

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DEL TRANSPORTE
Siglas: ITESUT
Código sniese: 2373
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: 2373-550414A01-S-1701
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: QUITO
Duración: 4
Periodo académico: ORDINARIO
Modalidad: EN LÍNEA
Valor de la matrícula: \$ 70,00
Valor del arancel: \$ 730,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-18-NO.370-2020
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2020-02-12
Año de aprobación: 2020
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2025-02-12
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
- GESTDEPRO CÍA. LTDA.
- TBM THE BRAINMENT DIGITAL ADVERTISEMENT AGENCY
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.
- APROBAR LA NIVELACIÓN DEL INSTITUTO.
- COPIA DE LA CÉDULA Y PAPELETA DE VOTACIÓN.

Objetivo general:

FORMAR INTEGRALMENTE TECNÓLOGOS EN MARKETING, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS PUBLICIDAD Y MERCADEO, QUE PERMITIRÁN SU APLICACIÓN EN PUBLICIDAD, MERCADEO Y GESTIÓN GERENCIAL ADEMÁS, DE INCULCAR VALORES Y HABILIDADES PROPIAS DE LA CARRERA QUE LE PERMITAN CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIAL, LOS MISMOS QUE SE ENCUENTRAN, ALINEÁNDOSE TAMBIÉN A LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR Y APORTANDO AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, ENERGÉTICA; MOTIVANDO EN LOS Y LAS ESTUDIANTES LA CONCIENCIA DE CIUDADANOS COMPROMETIDOS CON VALORES DE RESPONSABILIDAD, ÉTICA, MORAL Y DE TRABAJO EN EQUIPO.

Perfil de ingreso:

EL CANDIDATO A INSCRIBIRSE EN LA CARREERA DE MARKETING TENDRÁ QUE CUMPLIR DE PREFERENCIA CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

DELIBERAR SEVERAMENTE. RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA.

PARTICIPAR POSITIVAMENTE. COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE PARA COMUNICARSE Y APRENDER. EXPRESARSE ORALMENTE Y POR ESCRITO, APRECIAR LA LITERATURA Y OTRAS ARTES.

RESOLVER 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 COMPROMETIDO. 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:

EL TECNÓLOGO SUPERIOR MARKETING ES UN PROFESIONAL CAPAZ DE APORTAR CON IDEAS CREATIVAS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL CON AHÍNCO EN EL CAMPO DE LA GESTIÓN DE MARKETING, POSEE UN NIVEL DE EXCELENCIA TÉCNICA - PROFESIONAL PARA ASESORAR Y PRESTAR APOYO A LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE SU COMPETENCIA DENTRO DE LA EMPRESA. POR LO TANTO, DOMINA LAS MODERNAS TEORÍAS Y TÉCNICAS QUE LE PERMITIRÁ EJERCER UN ROL PROTAGÓNICO DIRECTO Y ASESOR, EN EL ÁMBITO DE SU CARRERA. CUENTA CON COMPETENCIAS Y CAPACIDADES QUE LE PERMITIRÁ GESTIONAR DIRECTAMENTE Y A TRAVÉS DE EQUIPOS DE TRABAJO, NIVELES OPERATIVOS Y TÁCTICOS DEL ÁREA DE MARKETING , EN FORMA INTEGRADA Y ARMÓNICA CON EL FUNCIONAMIENTO SISTÉMICO DE LAS EMPRESAS; INTEGRAR EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS; ANALIZAR, VERIFICAR Y CONTRASTAR EL CONOCIMIENTO TEÓRICO DE LAS RESPECTIVAS DISCIPLINAS, CON LA REALIDAD PRÁCTICA QUE SE DA AL INTERIOR DE LAS ORGANIZACIONES Y PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN EL DISEÑO, EJECUCIÓN, CONTROL Y EVALUACIÓN DE PLANES DE DESARROLLO ESTRATÉGICO INSTITUCIONALES DE LAS CORPORACIONES Y ORGANIZACIONES EN LAS QUE CUMPLIRÁN FUNCIONES PROFESIONALES. LA FUNCIÓN PRINCIPAL DEL TECNÓLOGO

SUPERIOR EN MARKETING ES INVESTIGAR EL ENTORNO EN EL CUAL SE DESENVUELVE LA EMPRESA, LLEGANDO A IDENTIFICAR LAS TENDENCIAS EN LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS CLIENTES, EL NIVEL DE RIVALIDAD QUE EXISTE EN EL MERCADO Y OTROS FACTORES QUE AFECTAN AL MERCADO. CON ESTA INFORMACIÓN PUEDE DISEÑAR, IMPLANTAR Y CONTROLAR EL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DE LA ORGANIZACIÓN EN LA QUE TRABAJA, LOGRANDO UN ENLACE ÓPTIMO ENTRE ÉSTA Y EL CLIENTE EN FORMA CREATIVA Y PRODUCTIVA. PUEDE OPERAR EN DISTINTOS MERCADOS Y ENTORNOS CULTURALES CON PLENA CAPACIDAD DE INVESTIGAR, DISEÑAR, ORGANIZAR, IMPLEMENTAR, DIRIGIR Y AUDITAR LAS VARIABLES QUE INFLUYEN EN EL MERCADO: LOS PRODUCTOS, LOS PRECIOS, LA PROMOCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN. EL RESULTADO SERÁ EL MANEJO ADECUADO DE ESTAS VARIABLES, DE UNA MANERA SOCIALMENTE RESPONSABLE, FUNDAMENTADO EN CONOCIMIENTOS TEÓRICO-PRÁCTICOS QUE ASEGUEN EL RENDIMIENTO OCUPACIONAL.

Objeto de estudio:

EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL EL MARKETING ESTUDIA LA CONFIGURACIÓN DE LOS BIENES (PRODUCTOS O SERVICIOS) QUE BUSCAN MEJORAR EL INTERCAMBIO Y BENEFICIO MUTUO QUE SE DESARROLLA ENTRE LAS DOS PARTES QUE INTERVIENEN EN LOS DIFERENTES ENCUENTROS ENTRE EMPRESA Y LOS MERCADOS QUE ATIENDE CON ACTIVIDADES Y PROCESOS QUE SON LLEVADOS A CABO PARA CUBRIR DEMANDAS, DESEOS Y NECESIDADES DE UN INDIVIDUO O DE UN GRUPO, LLEVANDO ESTOS EL NOMBRE DE MERCADO, ES DECIR, SE ENCARGA DE LLEVAR, TRANSMITIR E INTERCAMBIAR UN VALOR POR OTRO DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE UN MERCADO, SIENDO ESTE ESTUDIADO PREVIAMENTE APLICANDO TÉCNICAS QUE A TRAVÉS DE ESTUDIOS DE MERCADO INTENTAN LOGRAR EL MÁXIMO BENEFICIO EN LA VENTA DE UN PRODUCTO, ASÍ CONOCER EL TIPO PÚBLICO INTERESADO EN EL PRODUCTO.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

- PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

-PROPUESTAS TECNOLÓGICAS