

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CEMPLAD  
**Siglas:** ITSCE  
**Código sniese:** 2277  
**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 SUPERIO EN MARKETING  
**Título que otorga:** TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MERCADOTECNIA  
**Codificación:** 2277-550414A01-A-1701  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** PICHINCHA  
**Cantón:** DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
**Ciudad:** QUITO  
**Duración:** 4  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Modalidad:** A DISTANCIA  
**Valor de la matrícula:** \$ 80,00  
**Valor del arancel:** \$ 800,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SO-08-NO.227-2021  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2019-12-13  
**Año de aprobación:** 2019  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2024-12-13  
**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
- COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD O PASAPORTE
- COPIA A COLOR DEL CERTIFICADO DE VOTACIÓN, ACTUALIZADO
- DOS FOTOS TAMAÑO CARNET A COLOR
- APROBAR LA PRUEBA DE ADMISIÓN
- MANEJAR SUS EMOCIONES EN LA INTERRELACIÓN SOCIAL, ENTABLANDO BUENAS RELACIONES SOCIALES, TRABAJANDO EN GRUPO Y RESOLVIENDO CONFLICTOS DE MANERA PACÍFICA Y RAZONABLE.

**Perfil de ingreso:**

LA CARRERA REQUIERE DE UN MÍNIMO DE REQUISITO DE INGRESO, LOS MISMOS QUE SON:

- CIUDADANOS CON TÍTULO DE BACHILLER TÉCNICO Y BGU. COMPETENCIAS EN MATEMÁTICAS, CULTURA GENERAL, LENGUAJE Y COMUNICACIÓN.
- CIUDADANOS Y CIUDADANAS CON TÍTULO DE BACHILLERES DE SEGUNDA ENSEÑANZA CON COMPETENCIAS BÁSICAS DE LECTURA COMPRENSIVA, LÓGICA MATEMÁTICA, ESPACIAL Y VERBAL.
- PENSAR, RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA.

ADEMÁS: PLANIFICAR, RESOLVER PROBLEMAS Y TOMAR DECISIONES.

- COMUNICARSE EFECTIVAMENTE. COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE PARA COMUNICARSE Y APRENDER. EXPRESARSE ORALMENTE Y POR ESCRITO DE MODO CORRECTO, ADECUADO Y CLARO.
- RAZONAR NUMÉRICAMENTE. CONOCER Y UTILIZAR LA MATEMÁTICA EN LA FORMULACIÓN, ANÁLISIS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS, ASÍ COMO EN EL DESARROLLO DEL RAZONAMIENTO LÓGICO.
- UTILIZAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) PARA BUSCAR Y COMPRENDER LA REALIDAD CIRCUNDANTE, RESOLVER PROBLEMAS, TENER ACCESO A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y MANIFESTAR SU CREATIVIDAD, EVITANDO LA APROPIACIÓN Y USO INDEBIDO DE LA INFORMACIÓN.
- COMPRENDER SU REALIDAD NATURAL. COMPRENDER SU REALIDAD NATURAL A PARTIR DE LA EXPLICACIÓN DE LOS FENÓMENOS FÍSICOS, QUÍMICOS Y BIOLÓGICOS CON APOYO DEL MÉTODO CIENTÍFICO, LO CUAL PERMITIRÁ QUE EL ESTUDIANTE PARTICIPE DE MODO PROACTIVO Y RESUELVA PROBLEMAS RELACIONADOS CON EL ÁMBITO NATURAL, RESPETANDO LOS ECOSISTEMAS Y EL AMBIENTE.
- REGIRSE POR PRINCIPIOS ÉTICOS-MORALES, QUE LE PERMITAN SER UN BUEN CIUDADANO O CIUDADANA: CUMPLIENDO CON SUS DEBERES, RESPETANDO Y HACIENDO RESPETAR SUS DERECHOS, ADEMÁS DE GUIARSE POR LOS PRINCIPIOS DE RESPETO (A LAS PERSONAS Y AL MEDIO AMBIENTE), RECONOCIENDO LA INTERCULTURALIDAD, LA DEMOCRACIA, LA PAZ, LA IGUALDAD, LA TOLERANCIA, LA INCLUSIÓN, EL PLURALISMO (SOCIAL Y CULTURAL), LA RESPONSABILIDAD, LA DISCIPLINA, LA INICIATIVA, LA AUTONOMÍA, LA SOLIDARIDAD, LA COOPERACIÓN, EL LIDERAZGO, EL COMPROMISO SOCIAL Y EL ESFUERZO.
- MANEJAR SUS EMOCIONES EN LA INTERRELACIÓN SOCIAL.

- MANEJAR ADECUADAMENTE SUS EMOCIONES, ENTABLANDO BUENAS RELACIONES SOCIALES, TRABAJANDO EN GRUPO Y RESOLVIENDO CONFLICTOS DE MANERA PACÍFICA Y RAZONABLE.

**Perfil de egreso:**

EL GRADUADO DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING, SERÁ CAPAZ DE DIRIGIR CON LIDERAZGO Y EXCELENCIA CADA UNO DE LOS ESCENARIOS DONDE BRINDE SUS SERVICIOS, DEMOSTRANDO DOMINIO DE SUS COMPETENCIAS PROFESIONALES.

EL DESEMPEÑO DE LOS ESTUDIANTES ES LA REFERENCIA QUE PERMITE DETALLAR DE MANERA OBJETIVA EL EJERCICIO PROFESIONAL EN RELACIÓN A CADA ELEMENTO DE SU COMPETENCIA.

A CONTINUACIÓN, SE DETALLAN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA:

1. DESARROLLAR UN PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO, TÁCTICO Y OPERATIVO, EN DISTINTOS ESCENARIOS.
2. MEJORAR E INNOVAR EL PROCESO ADMINISTRATIVO Y DE NEGOCIOS.
3. EJERCER EL LIDERAZGO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS EN LA ORGANIZACIÓN.
4. FORMULAR, EVALUAR Y ADMINISTRAR PROYECTOS DE MERCADEO EN DIFERENTES TIPOS DE ORGANIZACIONES.
5. INTERPRETAR LA INFORMACIÓN CONTABLE FINANCIERA PARA LA TOMA DE DECISIONES.
6. COMPROMISO ÉTICO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL.
7. IDENTIFICAR Y ADMINISTRAR LOS RIESGOS DE NEGOCIOS DE LAS ORGANIZACIONES.
8. FORMULAR Y UTILIZAR SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCA.
9. CAPACIDAD DE APRENDER A APRENDER.
10. DETECTAR OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER NEGOCIOS INNOVADORES/CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO.
11. CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO.

**Objeto de estudio:**

EL MERCADEO COMO UN ALIADOS ESTRATÉGICO AL QUEHACER EMPRESARIAL Y SOCIAL ES VISTO COMO UN PROCESO, ES VISTO COMO UNA INTERACCIÓN Y ACTIVIDAD HUMANA QUE FRECUENTEMENTE DE EXPRESA EN LA TOMA DE DECISIONES Y EN EL MANEJO SOBRE RECURSOS COMO UN SISTEMA DE PROCESOS PLANIFICADOS, ORGANIZADOS, CON UNA DIRECCIÓN CLARA, COORDINADA Y CON UN CONTROL QUE LLEVA A LA OBJETIVACIÓN CONCRETA DE LOS RESULTADOS QUE LAS EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PROBADAS QUIEREN CUMPLIR, EN EL TIEMPO PRESENTE CON AFIRMACIONES FUTURAS, APRENDIENDO QUE LAS EXPERIENCIAS PASADAS (RAMÍREZ, 2016).

LA CIENCIA DEL MERCADEO SIN DUDA, ES UN ASUNTO MUY FLEXIBLE, QUE REQUIERE EL RECONOCIMIENTO CLARO QUE SE CORRESPONDE A UN ELEMENTO DE CARÁCTER HUMANO.

EL HECHO DE 'PLANEAR, ORGANIZAR, DIRIGIR, COORDINAR Y CONTROLAR' CLÁSICAMENTE HA SIDO CONOCIDO COMO LA TEORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN, PERO TAMBIÉN SON PARTE DEL QUEHACER DE UN MERCADÓLOGO. PROCESO QUE TIENEN MUCHO QUE APRENDERSE DEL PASADO, PRESENTE Y SE CONOCERÁ EN EL FUTURO. EL PROCESO ES TAN VIEJO Y TAN ACTUAL COMO LA PRIORIDAD DE LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES HUMANAS EN CADA CONTEXTO PARTICULAR Y AHORA AFIRMANDO CON UN ENFOQUE GLOBAL.