

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

Impresión realizada el: 12-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR INTEGRACIÓN ANDINA  
**Siglas:** INAN  
**Código sniese:** 2018  
**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:** AZUAY  
**Cantón:** CUENCA  
**Ciudad:** CUENCA  
**Duración:** 5  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:** 22  
**Modalidad:** PRESENCIAL  
**Valor de la matrícula:** \$ 100,00  
**Valor del arancel:** \$ 1.100,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SO-28-NO.455-2018  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2018-08-01  
**Año de aprobación:** 2018  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2023-08-01  
**N° de estudiantes por paralelo:** 15 estudiantes.  
**Convenio con otras entidades:**  
O CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS SANTA INÉS S.A.  
O PREFECTURA DE AZUAV.  
**N° de horas:** 4.540 Horas.



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

Impresión realizada el: 12-07-2022



**Detalle de la carrera**

**Requisitos de ingreso:**

TITULO DE BACHILLER

COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD O PASAPORTE PARA CIUDADANOS EXTRANJEROS

TIPO DE SANGRE

PUNTAJE SUPERIOR A 600 PUNTOS EN EL EXAMEN NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR (ENES)

OBTENER UN CUPO A TRAVÉS DEL SISTEMA NACIONAL DE NIVELACIÓN Y ADMISIÓN (SNNA).

EN CASO NO HABER OBTENIDO LOS 600 PUNTOS CON EL EXAMEN NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR (ENES) TENDRÁ QUE RENDIR EXAMEN DE SUFICIENCIA Y APTITUDES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO INTEGRACIÓN ANDINA INAN CON UNA CALIFICACIÓN MININA DE 60 PUNTOS.

CERTIFICADO DEL CONADIS, EN CASO DE PRESENTAR ALGUNA DISCAPACIDAD

**Objetivo general:**

FORMAR PROFESIONALES COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO DE LA REGIÓN Y EL PAÍS EN LAS ÁREAS TÉCNICAS Y TECNOLÓGICAS DE LA MERCADOTECNIA, QUE CONTRIBUYAN A LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LOS PROCESOS COMERCIALES, EL EMPRENDIMIENTO, LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EL DESARROLLANDO Y MANTENIENDO RELACIONES CON LOS CONSUMIDORES, PLANIFICAR ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE POLÍTICAS DE PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN , MEJORAMIENTO CONTINUO EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, CON SOLVENCIA TECNOLÓGICA EN LOS ÁMBITOS DEL MARKETING DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, CON ENFOQUES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL.

**Perfil de ingreso:**

CONOCIMIENTOS BÁSICOS EN CIENCIAS EXACTAS COMO MATEMÁTICAS, LENGUAJE Y COMUNICACIÓN, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

- HABILIDADES Y DESTREZAS DE ACCESO A LA INFORMACIÓN DE UNA MANERA CERTERA DONDE COMBINE LA INVESTIGACIÓN, APRENDIZAJE, LA AUTOCRÍTICA, AUTO CORRECCIÓN PARA QUE CONTINÚE PREPARÁNDOSE SIN NECESIDAD DE DIRECTRICES EXTERNOS.

- CAPACIDADES DE RAZONAMIENTO, ANÁLISIS Y ARGUMENTACIÓN LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA, PARA PLANIFICAR Y TOMAR DECISIONES PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS.

MANEJO ADECUADO DE TECNOLOGÍA Y MEDIOS DIGITALES PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS E INFORMACIÓN.

- ACTITUD DE EMPRENDIMIENTO, COLABORAICIÓN Y SENTIDO DE COMUNIDAD PARA BENEFICIO PROPIO Y DE LA SOCIEDAD

ACTITUD PROACTIVA AL ORDEN ESTABLECIDO PARA LA ESTRUCTURA FAMILIAR, LAS ESTRUCTURAS SOCIALES Y ORGANIZACIONALES, A LOS POSTULADOS ÉTICOS Y A LA DIVERSIDAD CULTURAL.

- SENTIDO DE RESPONSABILIDAD, HONESTIDAD Y DE COMPROMISO SOCIAL COMO UN SER HUMANO ÍNTEGRO Y SOLIDARIO.

**Perfil de egreso:**

EL GRADUADO DE LA CARRERA DE MARKETING SERÁ CAPAZ DE PRECISAR MEZCLAS ADECUADAS DE MARKETING COMBINANDO PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN, BASADAS EN ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA QUE PERMITAN FIDELIZAR CLIENTES, MEDIANTE EL USO DE INVESTIGACIONES DE MERCADO, PODRÁ COMPRENDER Y DESCUBRIR LAS OPORTUNIDADES Y LAS AMENAZAS QUE SE PRESENTAN EN NUEVOS SEGMENTOS Y NICHOS DE MERCADO, ASÍ COMO IDENTIFICAR LAS NECESIDADES Y DESEOS DEL CLIENTE, DISEÑAR ESTRATEGIAS APROPIADAS DE COMERCIALIZACIÓN MEDIANTE EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE CONSUMIDORES OBJETIVO Y DE ACCIONES APROPIADAS PARA LOGRAR POSICIONAMIENTO Y DIFERENCIACIÓN DE LA EMPRESA Y DEL PRODUCTO A VENDER EN LOS MERCADOS META, GESTIONAR CON DESTREZA LAS HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS Y TECNOLÓGICAS NECESARIAS PARA EJECUTAR PLANES DE MARKETING QUE PERMITAN IDENTIFICAR QUE ASEGUREN EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS, ANALIZA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS RELACIONADAS CON LA MERCADOTECNIA AL ELABORAR PROYECTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y EXTERIOR CON SOLUCIONES TÉCNICAS Y ECONÓMICAMENTE COMPETITIVAS, SIN PERDER DE VISTA LOS ASPECTOS HUMANÍSTICOS, SOCIALES, ÉTICOS Y AMBIENTALES.

**Objeto de estudio:**

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ESTUDIA LOS FUNDAMENTOS Y PROCESOS DE GESTIÓN COMERCIAL, GESTIÓN EN LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA , ANÁLISIS DE MERCADOS , MARKETING ESTRATÉGICO, POSICIONAMIENTO DE MARCA , LA DISTRIBUCIÓN Y GERENCIA DE VENTAS; PARA RESOLVER PROBLEMAS DE USO EFICIENTE Y EFICAZ DE LOS PROCESOS COMERCIALES , DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO, GENERACIÓN DE VALOR Y ESTRATEGIAS COMPETITIVAS, USO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADEO, MEJORAMIENTO DE LA TOMA DE DECISIONES COMERCIALES ; HACIENDO USO DE HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO DE LOS PROCESOS EMPRESARIALES, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, TÁCTICA Y OPERACIONAL, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO, MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN ; INCENTIVANDO EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR E INNOVADOR CON ÉNFASIS EN ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA QUE PROMUEVAN EL DESARROLLO DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL PAÍS, SUSTENTADOS EN PRINCIPIOS ÉTICOS Y DEONTOLÓGICOS.

**Modalidad titulación:**

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

. EMPRENDIMIENTOS