

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**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-S-0901  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** GUAYAS  
**Cantón:** GUAYAQUIL  
**Ciudad:** GUAYAQUIL  
**Duración:** 4  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Modalidad:** SEMIPRESENCIAL  
**Valor de la matrícula:** \$ 102,00  
**Valor del arancel:** \$ 1.020,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SO-13-NO.243-2020  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2020-01-06  
**Año de aprobación:** 2020  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2025-01-06  
**N° de estudiantes por paralelo:** 30 estudiantes.  
**Convenio con otras entidades:**  
- UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC.  
  
- GRÁFICOS NACIONALES S.A.  
  
- MERBORK S.A.  
  
- YOLY MAKEUP.  
  
- GILEXSA S.A.  
  
- EDITORES KRL S.A.  
  
- FUNDACIÓN MARÍA JOSÉ LLEMOS.  
  
- INTEROCARGSER.  
  
- UNIVERSIDAD DEL ORIENTE.  
  
- INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO.  
  
**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.
- SOLICITUD DE ADMISIÓN EN FORMATO DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN, CON LOS DATOS CORRESPONDIENTES.
- 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).
- COPIA DE LA CÉDULA DE CIUDADANÍA PARA ECUATORIANOS Y PASAPORTE PARA EXTRANJEROS.
- FICHA Y VALORACIÓN MÉDICA.
- 6 FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNÉ
- PAGO DEL ARANCEL RESPECTIVO.
- APROBAR EL SISTEMA DE NIVELACIÓN Y ADMISIÓN INSTITUCIONAL.

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 HABILIDAD PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES ACORDE A LA NECESIDAD DEL MERCADO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL, CON CAPACIDAD INVESTIGATIVA Y 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 Y APORTAR IDEAS INNOVADORAS EN LOS CONTENIDOS RELACIONADOS CON SUS COMPETENCIAS PROFESIONALES, REFLEJADAS EN UN LIDERAZGO PARA ATRAER A MUCHAS E IMPORTANTÍSIMAS PERSONAS DENTRO DE LAS EMPRESAS, HACER ANÁLISIS DE MACRO Y MICROS ENTORNOS DEL MERCADO PARA LA ADECUADA TOMA DE DECISIONES DE LAS EMPRESAS, GESTIONAR EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TOMANDO EN CONSIDERACIÓN LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, SER 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, EVENTOS, PR, INFLUENCER 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 NUEVAS 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, DISEÑANDO O ESTRUCTURANDO PROYECTOS, ESTUDIOS Y SERVICIOS DE MERCADOS, DESARROLLANDO CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CON FINES COMERCIALES.

**Objeto de estudio:**

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ESTÁ DIRECCIONADA A FORMAR JÓVENES TITULADOS EN BACHILLERATO, PROVENIENTES DE DIFERENTES ESTRATOS SOCIALES, 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 DE VIDA, 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 CONFERENCIAS, CON ESCENARIOS DE CASOS REALES DE MARKETING PARA LA ORIENTACIÓN Y REFUERZO DE LOS CONTENIDOS FUNDAMENTALES DE LAS MATERIAS.

- ACTIVIDAD PRÁCTICA EN EL AULA POR MEDIO DE REALIZACIÓN DE TALLERES 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.

- PREPARACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA LA EXPOSICIÓN Y DEFENSA DE PROYECTOS CON LA FINALIDAD QUE EL ESTUDIANTE DEFienda SU PROYECTO.

- ACTIVIDADES GRUPALES 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.

**Modalidad titulación:**

- EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA.

- PROYECTO DE INVESTIGACIÓN