

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD  
**Siglas:** ITSEP  
**Código sniese:** 2148  
**Tipo de financiamiento:** PARTICULAR AUTOFINANCIADA  
**Sitio web:** NO REGISTRA  
**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:** 2148-550414A01-S-1701  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** PICHINCHA  
**Cantón:** DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
**Ciudad:** QUITO  
**Duración:** 4  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:**16  
**Modalidad:** SEMIPRESENCIAL  
**Valor de la matrícula:** \$ 80,00  
**Valor del arancel:** \$ 800,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SE-19-NO.129-2020  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2020-11-05  
**Año de aprobación:** 2020  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2025-11-05  
**N° de estudiantes por paralelo:** 30 estudiantes.  
**N° de cohortes:** 2  
**Convenio con otras entidades:**

- LA QABRA TIRA AL MONTE (LQTAM).
- FUNDACIÓN ALIANZA CEIDE ? C&D.
- INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARTICULAR 'DOCTOR GOLEMAN'.
- UNIDAD EDUCATIVA 'COLEGIO LOS ALPES'.
- COLEGIO TÉCNICO ECUADOR.
- EMPRESA VEGA'S MEAT.
- EMPRESA IMBASA.

**N° de horas:** 3.200 Horas.



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

Impresión realizada el: 13-07-2022



**Detalle de la carrera**

**Requisitos de ingreso:**

- BACHILLER DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR O SU EQUIVALENTE EN EL EXTRANJERO.
- TÍTULO DE BACHILLER O ACTA DE GRADO ORIGINAL.
- CÉDULA DE CIUDADANÍA.
- PAPELETA DE VOTACIÓN.
- 2 FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNET.

**Objetivo general:**

FORMAR PROFESIONALES TECNÓLOGOS SUPERIORES EN MARKETING, CON FORMACIÓN CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA Y HUMANÍSTICA CON COMPETENCIAS ORIENTADAS HACIA EL MARKETING DIGITAL Y DESARROLLO EN LA DIRECCIÓN DE LA MERCADOTECNIA, GENERADORES DE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICANDO, ANALIZANDO E IMPLEMENTANDO TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING DE CONTENIDOS, MARKETING WEB 2.0 Y 3.0 CON UNA ALTO ENFOQUE EN EL MARKETING VIRAL Y PARA LA CREACIÓN Y GENERACIÓN DE SUS EMPRENDIMIENTOS DESDE EL MARKETING PARA RESPONDER A LOS RETOS DEL MERCADO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL Y CON UNA ÉTICA DISTINTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA MITIGACIÓN DE CARENCIAS ORGANIZACIONALES DEL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO ECUATORIANO.

**Perfil de ingreso:**

PARA EL INGRESO DE NUEVOS ESTUDIANTES AL ITSEP QUE QUIEREN ESTUDIAR LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DEBE CUMPLIR EL SIGUIENTE PERFIL:

APTITUDES

- ADECUADA COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA.
- ADECUADA REDACCIÓN Y COMPRENSIÓN LECTORA.
- POSEER HABILIDADES DE RAZONAMIENTO LÓGICO Y MATEMÁTICO.
- LIDERAZGO CIUDADANO CRÍTICO Y RESPONSABLE SOCIALMENTE.
- CONVIVENCIA ARMÓNICA EN EL MARCO DE LOS DERECHOS, RESPETO A LA DIVERSIDAD Y LA INTERCULTURALIDAD.

ACTITUDES:

- RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA. ADEMÁS, PLANIFICAR, RESOLVER PROBLEMAS Y TOMAR DECISIONES.
- COMUNICARSE EFECTIVAMENTE; COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE (ORAL Y ESCRITO) TANTO EN LA LENGUA PROPIA COMO EN UNA LENGUA EXTRANJERA.
- ACCEDER A LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DE MANERA CRÍTICA, INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, REVISAR, AUTOCRITICARSE Y AUTOCORREGIRSE PARA CONTINUAR APRENDIENDO SIN NECESIDAD DE DIRECTRICES EXTERNAS.
- EMPRENDEDORA, CREATIVA, CRÍTICA, ANALÍTICA, ÉTICA Y TRABAJO EN EQUIPO.
- EL MANEJO DE NORMAS ÉTICAS, PRINCIPIOS DE CONVIVENCIA Y RESPETO A LA CULTURA, LA NATURALEZA Y LOS DEMÁS.
- DOMINIO, UTILIZACIÓN E INTERÉS POR LAS NUEVAS TIC'S, TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.
- DISPONIBILIDAD PARA ESTUDIAR, ENTENDER Y ADAPTARSE A OTRAS CULTURAS, TECNOLOGÍAS Y REALIDADES MUNDIALES.

**Perfil de egreso:**

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELATIVOS A HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS, CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS SON NECESARIOS PARA EL FUTURO EJERCICIO DEL PROFESIONAL?

APLICA UN ENFOQUE AMPLIO E INTEGRADO QUE RECONOCE EL ALCANCE Y LA INTERDEPENDENCIA DE LOS EFECTOS QUE PRODUCEN LAS ACTIVIDADES DEL MARKETING A TRAVÉS DEL MARKETING HOLÍSTICO QUE INCLUYA EL MARKETING RELACIONAL, EL MARKETING INTEGRADO, EL MARKETING INTERNO Y EL MARKETING SOCIAL.

FOMENTA EL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE SU PROPIA EMPRESA PARA MEJORAR SU CALIDAD DE VIDA Y GENERAR EMPLEO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIOS PARA OFRECER UNA MEJOR IMAGEN CORPORATIVA.

APLICA LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING EN LAS RESPECTIVAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA UN DEPARTAMENTO DE MARKETING PARA LA CONSECUCCIÓN DEL DESARROLLO Y LA LEALTAD DE MARCA, VALOR DE MARCA, VALOR PARA EL CLIENTE Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL OBJETIVO DE RETENER Y ATRAER CLIENTES PARA LOGRAR ESTABILIDAD Y ÉXITO ORGANIZACIONAL.

DESARROLLA LA MEZCLA DEL MARKETING COMO ESTRATEGIA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS NACIONALES E INTERNACIONALES, ASÍ COMO ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL.

DISEÑA ACTIVIDADES PARA EJECUTAR PROGRAMAS DE MARKETING, ASÍ COMO INTEGRARLOS PARA CREAR, COMUNICAR Y ENTREGAR UN VALOR A LOS CLIENTES A TRAVÉS DEL MARKETING INTEGRADO.

DISEÑA Y REALIZA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA DEFINIR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE AL PRODUCTO Y/O SERVICIO A OFRECER.

GESTIONA EL PROCESO DEL DISEÑO ESTRATÉGICO Y DESARROLLO DEL ÁREA DE MARKETING CON TALENTO HUMANO CALIFICADO.

APLICA UN ADECUADO SERVICIO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DEL MARKETING INTERNO PARA CONTRATAR, ENTRENAR Y MOTIVAR AL PERSONAL ADECUADO PARA SERVIR A LOS CLIENTES.

COORDINA TODAS SUS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE ACTIVIDADES DEL MARKETING QUE RESPONDAN A LA NECESIDAD DE LOS CLIENTES DE ENCONTRAR PRODUCTOS O SERVICIOS QUE NO SÓLO SATISFAGAN SUS NECESIDADES Y DESEOS, SINO QUE GENEREN UN VALOR AGREGADO CON EL FIN DE SOBREPASAR SUS EXPECTATIVAS.

APLICA HERRAMIENTAS INNOVADORAS DE MARKETING WEB 2.0, Y 3.0 DESDE LAS REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA PRODUCIR INCREMENTOS EXPONENCIALES EN 'NOMBRE DE MARCA', EN EL CAMPO EMPRESARIAL Y SUS RESPECTIVOS EMPRENDIMIENTOS PERSONALES.

APLICA EL MARKETING DIGITAL Y LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS WEB 2.0 Y 3.0 PARA LAS ACTIVIDADES DEL MARKETING EN EL CAMPO EMPRESARIAL Y SUS RESPECTIVOS EMPRENDIMIENTOS PERSONALES.

OPERA LA GEO TECNOLOGÍA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL APOYO A LA GESTIÓN DEL MARKETING Y CON RESPETO DEL MARCO LEGAL VIGENTE.

DESARROLLA PROCESOS INICIALES DE PROYECTOS PARA EL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN A TRAVÉS DE MECANISMOS QUE PERMITAN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS REFERIDOS A LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN EL CONTEXTO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.

REALIZA PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO COMO CONSTRUCTORES DE SU PROPIA EMPRESA APLICANDO ESTRATEGIAS DE MARKETING Y POSICIONARSE EN EL MERCADO Y REGULADOS CON EL MARCO LEGAL VIGENTE.

¿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?

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON EL MANEJO DE MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO QUE VAN A GARANTIZAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR DE MARKETING PODEMOS APRECIAR LOS SIGUIENTES APRENDIZAJES:

- APRENDIZAJE RESOLVIENDO PROBLEMAS DE LA VIDA Y DE LA PROFESIÓN.
- APRENDIZAJE DESARROLLANDO PROYECTOS DE INNOVACIÓN-CREACIÓN.
- APRENDIZAJE A TRAVÉS DEL DOMINIO Y UTILIZACIÓN DE LAS TICS COMO MEDIO PARA FACILITAR Y OPTIMIZAR LA CAPACIDAD DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES.

¿CÓMO EL FUTURO PROFESIONAL CONTRIBUYE 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 REGLAMENTO DE RÉGIMEN ACADÉMICO ESTIPULA PARA EL APRENDIZAJE INTERCULTURAL Y EL DIÁLOGO DE SABERES EN LA FORMACIÓN TECNOLÓGICA SUPERIOR O SUS EQUIVALENTES QUE LA INTERCULTURALIDAD PODRÁ ARTICULARSE MEDIANTE LAS SIGUIENTES ESTRATEGIAS:

LA CONTEXTUALIZACIÓN DEL APRENDIZAJE, EL RECONOCIMIENTO DE LA DIVERSIDAD CULTURAL EN LA EXPERIENCIA EDUCATIVA, Y LA REFERENCIA A CONOCIMIENTOS PERTENECIENTES A DIVERSAS COSMOVISIONES Y EPISTEMOLOGÍAS O MIRADAS DIFERENTES DE OTROS GRUPOS SOCIOCULTURALES (DE GÉNERO, GRUPOS ETARIOS, ETNIAS Y OTROS GRUPOS CULTURALES) EN ASIGNATURAS Y CURSOS; Y, LA EXISTENCIA DE UN ACERVO INTELECTUAL ORGANIZADO, PRÁCTICO O TEÓRICO, QUE PERMITA EL DIÁLOGO DE SABERES.

LA CREACIÓN DE ASIGNATURAS Y CURSOS ESPECÍFICOS, DENTRO DE UNA CARRERA Y PROGRAMA ACADÉMICO, MEDIANTE LA ORGANIZACIÓN CURRICULAR DEL APRENDIZAJE SOBRE SABERES ANCESTRALES, ITINERARIOS CULTURALES Y OTRAS CULTURAS SIEMPRE QUE SEA POSIBLE Y PERTINENTE.

LA GENERACIÓN DE MODELOS EDUCATIVOS INTERCULTURALES INTEGRALES, A TRAVÉS DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CARRERAS, PROGRAMAS ACADÉMICOS O DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR. EL ENFOQUE DE INTERCULTURALIDAD SE REFLEJA SOBRE TODO EN LA CREACIÓN DE ASIGNATURAS ESPECÍFICAS Y LA INCLUSIÓN DE CONTENIDOS RELACIONADOS CON LA EXPRESIÓN CORPORAL, LENGUA DE LA NACIONALIDAD, COMUNICACIÓN CON LA FAMILIA, CUIDANDO AL CUIDADOR Y RIESGO Y EMERGENCIA EN EL CURRÍCULO. ESTE TEMA APORTA A LA CONSECUCCIÓN DE LAS COMPETENCIAS SOCIALES DE LOS PROFESIONALES Y SU FORMACIÓN CRÍTICA E INTERCULTURAL, ADEMÁS DE QUE RESPONDE A LAS PROBLEMÁTICAS PLANTEADAS INICIALMENTE, RELACIONADAS CON TEMAS SOCIOECONÓMICOS, CULTURALES, DE ORGANIZACIÓN, LIDERAZGO, ÉTICA Y TRABAJO. EN ESTE SENTIDO, EN LA MALLA CURRICULAR SE PODRÁ OBSERVAR LA TRANSVERSALIDAD DEL ENFOQUE INTERCULTURAL, POR LO REGULAR EN LAS ASIGNATURAS DESCRITAS EN EL CAMPO DE INTEGRACIÓN DE SABERES, CONTEXTOS Y CULTURA.

EL ENFOQUE INTERCULTURAL Y DIÁLOGO DE SABERES SE REFLEJA TANTO EN LA ESTRUCTURA DEL REDISEÑO CURRICULAR COMO EN LA ESTRUCTURACIÓN DE LA MALLA, Y EL CONTENIDO DE LAS ASIGNATURAS, ATRAVIESA POR TANTO COMO UN EJE TRANSVERSAL CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DEL CURRÍCULO.

¿CUÁLES SON LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, EN EL MARCO DEL DIÁLOGO DE SABERES, LA INTERCULTURALIDAD, EL PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO Y EL RESPETO A LOS DERECHOS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE OFRECE LA CARRERA/PROGRAMA?

- POLÍTICAS DE PERMANENCIA Y PROMOCIÓN ESTUDIANTIL Y POLÍTICAS PARA POTENCIAR LA DIVERSIDAD Y EL APRENDIZAJE INTERCULTURAL.
- POLÍTICAS AFIRMATIVAS.
- POLÍTICAS DE PERMANENCIA.

- POLÍTICAS INSTITUCIONALES DE PROMOCIÓN ESTUDIANTIL.

**Objeto de estudio:**

LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ES RELACIONADA CON LA FORMA EN QUE LA PROFESIÓN RESPONDE A LAS NECESIDADES DEL SECTOR EN EL QUE SE DESARROLLA. LA FORMACIÓN DEL TECNÓLOGO ES EL RESULTADO DE UNA COMBINACIÓN ÓPTIMA DE APRENDIZAJE DEL SABER, SABER HACER Y SABER SER, COMO CARRERA SE GENERA EN LOS ESTUDIANTES CONCIENCIA, HABILIDADES TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS, PARA DAR RESPUESTA A LAS NECESIDADES DE EMPRESAS PÚBLICA O PRIVADA, SE HA IDENTIFICADO QUE ESTOS SECTORES NECESITAN DE PROFESIONALES CALIFICADOS QUE APORTEN EN EL MEJORAMIENTO DE IMPLEMENTAR TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE VANGUARDIA DEL MARKETING GLOBALIZADO ASÍ COMO LA APLICACIÓN DE SUS NUEVAS TENDENCIAS PARA SU POSICIONAMIENTO EFECTIVO DE LAS EMPRESAS, DENTRO DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL Y ASÍ APORTAR AL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL PAÍS. LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES TECNÓLOGOS EN MARKETING COMPETENTES Y COMPETITIVOS, EMPRENDEDORES, CRÍTICOS, CREATIVOS, INNOVADORES, RESPONSABLES CON DESTREZAS, HABILIDADES, ÉTICA Y CONTRIBUIR CON LOS DESAFÍOS DEL MERCADO COMERCIAL, PRODUCTIVO.

**Modalidad titulación:**

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.  
- EXAMEN COMPLEXIVO