

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO EDUPRAXIS
Siglas: ITSEDP
Código sniese: 2285
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: 2285-550414A01-A-1801
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: TUNGURAHUA
Cantón: AMBATO
Ciudad: AMBATO
Duración: 4
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico: 21
Modalidad: A DISTANCIA
Valor de la matrícula: \$ 40,00
Valor del arancel: \$ 490,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-15-NO.302-2020
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2019-09-27
Año de aprobación: 2019
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2024-09-27
N° de estudiantes por paralelo: 50 estudiantes.

Convenio con otras entidades:

- BANCO DE PICHINCHA.
- SECRETARIA DE TIERRAS Y REFORMA AGRARIA
- COOPERATIVA COAC PIRHUIN LTDA.
- EMPRESA MULTITEC
- COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COORCOTOPAXI LTDA.
- EMPRESA LIV CONCERT CLUB
- COOPERATIVA DE AHORRO PRODUFINSA
- COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EL SAGRARIO LTDA.
- SUNDERLAND VIAIES CIA. LTDA.

N° de horas: 2.280 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 13-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- TÍTULO DE BACHILLER.
- COPIA DE ACTA DE GRADO.
- PARTIDA DE NACIMIENTO.
- CÉDULA DE IDENTIDAD.
- PAPELETA DE VOTACIÓN.
- FOTOGRAFÍA TAMAÑO CARNET.
- CERTIFICADO DE SALUD (PÚBLICO).
- APROBAR PRUEBA DE APTITUD.
- CURSO CERO (NIVELACIÓN).

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES TECNÓLOGOS CON CAPACIDAD OPERATIVA Y TÉCNICA, ÉTICOS, CON ENFOQUE SOCIAL, CON ALTO NIVEL DE LIDERAZGO, EMPRENDEDOR, ALTAMENTE CAPACITADO PARA REALIZAR PROCESOS DE INVESTIGACIÓN, QUE FACILITEN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN LOS CAMPOS ADMINISTRATIVOS Y MERCADOLÓGICOS, CON PREPARACIÓN PARA REALIZAR PLANES Y PROYECTOS; QUE SATISFAGAN LAS DEMANDAS DE LA COLECTIVIDAD Y COADYUVEN AL BUEN VIVIR.

Perfil de ingreso:

LOS FUTUROS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING DEL TECNOLÓGICO EDUPRAXIS, DEBEN POSEER CONOCIMIENTOS EN EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA, PREPARACIÓN INTERDISCIPLINARIA, CON CAPACIDADES PERMANENTES DE APRENDIZAJE, CON CONOCIMIENTOS EN ÁREAS CIENTÍFICO-HUMANÍSTICA.

DEBEN TENER UN NIVEL ELEMENTAL DE CONOCIMIENTOS EN ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD, TÉCNICAS DE ESTUDIO Y MATEMÁTICAS.

LOS ESTUDIANTES DEBEN POSEER VALORES ÉTICOS Y MORALES; ESPÍRITU EMPRENDEDOR, PENSAMIENTO CREATIVO Y DESEO DE SUPERACIÓN PERSONAL.

EL FUTURO ESTUDIANTE DEL TECNOLÓGICO EDUPRAXIS, DEBE ESTAR PREPARADO PARA ENFRENTAR CUALQUIER RETO TÉCNICO ? CIENTÍFICO QUE LA INSTITUCIÓN LE IMPONGA CON UN ALTO GRADO DE PRODUCTIVIDAD EN LA GENERACIÓN DE NUEVAS IDEAS O CONCEPTOS PARA LA ACCIÓN EFECTIVA EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS SOCIALES Y EMPRESARIALES.

EL FUTURO ESTUDIANTE DEL INSTITUTO DEBE PROYECTARSE A INVOLUCRARSE EN UNA REAL VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD MEDIANTE EL DESARROLLO Y LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS CON ENFOQUE SOCIAL Y HUMANÍSTICO, BUSCANDO PARA SÍ SU PROPIO EMPRENDIMIENTO PERSONAL, COMO COLECTIVO DE SU ENTORNO EN EL QUE SE DESENVUELVE, POTENCIALIZANDO A SU VEZ EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL.

A MANERA DE RESUMEN PUEDE DECIRSE QUE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS PARA EL INGRESO DE LOS ESTUDIANTES AL TECNOLÓGICO EDUPRAXIS SON:

COGNOSCITIVAS:

- MATEMÁTICAS LENGUAJE.
- TÉCNICAS DE ESTUDIO (INVESTIGACIÓN).

COGNITIVAS:

- INTERPRETACIÓN.

- ARGUMENTACIÓN.

COMUNICATIVAS:

- ESCUCHAR Y HABLAR CORRECTAMENTE.

- LEER Y ESCRIBIR BIEN.

VALORATIVAS:

- EMITIR JUICIOS CORRECTOS.

- ASUMIR RESPONSABILIDADES.

DEBIDO A LA HETEROGENEIDAD EN LA FORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES QUE VAN AL INSTITUTO A COMENZAR SUS ESTUDIOS, EL CENTRO HA IMPLANTADO UN CURSO INTRODUCTORIO CON EL OBJETIVO DE HOMOGENEIZAR LAS APTITUDES DE LOS ASPIRANTES, Y CONOZCAN LA ESENCIA DE LA CARRERA QUE DESEAN ELEGIR

Perfil de egreso:

EL EGRESADO DE LA CARRERA EN MARKETING DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR EDUPRAXIS ESTARÁ EN CAPACIDAD DE SER UN TECNÓLOGO CON ELEVADA ÉTICA PROFESIONAL, CON GRAN LIDERAZGO PARA COMPRENDER E INTERPRETAR LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN PARA DISPONER UN PLAN DE ACCIÓN OPERATIVO E IMPLEMENTAR SISTEMAS, METODOLOGÍAS Y MÉTODOS ADMINISTRATIVOS EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EMPRESARIALES, PROACTIVO, CON GRAN SENTIDO VISIONARIO, Y CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN ATENCIÓN A LAS DEMANDAS DEL ENTORNO. ASIMISMO, TENDRÁ LA CAPACIDAD DE:

IDENTIFICAR LAS DISTINTAS VARIABLES DEL ENTORNO MEDIANTE EL USO DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS. EJECUTAR EL PLAN DE MERCADEO, COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y COMPETITIVIDAD.

REALIZAR INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA DEFINIR DIRECTRICES EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

DESARROLLAR LA MEZCLA DEL MARKETING COMO ESTRATEGIA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS NACIONALES E INTERNACIONALES.

FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO COMO CONSTRUCTORES DE SU PROPIA EMPRESA PARA MEJORAR CALIDAD DE VIDA Y GENERAR EMPLEO.

DESARROLLAR ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING EN BASE A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO Y EXIGENCIAS DEL CONSUMIDOR.

UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y DIGITALES PARA OPTIMIZAR LOS PLANES DE MARKETING.

ANALIZAR LAS NECESIDADES EXISTENTES Y DESARROLLAR ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN AL CRECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES Y BENEFICIEN A LA SOCIEDAD.

FORMULAR, EVALUAR Y EJECUTAR PROYECTOS Y PLANES DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y NEGOCIOS. IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE DESARROLLO EN MERCADOS COMPETITIVOS.

ADEMÁS, SERÁ UN PROFESIONAL CAPAZ DE GENERAR COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE LAS EMPRESAS Y SUS CLIENTES, QUE PROVOQUEN LEALTAD Y RELACIONES A LARGO PLAZO. ASIMISMO, SE ESPECIALIZA EN EL DESARROLLO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA E INFORMATIVA A TRAVÉS DE TODO TIPO DE MEDIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN ESTRATÉGICA DE BIENES Y SERVICIOS.

SERÁ EXPERTO EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ESTRATEGIAS DE VENTAS, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN COMERCIAL, TANTO GRÁFICA COMO DIGITAL. IGUALMENTE SERÁ CAPAZ DE ASISTIR A UNA EMPRESA PARA LA GENERACIÓN DE MENSAJES CREATIVOS Y ESTRATÉGICOS O PARA LA CONSULTORÍA COMERCIAL Y DE SERVICIOS, INSTITUCIONES Y EMPRESAS SOBRE TODO PRIVADAS EN NIVELES GERENCIALES EN EL ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL. TAMBIÉN DE COMERCIO Y SERVICIOS ESPECIALIZADOS, CADENAS Y FRANQUICIAS DE EMPRESAS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN AGENCIAS DE VIAJES, DISTRIBUIDORAS DE AUTOS, EMPRESAS DE TRANSPORTACIÓN TERRESTRE Y AÉREA.

INVESTIGACIÓN:

EL EGRESADO PODRÁ PARTICIPAR EN PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO CON EL FIN DE ANALIZAR LA OFERTA Y LA DEMANDA, ASÍ COMO LOS PRECIOS Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN, A FIN DE TENER UNA VISIÓN CLARA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE SE QUIERE INTRODUCIR EN EL MERCADO, Y UN CONOCIMIENTO EXHAUSTIVO DE LOS INTERLOCUTORES DEL SECTOR.

ADEMÁS EL CONOCIMIENTO NECESARIO PARA UNA POLÍTICA DE PRECIOS Y DE COMERCIALIZACIÓN.

COMPETENCIAS: CUENTA CON HABILIDADES Y DESTREZAS EN:

1. REALIZAR ESTUDIOS DEL ENTORNO SITUACIONAL, INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y DE MARKETING.
2. PROYECTAR LA IMAGEN EMPRESARIAL ENMARCADA EN CRITERIOS DE COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA, SOBRE LA BASE DEL CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL ENTORNO A TRAVÉS DE ESTUDIOS DE MARKETING Y SOCIOLOGÍA Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR DE BIENES Y SERVICIOS.
3. REALIZAR UNA GESTIÓN ADMINISTRATIVA BASADA EN CONCEPTOS Y PRÁCTICAS DE CALIDAD TOTAL, COMPETITIVIDAD, MEJORAMIENTO CONTINUO, LEGISLACIÓN EMPRESARIAL Y LABORAL, COSTOS, PLANIFICACIÓN, LOGÍSTICA; Y, CONTROL Y MANEJO DE STOCKS.
4. MANEJO Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO EN AMBIENTES LABORALES Y ESPACIOS FÍSICOS ADECUADOS RESPETANDO Y POTENCIANDO SUS DEBERES Y DERECHOS; Y, ENMARCADOS EN LA LEGISLACIÓN VIGENTE.
5. PLANIFICAR ESTRATÉGICAMENTE, DISEÑAR CON CALIDAD Y DOMINIO DE LA INTERDISCIPLINARIDAD Y CONOCIMIENTOS SUFICIENTES SOBRE TODAS LAS HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES.
6. DOMINAR Y CONOCER LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AFINES PARA SU APLICACIÓN EFICIENTE EN LAS ÁREAS DE MANEJO EMPRESARIAL COMO SON LA ECONÓMICA, DE INFORMÁTICA, DE MARKETING, DE CONTABILIDAD Y DE ESTADÍSTICA.
7. DISEÑAR, EJECUTAR, MONITOREAR Y EVALUAR PROYECTOS, PLANES DE NEGOCIOS, DE MERCADOTECNIA Y VENTAS.
8. APLICAR EN SU EJERCICIO PROFESIONAL NORMAS ÉTICAS Y MORALES COMO PRINCIPIO Y GUÍA DE SU ACCIONAR DIARIO.
9. MANEJAR EL IDIOMA INGLÉS PARA COMUNICARSE CON SUFICIENCIA EN LA VIDA COTIDIANA Y EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL.
10. TRABAJAR EN EQUIPO PARA IMPULSAR LA INTERACCIÓN APROVECHANDO LA POTENCIALIDAD DE LA DIVERSIDAD DE LOS ACTORES SOCIALES PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS DE LA CARRERA.
11. GESTIONAR PROYECTOS PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS CRÍTICOS DEL CONTEXTO INVOLUCRANDO LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA PARA CREAR Y PROMOVER PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN EN LA COMUNIDAD HACIA NIVELES DE DESARROLLO SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE.

Objeto de estudio:

HOY EN DÍA, EN UNA SOCIEDAD CONSUMISTA, DONDE LA OFERTA Y LA DEMANDA FORMAN UNA AMALGAMA PARA OPERACIONES MERCANTILES CON EL ÚNICO OBJETO DE LLEGAR AL CLIENTE Y POTENCIAL CONSUMIDOR, ABORDARÉ UN TEMA QUE SE LO PRACTICA EMPÍRICAMENTE PERO QUE AÚN NO SE LO TECNIFICA EN PAÍSES COMO EL NUESTRO.

EL MARKETING EXIGE UNA NUEVA ORIENTACIÓN FUNDAMENTAL DE LA COMPAÑÍA, QUE DEBE DEJAR DE MIRAR HACIA ADENTRO A SUS PRODUCTOS, PARA MIRAR HACIA FUERA Y OBSERVAR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES. LA ACTIVIDAD VENDEDORA SE CONCENTRA SOBRE LAS NECESIDADES DEL QUE VENDE Y SOBRE LAS NECESIDADES DEL COMPRADOR. LA ACTIVIDAD VENDEDORA SE PREOCUPA POR LA NECESIDAD DEL QUE VENDE Y TRATA DE CONVERTIR SU PRODUCTO EN DINERO; EL MARKETING SE PREOCUPA POR SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE CON EL PRODUCTO Y EL CONJUNTO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON SU CREACIÓN, ENTREGA Y CONSUMO.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA.

- PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.