

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EUROAMERICANO
Siglas: EUROAMERICANO
Código sniese: 2360
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: MERCADO TECNIA Y PUBLICIDAD
Programa: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING
Título que otorga: TECNOLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING
Codificación: 2360-550414A01-P-0901
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Ciudad: GUAYAQUIL
Duración: 4 PERIODOS
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 75,00
Valor del arancel: \$ 750,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-41-NO.742-2019
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2019-11-27
Año de aprobación: 2019
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2024-11-27
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
N° de horas: 2.880 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 13-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

TENER TÍTULO DE BACHILLER

FOTOCOPIA DE DOCUMENTOS PERSONALES, CÉDULA DE IDENTIDAD, CERTIFICADO DE VOTACIÓN

Objetivo general:

FORMAR UN PROFESIONAL TECNÓLOGO CON UNA VISIÓN EMPRENDEDORA, CONTANDO CON ESTRATEGIAS CREATIVAS PARA DAR A CONOCER A LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE SUS REDES SOCIALES O PLATAFORMAS DE INTERNET, ASÍ COMO MEJORAS, MANEJO DE HERRAMIENTAS, DESARROLLO Y GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁREA DE MARKETING. ADEMÁS, POSEER UN BALANCE ENTRE EL PENSAMIENTO CREATIVO Y EL CRÍTICO PARA PODER SABER MEDIR EL ÉXITO DE LA EMPRESA A LA QUE SIRVEN.

Perfil de ingreso:

ESPÍRITU EMPRENDEDOR. CREATIVO. INTERESADO POR EL MUNDO ADMINISTRATIVO, PUBLICIDAD Y DE LA TECNOLOGÍA. CAPACIDAD DE ANÁLISIS, SÍNTESIS Y GENERACIÓN DE PROPUESTAS. LÍDER. INTUICIÓN Y FACILIDAD PARA LA DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES. INTERÉS EN REALIZAR INVESTIGACIONES DE MERCADO PARA CONOCER GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES. INTERÉS EN EL MUNDO DIGITAL DEL MARKETING.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS A LOS HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS SON CON EL FIN DE FORMAR A LOS FUTUROS PROFESIONALES PARA QUE PUEDAN COMPRENDER Y TRANSFORMAR LA SOCIEDAD. LA CAPACIDAD COGNITIVA PARA DISMINUIR LA DEPENDENCIA DE LA MEMORIZACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA RECORDAR INFORMACIÓN Y QUE EL PROFESIONAL DESARROLLE SU CAPACIDAD DE ANÁLISIS PARA AFRONTAR LAS DIFERENTES SITUACIONES. LAS COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS SON NECESARIAS EN EL PROFESIONAL YA QUE ESTA MOVILIZA LOS CONOCIMIENTOS Y TÉCNICAS Y DE REFLEXIONAR SOBRE LA ACCIÓN.

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON EL MANEJO DE MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO SE GARANTIZARÁN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA/PROGRAMA?

EL TECNÓLOGO EN MARKETING RECONOCE Y EMPLEA CON PRECISIÓN LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD Y MARKETING. DEFINE CLARAMENTE EL CONCEPTO DE INVESTIGACIÓN, SU CLASIFICACIÓN Y SUS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS CON ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y ANÁLISIS CRÍTICO. ESTRUCTURA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN EN CONFORMIDAD CON LAS PAUTAS PREDETERMINADAS EN UNA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. IDENTIFICA LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MARKETING. IDENTIFICA LOS PRINCIPALES FACTORES QUE SE ENCUENTRAN EN EL ENTORNO DEL MARKETING CONOCERÁ LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA EN LAS NEGOCIACIONES. RECONOCERÁ EL PAPEL QUE DESEMPEÑAN LA INVESTIGACIÓN Y SEGMENTACIÓN DE MERCADOS. VALORA LAS NORMAS AMBIENTALES. IDENTIFICA LAS OPORTUNIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LAS EMPRESAS. ENTIENDE LA IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN UNA EMPRESA. TIENE EL CONOCIMIENTO PARA LLEVAR A CABO LAS DIVERSAS OPERACIONES DEL MARKETING. MANEJA DE FORMA CORRECTA LAS ILUSTRACIONES, GRÁFICOS Y DISEÑOS PARA LOS DIFERENTES MEDIOS. UTILIZA FUENTES DE INFORMACIÓN ÚTILES PARA EL MARKETING. ENTIENDE Y APLICA LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS. USA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SOLUCIONES EMPRESARIALES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. DISEÑA LAS APLICACIONES VIRTUALES DE ACUERDO AL SECTOR EMPRESARIAL. CONSTRUYE ACUERDOS EN DIFERENTES CONTEXTOS. UTILIZA LAS MEJORES HERRAMIENTAS DE MARKETING E INTERNET EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. APLICA EL MARKETING MIX EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

¿CÓMO CONTRIBUYE EL FUTURO PROFESIONAL AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, EL MEDIO AMBIENTE, EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y LA PRESERVACIÓN, DIFUSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO DE LAS CULTURAS Y SABERES?

EL FUTURO TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING DEL INSTITUTO EUROAMERICANO, SERÁ CONSCIENTE DE LOS FACTORES AMBIENTALES QUE INFLUYEN EN LAS MALAS PRÁCTICAS PROFESIONALES, SE LE INCULCARÁ LA ÉTICA PROFESIONAL PARA FORTALECER LA CONDUCTA MORAL RELACIONADA CON LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, YA QUE ES UN ASPECTO PRIMORDIAL EN EL PROCESO FORMATIVO, CONVIRTIÉNDOSE EN UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL QUE DEBE ASUMIR EN CUALQUIER CARRERA QUE SE OFERTE EN EL INSTITUTO. ESTA FORMACIÓN ES IMPORTANTE PARA QUE LOS PROFESIONALES ENTIENDAN LA NECESIDAD QUE EXISTE POR LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y POR LLEVAR A CABO UN DESARROLLO SOSTENIBLE, ESTO REQUIERE UN CAMBIO EN LA FORMA DE PENSAR EN RELACIÓN CON LAS DECISIONES QUE TOMEN Y ASUMIR LOS RESULTADOS O CONSECUENCIAS DE LA MISMA CON RESPONSABILIDAD.

¿CUÁLES SON LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, EN EL MARCO DE UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD, PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE OFRECE LA CARRERA/PROGRAMA?

GESTIÓN DEL DIÁLOGO DE SABERES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR OBJETIVO: IMPULSAR EL DIÁLOGO DE SABERES EN LA CONCEPTUALIZACIÓN E INSTITUCIONALIZACIÓN DE PROCESOS DEMOCRÁTICOS E INCLUSIVOS EN MATERIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

ACCIONES: PROPONER POLÍTICA PÚBLICA PARA LA RECUPERACIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES Y LOS SABERES ANCESTRALES EN SU VINCULACIÓN CON LA EDUCACIÓN SUPERIOR. REALIZAR INFORMES TÉCNICOS DE COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS SABERES ANCESTRALES, TÉCNICAS, TECNOLOGÍAS, PRÁCTICAS Y CONOCIMIENTOS TRADICIONALES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. ELABORAR ESTUDIOS SOBRE EL ESTADO DE LA TRANSVERSALIZACIÓN DE LA INTERCULTURALIDAD EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

ACOMPañAR Y COORDINAR INSTITUCIONALMENTE LA RESPUESTA A DEMANDAS DE PUEBLOS Y NACIONALIDADES PROPONER ESTRATEGIAS PARA FACILITAR EL ACCESO DE MIEMBROS DE COMUNIDADES, PUEBLOS Y NACIONALIDADES AL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Objeto de estudio:

LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING, TIENE COMO OBJETIVO FORMAR PROFESIONALES EN EL USO EFICAZ DE LAS TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES QUE OPTIMICEN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE DIRECCIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LA MERCADOTECNIA Y LA GESTIÓN COMERCIAL; QUE COADYUVEN A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA SOCIEDAD; CAPACES DE DETECTAR NECESIDADES Y GUSTOS DE LOS CLIENTES SOBRE LOS BIENES Y SERVICIOS PRODUCIDOS E INTERCAMBIADOS POR CUALQUIER TIPO DE ORGANIZACIÓN SOCIAL LUCRATIVA O NO LUCRATIVA, Y APLIQUEN SUS ESFUERZOS CON LA FINALIDAD DE COLABORAR EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y EQUITATIVA.

Modalidad titulación:

DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
EXAMEN COMPLEXIVO