

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO INTERNACIONAL ITI
Siglas: ITI
Código sniese: 3006
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: 3006-550414A01-L-1701
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: QUITO
Duración: 4
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:18
Modalidad: EN LÍNEA
Valor de la matrícula: \$ 72,00
Valor del arancel: \$ 727,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-08-NO.227-2021
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2020-05-05
Año de aprobación: 2020
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2025-05-05
N° de estudiantes por paralelo: 50 estudiantes.
Convenio con otras entidades:

- CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN - CCE.

- HOGAR DEL NIÑO SAN VICENTE DE PAÚL.

- FUNDACIÓN IRFEYAL INSTITUTO RADIOFÓNICO FE Y ALEGRÍA.

- GREENTREK TURISMO CIA. LTDA

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:

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

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES TECNÓLOGOS SUPERIORES EN MARKETING CON FORMACIÓN CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA Y HUMANÍSTICA CON COMPETENCIAS PARA LA CREACIÓN Y GENERACIÓN DE SUS EMPRENDIMIENTOS, EN DESARROLLO Y DIRECCIÓN DE LA MERCADOTECNIA, GENERADORES DE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICANDO, ANALIZANDO E IMPLEMENTANDO ESTRATEGIAS DE MARKETING 2.0 Y 3.0 CON UNA ALTO ENFOQUE EN EL MARKETING VIRAL Y DIGITAL 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:

UN TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA, ITI, UNA VEZ CONCLUIDA SU FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL, TENDRÁ EL SIGUIENTE PERFIL:

- APLICA LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING EN LAS RESPECTIVAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA UN DEPARTAMENTO DE MARKETING PARA LA CONSECUCCIÓN DE 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.
- 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 SENSORIAL, EL MARKETING INTEGRADO, EL MARKETING INTERNO Y EL MARKETING SOCIAL.
- 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.
- 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 LAS TÉCNICAS DE MARKETING2.0, MARKETING 3.0 DESDE LAS REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA PRODUCIR INCREMENTOS EXPONENCIALES EN "NOMBRE DE MARCA EMPRENDIMIENTOS PERSONALES.
- APLICA EL MARKETING DIGITAL Y LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS WEB 2.0 PARA LAS ACTIVIDADES DEL MARKETING EN EL CAMPO EMPRESARIAL Y SUS RESPECTIVOS EMPRENDIMIENTOS PERSONALES.
- OPERA LA GEOTECNOLOGÍA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) PARA EL APOYO A LA GESTIÓN DEL MARKETING.
- GESTIONAR PROCESOS INICIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO A TRAVÉS DE MECANISMOS QUE PERMITAN LA SOLUCIÓN

DE PROBLEMAS REFERIDOS A LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN EL CONTEXTO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.

Perfil de egreso:

UN TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING DEL EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA, ITI, UNA VEZ CONCLUIDA SU FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL TENDRÁ EL SIGUIENTE PERFIL:

- APLICAR LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING EN LAS RESPECTIVAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA UN DEPARTAMENTO DE MARKETING PARA LA CONSECUCCIÓN DE 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.
- APLICAR 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 SENSORIAL, EL MARKETING INTEGRADO, EL MARKETING INTERNO Y EL MARKETING SOCIAL.
- DISEÑAR ACTIVIDADES PARA EJECUTAR PROGRAMAS DE MARKETING ASÍ COMO INTEGRARLOS PARA CREAR, COMUNICAR Y ENTREGAR UN VALOR A LOS CLIENTES A TRAVÉS DEL MARKETING INTEGRADO.

- APLICAR 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.

- COORDINAR 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.

- APLICAR LAS TÉCNICAS DE MARKETING 2.0, MARKETING 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.

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

- OPERAR LA GEOTECNOLOGÍA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL APOYO A LA GESTIÓN DEL MARKETING.

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

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 ESTRATEGIAS DE VANGUARDIA DEL MARKETING 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:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA.

- PROYECTOS INTEGRADORES.

- MODELO DE NEGOCIOS.