:

ANALIZAR LAS CONDICIONES DEL MERCADO EXPLORANDO LOS ESCENARIOS POSIBLES DE MARKETING Y DESARROLLANDO EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES, QUE OFREZCAN SATISFACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES REALES Y POTENCIALES.

ELABORAR INVESTIGACIONES DE MERCADO QUE SIRVAN DE APOORTE EN EL ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES, LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA, CUALQUIERA SEA SU CAMPO DE ACCIÓN APORTANDO AL INCREMENTO DE LAS VENTAS, DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, QUE SEAN SUSTENTABLES E INNOVADORES.

APOYAR EN PROYECTOS QUE INVOLUCRAN LA CREACIÓN DE PRODUCTOS/SERVICIOS INNOVADORES Y SU INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO.

DISEÑAR PLANES Y PROGRAMAS ESTRATÉGICOS DE MARKETING Y VENTAS, ESTABLECIENDO OBJETIVOS QUE AYUDEN A OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA E INTEGRANDO LOS DIFERENTES FACTORES DEL MARKETING DENTRO DE UN ENFOQUE DE CALIDAD TOTAL.

DESARROLLAR NUEVAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN ANALIZAR, SEGMENTAR Y POSICIONAR LOS PRODUCTOS O EMPRESAS EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL, APROVECHANDO LAS VENTAJAS COMPETITIVAS, APLICANDO POLÍTICAS DE PRODUCTO. PROMOCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PRECIO.

DEMOSTRAR COMPETENCIAS Y HABILIDADES EN EL MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CREANDO VALOR A LAS MARCAS E IMAGEN INSTITUCIONAL, EJERCIENDO SU LABOR CON ÉTICA PROFESIONAL.

ORGANIZAR ACTIVIDADES INHERENTES A LA PUBLICIDAD COMO EL MERCHANDISING, MERCADOTECNIA FERIA Y DE EVENTOS, ACTIVACIONES E IMPULSIONES DE MARCAS.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING BENEFICIARA A ESTUDIANTES BACHILLERES EN EL CONTEXTO 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 EN: IDEAR ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS; SACAR VENTAJAS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS

COMUNICACIONES; CONSTRUIR EL VALOR DE LAS MARCAS EN UN ENTORNO GLOBALIZADO Y DIGITALIZADO; VALUAR EL POTENCIAL DEL MERCADO Y A

DESARROLLAR PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA
O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

O ENSAYOS O ARTÍCULOS ACADÉMICOS

. MODELO DE NEGOCIOS

. EMPRENDIMIENTOS

PROYECTOS TÉCNICOS