

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

Impresión realizada el: 13-07-2022



Detalle de la carrera

IES: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ESPAÑA
Siglas: ITSE
Código sniese: 2217
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/A SUPERIOR EN MARKETING
Codificación: 550414A01
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: TUNGURAHUA
Cantón: AMBATO
Ciudad: AMBATO
Duración: 5 PERIODOS
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:45
Modalidad: EN LÍNEA
Valor de la matrícula: \$ 50,00
Valor del arancel: \$ 500,00
N° de resolución del CES: RPC-SE-11-NO.107-2020
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2018-06-27
Año de aprobación: 2018
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2023-06-27
N° de estudiantes por paralelo: 50 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
UNIDAD EDUCATIVA "STEPHEN HAWKING
. CENTEBAD
. MUNDO DISPLAY LABORATORIOS

N° de horas: 4.690 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 13-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

TÍTULO O ACTA DE GRADO, ORIGINALES.
CÉDULA DE CIUDADANÍA, IDENTIDAD O PASAPORTE ACTUALIZADOS Y ORIGINALES.
CARNÉ DEL CONADIS (PARA CASOS ESPECIALES)
PAPELETA DE LA ÚLTIMA VOTACIÓN, ORIGINAL.
COMPROBANTE DE PAGO DE LA MATRÍCULA Y DEMÁS ARANCELES.

Objetivo general:

FORMAR TECNÓLOGOS EN MARKETING COMPETENTES CON UNA FORMACIÓN TEÓRICA Y PRÁCTICA; TÉCNICA Y ESTRATÉGICA, CAPACES DE GENERAR SOLUCIONES ORIENTADAS A LIDERAR LA COMPETITIVIDAD DE ORGANIZACIONES, DEMOSTRANDO CAPACIDAD PARA RESPONDER AL MERCADO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL

Perfil de ingreso:

° PENSAR, RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA. ADEMÁS: PLANIFICAR, RESOLVER PROBLEMAS Y TOMAR DECISIONES.
° COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE PARA COMUNICARSE Y APRENDER (TANTO EN EL IDIOMA PROPIO COMO EN UNO EXTRANJERO Y EN UNA LENGUA ANCESTRAL QUIENES ASISTEN A INSTITUCIONES QUE SON PARTE DEL SISTEMA INTERCULTURAL BILINGÜE). EXPRESARSE ORALMENTE Y POR ESCRITO DE MODO CORRECTO, ADECUADO Y CLARO. ADEMÁS, PARTICIPAR DE LA LITERATURA Y OTRAS ARTES COMO UNA FORMA DE EXPRESARSE Y EXPLORAR EL MUNDO.
° 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 Y MANIFESTAR SU CREATIVIDAD, EVITANDO LA APROPIACIÓN Y USO INDEBIDO DE LA INFORMACIÓN.
° COMPRENDER EL MUNDO NATURAL A PARTIR DE LA EXPLICACIÓN CIENTÍFICA 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.
° LOS ESTUDIANTES DEBEN INDAGAR SOBRE SU IDENTIDAD, HISTORIA Y ÁMBITO SOCIOCULTURAL, PARTICIPAR DE MANERA ACTIVA EN LA SOCIEDAD, Y RESOLVER PROBLEMAS Y PROPONER PROYECTOS DENTRO DE SU ÁMBITO SOCIOCULTURAL; LO CUAL IMPLICA APRENDER SOBRE SISTEMAS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES A NIVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, Y UTILIZAR ESTOS CONOCIMIENTOS EN SU VIDA COTIDIANA.
° REGIRSE POR PRINCIPIOS ÉTICOS QUE LE PERMITAN SER UN BUEN CIUDADANO: CUMPLIR CON SUS DEBERES Y CONOCER Y HACER RESPETAR SUS DERECHOS, ADEMÁS DE GUIARSE POR LOS PRINCIPIOS DE RESPETO (A LAS PERSONAS Y AL AMBIENTE), RECONOCIMIENTO DE LA INTERCULTURALIDAD, DEMOCRACIA, PAZ, IGUALDAD, TOLERANCIA, INCLUSIÓN, PLURALISMO (SOCIAL Y CULTURAL), RESPONSABILIDAD, DISCIPLINA, INICIATIVA, AUTONOMÍA, SOLIDARIDAD, COOPERACIÓN, LIDERAZGO, COMPROMISO SOCIAL Y ESFUERZO.
° MANEJAR ADECUADAMENTE SUS EMOCIONES, ENTABLAR BUENAS RELACIONES SOCIALES, TRABAJAR EN GRUPO Y RESOLVER CONFLICTOS DE MANERA PACÍFICA Y RAZONABLE.
° ENTENDER Y PRESERVAR SU SALUD FÍSICA, MENTAL Y EMOCIONAL, LO CUAL INCLUYE SU ESTADO PSICOLÓGICO, NUTRICIÓN, SUEÑO, EJERCICIO, SEXUALIDAD Y SALUD EN GENERAL.
° SER PROACTIVO Y CAPAZ DE CONCEBIR Y GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO, SOCIAL O

CULTURAL, ÚTILES PARA LA SOCIEDAD. ADEMÁS, FORMULAR SU PLAN DE VIDA Y LLEVARLO A CABO.
° ACCEDER A LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DE MANERA CRÍTICA: INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, REVISAR, AUTOCRITICARSE Y AUTOCORREGIRSE PARA CONTINUAR APRENDIENDO SIN NECESIDAD DE DIRECTRICES EXTERNAS. ADEMÁS, DISFRUTAR DE LA LECTURA Y LEER DE MANERA CRÍTICA Y CREATIVA.
*PERFIL QUE GARANTIZA LA EDUCACIÓN MEDIA A TRAVÉS DE LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE BACHILLE

Perfil de egreso:

EL EGRESADO DE LA CARRERA DE MARKETING COMPRENDE LA INFORMACIÓN TEXTUAL Y PARATEXTUAL, RECONOCE CÓMO EXPRESAR MEJOR LAS IDEAS DE LOS AUTORES DE LAS ÁREAS DE LA PROFESIÓN, CON LA EVIDENCIA DE UN ALTO DESARROLLO COGNITIVO, PROCEDIMENTAL Y ACTITUDINAL. EXPLICA LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA ADMINISTRACIÓN, EL MARKETING, LA CONTABILIDAD, LAS FINANZAS, LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO. RESUELVE LA PROBLEMÁTICA DE LOS NEGOCIOS DE ACUERDO A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL PERFIL DEL COMERCIO GLOBAL. ANALIZA EL MEDIO AMBIENTE DEL MARKETING CON UN ESPÍRITU CREATIVO E INNOVADOR. UTILIZA LOS PROCESOS DE MARKETING ACTUALES PARA PENETRAR Y PERNANECER CON ÉXITO EN LOS MERCADOS. INTERPRETA EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR INCLUYENDO TODOS LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMPRA. IDENTIFICA LOS RETOS QUE IMPLICA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE MERCADOTECNIA Y LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN DISEÑO DE MARCAS, PRODUCTOS, FLRJACIÓN DE PRECIOS, MANEJO DE IDENTIDAD CORPORATIVA, DISTRIBUCIÓN Y MEZCLA DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA, PARA LOGRAR EL POSICIONAMIENTO ADECUADO EN EL MERCADO.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING BENEFICIARA A ESTUDIANTES BACHILLERES EN EL CONTEXTO DEL CANTÓN AMBATO Y CANTONES ALEDAÑOS. FORMADOS ACADÉMICAMENTE CON BASES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS QUE LES PERMITIRÁ CONSTITUIRSE EN ACTORES QUE FORTALEZCAN CREATIVAMENTE A LAS MPYMES EN: IDEAR ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS; SACAR VENTAJAS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS COMUNICACIONES; CONSTRUIR EL VALOR DE LAS MARCAS EN UN ENTORNO GLOBALIZADO Y DIGITALIZADO; VALUAR EL POTENCIAL DEL MERCADO Y A DESARROLLAR PRODUCTOS Y SERVICIOS.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

O PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

. ENSAYOS O ARTÍCULOS ACADÉMICOS

. MODELO DE NEGOCIOS

. EMPRENDIMIENTOS

. PROYECTOS TÉCNICOS