

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ESPÍRITU SANTO
Siglas: TES
Código sniese: 2107
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: 2107-550414A01-P-0901
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Ciudad: GUAYAQUIL
Duración: 5
Periodo académico: ORDINARIO
Modalidad: HÍBRIDA
Valor de la matrícula: \$ 50,00
Valor del arancel: \$ 1.440,00
N° de resolución del CES: RPC-SE-11-No.107-2020
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2019-10-15
Año de aprobación: 2019
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2024-10-15
N° de estudiantes por paralelo: 25 estudiantes.
Convenio con otras entidades:
- ASESORA LAIBENGUE, CENTRO DE NEGOCIO.

- BIG CHOICE GROUP.

- CAPACITES, ENTRENANDO A GRANDES EJECUTIVOS

N° de horas: 3.600 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 13-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- TÍTULO DE BACHILLER O APROBAR EL PROCESO DE CONVALIDACIÓN DE MATERIAS PARA ESTUDIANTES DE OTROS CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE ACUERDO AL MARCO LEGAL VIGENTE. EN EL CASO DE LOS TÍTULOS DE BACHILLER, OBTENIDO EN EL EXTRANJERO DEBE ESTAR RECONOCIDO O EQUIPARADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.
- EL PROMEDIO DE GRADUACIÓN DEBE SER IGUAL O SUPERIOR A 7
- COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD
- PARTIDA DE NACIMIENTO ORIGINAL.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN MARKETING, CON HABILIDAD PRODUCTIVA, BASADOS EN EL CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN, INVESTIGACIÓN, COMUNICACIÓN, LA GESTIÓN COMERCIAL MERCADEO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS, TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y HERRAMIENTAS GERENCIALES, GENERANDO ASÍ PRODUCTOS COMERCIALES QUE SATISFAGAN LA NECESIDADES DE LOS CLIENTES EN CUALQUIER CONTEXTO. CON UN PENSAMIENTO SISTÉMICO Y REFLEXIVO, EN FUNCIÓN DE LA DEMANDA LABORAL, SOCIAL, RESPETANDO LA INTERCULTURALIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE, CON INTEGRIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL, ALINEADOS A LOS PLANTEAMIENTOS DEL BUEN VIVIR.

Perfil de ingreso:

EL ASPIRANTE A LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN MARKETING PUEDE INGRESAR DESDE CUALQUIER ÁMBITO: BACHILLERATO EN CIENCIAS O BACHILLERATO TÉCNICO TENIENDO COMO ELEMENTOS DE SU PERFIL DE INGRESOS LOS SIGUIENTES:

ELEMENTOS DEL PERFIL DE INGRESO

CONOCIMIENTOS

CONTABILIDAD: CONOCIMIENTOS A NIVEL DE BACHILLERATO

INFORMÁTICA: APLICACIONES INFORMÁTICAS BÁSICAS: PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, BASE DE DATOS.

APTITUDES Y CAPACIDADES BÁSICAS

RAZONAMIENTO LÓGICO: CAPACIDAD PARA ENTENDER LA RELACIONES ENTRE LOS HECHOS Y ENCONTRAR LAS CAUSAS QUE LOS PRODUJERON, PREVER CONSECUENCIAS Y ASÍ PODER RESOLVER PROBLEMAS DE UNA MANERA COHERENTE.

CAPACIDAD DE PERCEPCIÓN: CAPACIDAD PARA ADQUIRIR CONOCIMIENTO DEL MUNDO QUE NOS RODEA POR MEDIO DE LAS IMPRESIONES QUE TRANSMITEN LOS SENTIDOS. PERCEPCIÓN VISUAL DE FORMAS Y DETALLES DESDE DISTINTAS DISTANCIAS Y ESPACIOS.

CAPACIDAD DE ATENCIÓN Y CONCENTRACIÓN: CAPACIDAD DE CENTRAR LA ATENCIÓN VOLUNTARIAMENTE SOBRE UN OBJETO O UNA ACTIVIDAD QUE SE ESTÁ REALIZANDO DEJANDO FUERA DEL PROCESO, HECHOS QUE OCURREN ALREDEDOR COMO SONIDOS Y RUIDOS DEL AMBIENTE.

PERSONALIDAD

ABIERTO Y CREATIVO: DISPUESTO A COOPERAR, LE GUSTAN LAS TAREAS QUE EXIGEN CONTACTOS CON LA GENTE Y LA RELACIÓN SOCIAL Y QUE EXIGEN TRABAJO EN EQUIPO, POCO TEMEROSO DE LAS CRÍTICAS Y PUEDE LLEGAR A SER EXCELENTE NEGOCIADOR. LÍDER: MUY SEGURO DE SÍ MISMO, DE MENTALIDAD INDEPENDIENTE, LE GUSTA EL PROTAGONISMO, Y DIRIGIR UN GRUPO.

RESPONSABLE: PREPARADO PARA HACER LAS COSAS CORRECTAMENTE, CENTRADO EN EL TRABAJO, PERSEVERANTE A LA HORA DE RESPONDER ANTE GRANDES RETOS DISPUESTO A AFRONTAR DIVERSAS SITUACIONES DEL ENTORNO.

PRAGMÁTICO: CENTRADO EN LOS PROBLEMAS PRÁCTICOS, SERENO EN LA TOMA DE DECISIONES FRENTE A

SITUACIONES DE EMERGENCIA.

DINÁMICO: EMPRENDEDOR, LUCHADOR, CON CURIOSIDAD POR LOS NUEVOS AVANCES, DISPUESTO A LA ACCIÓN.

Perfil de egreso:

EL TECNÓLOGO EN MARKETING DEL TECNOLÓGICO ESPÍRITU SANTO ES UN PROFESIONAL INTEGRAL CON FORMACIÓN HUMANA, ÉTICA Y CON RESPONSABILIDAD SOCIAL.

ENTIENDE EL MARKETING COMO UN PROCESO SISTÉMICO, Y CONOCE DE LAS FUNCIONES DEL MERCADOTECNISTA QUE LE LLEVARÁN A PLANTEAR, EVALUAR, ANALIZAR E IDENTIFICAR LAS NECESIDADES Y DESEOS DEL MERCADO CON PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN, INTEGRACIÓN Y CONTROL DE LAS FUNCIONES DE MERCADOTECNIA, LOGRANDO UN ENLACE ÓPTIMO ENTRE LA ORGANIZACIÓN Y EL CONSUMIDOR EN FORMA CREATIVA Y PRODUCTIVA.

- IDENTIFICAR LOS FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN, EL COMERCIO Y EL MARKETING, COMO BASE TEÓRICA.
- COMUNICARSE DE FORMA ORAL Y ESCRITA Y CON CREATIVIDAD Y ASERTIVIDAD, UTILIZANDO LAS HERRAMIENTAS BÁSICAS DE LA INFORMÁTICA Y PUBLICIDAD.
- EJECUTAR PROGRAMAS Y PROYECTOS CON CONCIENCIA SOCIAL Y SOLIDARIA, EMPÁTICA CONSIGO MISMO Y CON LA SOCIEDAD.
- IDENTIFICAR, SU ENTORNO GEODEMOGRÁFICO, APLICANDO LA FUNDAMENTACIÓN BÁSICA DE LAS HERRAMIENTAS DEL MARKETING ESTABLECIENDO PRECIO A SUS PRODUCTOS Y LA CREACIÓN DE ZONIFICACIÓN, PUNTOS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN.
- RELACIONAR EL MIX DE MARKETING EN LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS UTILIZANDO LOS DIFERENTES MEDIOS COMUNICACIONALES DIGITALES, Y CON ELLO MEJORAR LA SEGMENTACIÓN Y MINA DE INFORMACIÓN QUE CONLLEVE A UNA MEJOR EFECTIVIDAD COMERCIAL.
- DESARROLLAR NUEVOS PRODUCTOS TANTO DE CONSUMO MASIVO, COMO DE SERVICIOS, QUE LE PERMITAN GERENCIAR Y PROMOCIONAR LA MARCA, PERSONIFICANDO LA IDENTIDAD CORPORATIVA, DIRIGIENDO LAS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO APOYÁNDOSE EN LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.
- CONSTRUYAN PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO CON BASE A MODELOS DE NEGOCIOS, UTILIZA LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y GERENCIA EL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO TÁCTICO Y OPERATIVO DE LOS DIVERSOS ESCENARIOS COMERCIALES Y DE VENTAS, QUE PUEDAN SER EVALUADOS CON BASE A SUS RESULTADOS.
- REALIZAR INVESTIGACIONES TANTO CUALI COMO CUANTITATIVAMENTE, QUE LE PERMITAN CONOCER A PROFUNDIDAD LOS MERCADOS IDENTIFICANDO TENDENCIAS Y NECESIDADES DE SUS CONSUMIDORES Y CON ELLO CREAR LAS ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN Y DESARROLLAR DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING FORMA PROFESIONALES PARA QUE SE DESENVUELVAN EN EL ÁREA DE LA ADMINISTRACIÓN, EN UN ÁMBITO DE LA MERCADOTECNIA Y LA PUBLICIDAD, CON UNA FORMACIÓN ACADÉMICA TEÓRICO Y PRÁCTICA, CON CONOCIMIENTOS SUSTENTADOS EN LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS; EL MIX DE MERCADO, EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, LAS ESTRATEGIAS PARA HACER LLEGAR LAS PROMESAS, SEA A NIVEL PUBLICITARIO, COMERCIAL Y CALIDAD DE SERVICIOS, REPRESENTADA POR LA MARCA IDEAL.

LA CARRERA BENEFICIARÁ A JÓVENES PROVENIENTES DEL BACHILLERATO, ASÍ COMO TRABAJADORES DEL CAMPO DEL COMERCIO, EL MARKETING, LAS VENTAS Y LA PUBLICIDAD, SIN TITULACIÓN, INTERESADOS EN CONVERTIRSE EN PROFESIONALES TECNÓLOGOS DEL MARKETING, QUE PERMITAN CONVERTIRSE EN EJECUTORES DE LOS DIFERENTES PLANES ESTRATÉGICOS DE MARKETING PARA ATENDER EL MERCADO Y LOS COMPONENTES DEL SECTOR PRODUCTIVO EN EL CONTEXTO LOCAL, TERRITORIAL Y NACIONAL AJUSTADOS A LAS EXIGENCIAS DE LA SOCIEDAD ECUATORIANA CONTENIDAS EN EL PNBV.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

- ANÁLISIS DE CASOS

- MODELO DE NEGOCIOS

- EMPRENDIMIENTOS