

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO GUAYAQUIL
Siglas: ITSG
Código sniese: 2116
Tipo de financiamiento: PÚBLICA
Sitio web: SIN DATOS
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: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Ciudad: GUAYAQUIL
Duración: 5
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:18
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 0,00
Valor del arancel: \$ 0,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-28-NO.545-2017
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2017-08-09
Año de aprobación: 2017
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2022-08-09
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
O MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL _ MIES.
O MINISTERIO DE EDUCACIÓN - MINEDUC.
O UNIVERSIDAD GUAYAQUIL.
O SECAP-MINISTERIO DE TRABAJO

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:

- SOLICITUD DIRIGIDA AL RECTOR DEL IES. ? TÍTULO DE BACHILLER. ? COPIA A COLOR DE CEDULA DE IDENTIDAD.
- ? COPIA A COLOR DE LA PAPELETA DE VOTACIÓN DEL ÚLTIMO PERIODO ELECTORAL.
- ? FOTOGRAFÍA A COLOR.
- ? OBTENER COMO MÍNIMO 601 PUNTOS EN EL ENES.
- ? POSTULARSE EN LA CARRERA DE MARKETING QUE OFERTA EL INSTITUTO.
- ? PRESENTAR IMPRESO DE ACEPTACIÓN DE CUPO.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN EL CAMPO DE MARKETING QUE SEAN INGENIOSOS, CREATIVOS, INNOVADORES, QUE RESPONDAN A LA DINÁMICA CAMBIANTE CON COMPROMISO Y PERSEVERANCIA ANTES DE LOS DIVERSOS SISTEMAS GLOBALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Perfil de ingreso:

- PENSAR RIGUROSAMENTE. RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA.
- ? COMUNICARSE EFECTIVAMENTE. COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE PARA COMUNICARSE Y APRENDER. EXPRESARSE ORALMENTE Y POR ESCRITO, APRECIAR LA LITERATURA Y OTRAS ARTES.
- ? RAZONAR NUMÉRICAMENTE. CONOCER Y UTILIZAR LA MATEMÁTICA EN LA FORMULACIÓN, ANÁLISIS, SOLUCIÓN DE PROBLEMAS TEÓRICOS - PRÁCTICOS, RAZONAMIENTO LÓGICO.
- ? UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE FORMA REFLEXIVA Y PRAGMÁTICA. UTILIZAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC).
- ? ACTUAR COMO CIUDADANO RESPONSABLE. REGIRSE POR PRINCIPIOS ÉTICOS-MORALES, QUE LE PERMITAN SER UN BUEN CIUDADANO O CIUDADANA.
- ? MANEJAR SUS EMOCIONES EN LA INTERRELACIÓN SOCIAL. ENTABLANDO BUENAS RELACIONES SOCIALES, TRABAJANDO EN GRUPO.
- ? CUIDAR DE SU SALUD Y BIENESTAR PERSONAL. ENTENDER Y PRESERVAR SU SALUD FÍSICA, MENTAL Y EMOCIONAL. ? EMPRENDER. SER PROACTIVO Y CAPAZ DE CONCEBIR Y GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO, SOCIAL O CULTURAL.
- ? APRENDER POR EL RESTO DE SU VIDA. INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, LEER DE MANERA CRÍTICA Y CREATIVA.

Perfil de egreso:

COMPETENCIA GENÉRICA QUE ALCANZA EL EGRESADO Y/O GRADUADO DE LA CARRERA DE MARKETING: O COMPRENDER LA INFORMACIÓN TEXTUAL, PARATEXTUALES Y RECONOCER LA MEJOR EXPRESIÓN DE IDEAS DE LOS AUTORES DE LAS ÁREAS DE LA PROFESIÓN, CON LA EVIDENCIA DE UN ALTO DESARROLLO COGNITIVO, PROCEDIMENTAL Y ACTITUDINAL. O COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE SE DESAMOLLAN EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA: O EXPLICAR LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE ADMINISTRACIÓN, MARKETING, CONTABILIDAD, FINANZAS, ELABORACIÓN DE PROYECTOS Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO, ENTRE OTROS. O RESOLVER LA PROBLEMÁTICA DE LOS NEGOCIOS DE ACUERDO A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL COMERCIO GLOBAL. O ANALIZAR EL MEDIO AMBIENTE DE MARKETING CON UN ESPÍRITU CREATIVO E INNOVADOR. O UTILIZAR LOS PROCESOS DE MARKETING ACTUALES PARA PENETRAR Y PERNANECER CON ÉXITO EN LOS MERCADOS. O INTERPRETAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR INCLUYENDO TODOS LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMPRA. O IDENTIFICAR LOS RETOS QUE IMPLICA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE MERCADOTECNIA. O IDENTIFICAR LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN DISEÑO DE MARCAS, PRODUCTOS, FRJACIÓN DE PRECIOS, MANEJO DE IDENTIDAD CORPORATIVA, DISTRIBUCIÓN Y MEZCLA DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA, PARA LOGRAR EL POSICIONAMIENTO ADECUADO EN EL MERCADO.

Objeto de estudio:

EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR GUAYAQUIL GARANTIZA AL ESTUDIANTE EL DESARROLLO DE HABILIDADES Y DESTREZAS EN MARKETING, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, COMPORTAMIENTO Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR, ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS, IMAGEN CORPORATIVA Y CREATIVIDAD, PRINCIPIOS DE DISEÑO GRÁFICO, PUBLICIDAD, COMUNICACIÓN DE MEDIOS Y RELACIONES PUBLICAS, DERECHO MERCANTIL Y PROPIEDAD INTELECTUAL, GERENCIA DE VENTAS, COMERCIO DIGITAL Y COMMUNITY MANAGMENT, COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y DESARROLLO DE TALENTO HUMANO, TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL, ELABORACIÓN DE PROYECTOS, ESTUDIOS DE MERCADO, DESARROLLO DE MARCAS Y NUEVOS PRODUCTOS, ENTRE OTRAS, PARA EL DESEMPEÑO COMPETENTE, EFICIENTE Y EFICAZ EN LOS DISTINTOS CAMPOS DE ACCIÓN DE ACUERDO A SU CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL, EN EL MARCO DEL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR.

Modalidad titulación:

PROYECTO DE TITULACIÓN
EXAMEN FINAL