

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LEMAS  
**Siglas:** TECLEMAS  
**Código sniese:** 3020  
**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:** 3020-550414A01-P-0901  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** GUAYAS  
**Cantón:** GUAYAQUIL  
**Ciudad:** GUAYAQUIL  
**Duración:** 4  
**Periodo académico:** ORDINARIO/EXTRAORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:**16  
**Modalidad:** HÍBRIDA  
**Valor de la matrícula:** \$ 100,00  
**Valor del arancel:** \$ 1.000,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SE-11-No.107-2020  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2020-04-22  
**Año de aprobación:** 2020  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2025-04-22  
**N° de estudiantes por paralelo:** 30 estudiantes.  
**N° de cohortes:** 1  
**Convenio con otras entidades:**

FERIAS 360 S. A.

PILLEGI CONSTRUCCIONES CIA LTDA

INNOVASERTE

AGECOLSA S.A

KEVLAR S.A.

UNILEMAS

UNIESCOLAR

**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:**

- FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN
- 1 COPIA LEGIBLE A COLORES DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD O CIUDADANÍA PARA ESTUDIANTES ECUATORIANOS O PASAPORTE PARA ESTUDIANTES EXTRANJEROS.
- 1 FOTO A COLORES TAMAÑO CARNET.
- COPIA NOTARIADA DEL ACTA DE GRADO Y DEL TÍTULO DE BACHILLER, DEBIDAMENTE REFRENDADA PARA ESTUDIANTES GRADUADOS EN EL ECUADOR.
- COPIA NOTARIADA DEL TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DEBIDAMENTE RECONOCIDO O EQUIPARADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN PARA ESTUDIANTES GRADUADOS EN EL EXTRANJERO.
- COPIA DEL CERTIFICADO DE TIPO DE SANGRE.
- CUMPLIR CON LOS REQUISITOS NORMADOS POR EL REGLAMENTO INTERNO DE ADMISIÓN, EL MISMO QUE OBSERVA LOS PRINCIPIOS DE IGUALDAD, OPORTUNIDADES, MÉRITO Y CAPACIDAD PARA LAS PRUEBAS DE ADMISIÓN, ENTRE OTROS.

**Objetivo general:**

FORMAR PROFESIONALES EN MARKETING QUE IDENTIFIQUEN Y ANALICEN EL MERCADO ASÍ COMO DISEÑEN ESTRATEGIAS COMPETITIVAS, MEDIANTE UNA FORMACIÓN EN CONJUNTO QUE COMBINA LOS AMBIENTES DE APRENDIZAJE INSTITUCIONAL Y LOS ESCENARIOS PROFESIONALES REALES, PARA QUE CONTRIBUYAN AL DESARROLLO COMERCIAL DE LAS EMPRESAS.

**Perfil de ingreso:**

EL ESTUDIANTE ASPIRANTE A CURSAR LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DEBE CUMPLIR CON LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS A NIVEL DE BACHILLERATO, MISMO QUE CORRESPONDEN A LOS PARÁMETROS DE LAS PRUEBAS DE ADMISIÓN:

- PENSAR RIGUROSAMENTE. RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA.
- COMUNICACIÓN ASERTIVA. COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE PARA COMUNICARSE Y APRENDER. EXPRESARSE ORALMENTE Y POR ESCRITO, APRECIAR LA LITERATURA Y OTRAS ARTES.
- RAZONAR NUMÉRICAMENTE. CONOCER Y UTILIZAR LA MATEMÁTICA EN LA FORMULACIÓN, ANÁLISIS, SOLUCIÓN DE PROBLEMAS TEÓRICOS - PRÁCTICOS, RAZONAMIENTO LÓGICO.
- UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE FORMA REFLEXIVA Y PRAGMÁTICA. UTILIZAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC).
- ACTUAR COMO CIUDADANO RESPONSABLE. REGIRSE POR PRINCIPIOS ÉTICOS-MORALES, QUE LE PERMITAN SER UN BUEN CIUDADANO O CIUDADANA.
- MANEJAR SUS EMOCIONES EN LA INTERRELACIÓN SOCIAL. ENTABLANDO BUENAS RELACIONES SOCIALES, TRABAJANDO EN GRUPO.
- CUIDAR DE SU SALUD Y BIENESTAR PERSONAL. ENTENDER Y PRESERVAR SU SALUD FÍSICA, MENTAL Y EMOCIONAL.
- EMPRENDER. SER PROACTIVO Y CAPAZ DE CONCEBIR Y GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO, SOCIAL O CULTURAL.
- APRENDER PARA EL RESTO DE SU VIDA. INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, LEER DE MANERA CRÍTICA Y CREATIVA.

**Perfil de egreso:**

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELATIVOS A HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS, CAPACIDADES COGNITIVAS Y

COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS SON NECESARIOS PARA EL FUTURO EJERCICIO DEL PROFESIONAL?

RESULTADO DE APRENDIZAJE EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING?

- APORTA AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, EL MEDIO AMBIENTE, EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y LA PRESERVACIÓN, DIFUSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO DE LAS CULTURAS Y SABERES MEDIANTE LAS APLICACIONES PRÁCTICAS DE SU FORMACIÓN ÉTICA, SU VOCACIÓN DE EMPRENDEDOR, SU CONCIENCIA SOCIAL Y AMBIENTAL, SU EMPATÍA CONSIGO MISMO Y LA SOCIEDAD EN TODAS LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA TANTO EN EL ÁMBITO PROFESIONAL COMO PERSONAL CON UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD, INTERCULTURALIDAD Y PENSAMIENTO UNIVERSAL.

- DEMUESTRA UN MANEJO CON CRITERIO CRÍTICO DE LOS INDICADORES Y VARIABLES QUE COMPONEN LA DISCIPLINA DEL MARKETING, MEDIANTE ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL BASADAS EN EL PENSAMIENTO CRÍTICO QUE SE EVIDENCIA EN SU CAPACIDAD DE INVESTIGACIÓN, REFLEXIÓN, ANÁLISIS, SÍNTESIS Y CONSTRUCCIÓN DE UNA BASE CONCEPTUAL EN LA QUE PRIMAN LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, ENMARCADOS EN UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD, INTERCULTURALIDAD Y PENSAMIENTO UNIVERSAL CRÍTICO Y CREATIVO.

- ELABORA Y/O INTERPRETA PRESUPUESTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN INSTITUCIONES A PARTIR DEL DESARROLLO DE PLANES ESTRATÉGICOS Y OPERATIVOS RELACIONADOS AL ÁREA COMERCIAL.

- REALIZA UNA CORRECTA SEGMENTACIÓN Y UN PROCESO DE METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO, Y MEDIANTE ANÁLISIS CRÍTICO ESTABLECER RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS Y OPERATIVAS.

- ELABORA MODELOS DE PRODUCTOS PARA PONER A PRUEBA LA VIABILIDAD Y LA UTILIDAD DE LOS DISEÑOS ANTES DE LANZARLOS AL MERCADO Y DAR SUSTENTO A PRODUCTOS PUBLICITARIOS MASIVOS, EN LAS EMPRESAS Y ESPACIOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE LOS PRODUCTOS.

- IDENTIFICA LOS CANALES Y/O ZONAS DE DISTRIBUCIÓN PARA ASEGURAR LA UBICACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO EN LOS DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO, EN LOS ESPACIOS NACIONALES E INTERNACIONALES Y LOGRAR SU COMERCIALIZACIÓN.

- IDENTIFICA Y APLICA ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN A FIN DE SATISFACER LAS NECESIDADES DEL MERCADO EN LOS ENTORNOS PRODUCTIVOS

- DESARROLLA ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA GENERAR POSICIONAMIENTO MEDIANTE EL USO DEL INTERNET, LAS REDES SOCIALES Y CON BASE EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

- PLANIFICA Y EJECUTA ACTIVIDADES BTL BELOW THE LINE (DEBAJO DE LA LÍNEA), EMPLEANDO FORMAS DE COMUNICACIÓN NO MASIVAS DIRIGIDAS A UN SEGMENTO ESPECÍFICO, BASADOS EN LA CREATIVIDAD, LA SORPRESA O EL SENTIDO DE OPORTUNIDAD, CREANDO A SU VEZ CANALES NOVEDOSOS PARA COMUNICAR EL MENSAJE DESEADO.

- PROMUEVE INICIATIVAS DE INTRAEMPREDIMIENTO Y EMPRENDIMIENTO BASADAS EN MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO; SIENDO ÉSTAS EVIDENCIABLES A TRAVÉS DEL DESARROLLO Y APLICACIÓN DE PLANES DE MARKETING EN TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR INNOVADORES, QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES LOCALES, REGIONALES O NACIONALES Y APORTEN E IMPULSE EL DESARROLLO DE LOS SECTORES ESTRATÉGICOS QUE SE ENCUENTRAN ESTABLECIDOS EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.

COMPETENCIA PROFESIONAL EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING ES COMPETENTE PARA?

- IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DEL MERCADO PARA SATISFACERLAS.

- ENTENDER LOS CONTEXTOS CULTURALES PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LAS DIVERSAS ESTRATEGIAS DE MARKETING.

- INTERPRETAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR INCLUYENDO TODOS LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMPRA

- EJECUTAR LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN PARA POSICIONAR EL PRODUCTO O SERVICIO EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR.

- EXPLICAR LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE MARKETING. IDENTIFICAR LOS RETOS QUE IMPLICA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE MARKETING.

- ANALIZAR EL MEDIO AMBIENTE DE MARKETING CON UN ESPÍRITU CREATIVO E INNOVADOR.

- IDENTIFICAR LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN DISEÑO DE MARCAS, PRODUCTOS, FIJACIÓN DE PRECIOS, MANEJO DE IDENTIDAD CORPORATIVA, DISTRIBUCIÓN Y MEZCLA DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA, PARA

LOGRAR EL POSICIONAMIENTO ADECUADO EN EL MERCADO.

- UTILIZAR LOS PROCESOS DE MARKETING ACTUALES PARA PENETRAR Y PERMANECER CON ÉXITO EN LOS MERCADOS
- APLICAR LAS ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN PARA LOGRAR POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.
- ESTABLECER CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA MEJORAR LA LOGÍSTICA DE ENTREGA DEL PRODUCTO.
- DISEÑAR E INNOVAR PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL FIN DE SOLVENTAR LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO.
- DESARROLLAR Y EJECUTAR PLANES DE MARKETING TRADICIONAL Y DIGITAL.
- PLANIFICAR ACTIVIDADES DE ACTIVACIÓN DE MARCA A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS BTL (BELOW THE LINE).
- APORTAR CON PROPUESTAS DE INTRAEMPRENDIMIENTO Y EMPRENDIMIENTO ENFOCADAS EN RESOLVER LA PROBLEMÁTICA DE LOS NEGOCIOS, RESPONDIENDO A LAS NECESIDADES LOCALES, REGIONALES O NACIONALES DE ACUERDO A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL COMERCIO GLOBAL.

¿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?

EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING PROMOVERÁ INICIATIVAS DE INTRAEMPRENDIMIENTO Y EMPRENDIMIENTO BASADAS EN MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO; SIENDO ÉSTAS EVIDENCIABLES A TRAVÉS DEL DESARROLLO Y APLICACIÓN DE PLANES DE MARKETING EN TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR INNOVADORES, QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES LOCALES, REGIONALES O NACIONALES Y APORTEN E IMPULSEN EL DESARROLLO DE LOS SECTORES ESTRATÉGICOS QUE SE ENCUENTRAN ESTABLECIDOS EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.

¿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 TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING SERÁ CREATIVO, INNOVADOR, CON SÓLIDOS VALORES Y ÉTICA, CON CONCIENCIA SOCIAL Y AMBIENTAL; TENDRÁ LA CAPACIDAD DE ELABORAR PROYECTOS PARA SÍ MISMO Y PARA TERCEROS, PERMITIÉNDOLE SER UN INTRAEMPRENDEDOR Y EMPRENDEDOR CAPAZ DE CUMPLIR CON UNA GRAN AMPLITUD DE FUNCIONES QUE PUEDE DESARROLLAR ADECUADAMENTE EN LA SOCIEDAD; Y, APORTARÁ DIFUSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO DE LAS CULTURAS Y SABERES AL DESARROLLAR PROYECTOS DE MARKETING QUE PROMUEVAN ACCIONES AFIRMATIVAS EN LOS QUE PRIMEN LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, ENMARCADOS EN UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD, INTERCULTURALIDAD Y PENSAMIENTO UNIVERSAL CRÍTICO Y CREATIVO QUE PROPENDA A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE TODO SER HUMANO EN ARMONÍA DE SU CONTEXTO Y NATURALEZA.

¿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?

MARCO DE ENFOQUE: DERECHOS

PRINCIPIO: MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE SU ENTORNO, RECONOCIDO POR LA CALIDAD DE SU FORMACIÓN, PERTINENCIA, INTEGRALIDAD, ACCESO UNIVERSAL, IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, MOVILIDAD, AUTODETERMINACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DEL PENSAMIENTO Y CONOCIMIENTO, INCLUSIÓN Y NO DISCRIMINACIÓN, SU ÉTICA, SU VOCACIÓN DE EMPRENDEDOR, SU CONCIENCIA SOCIAL Y AMBIENTAL, SU RESPETO POR LA LIBERTAD, ASÍ COMO SU EMPATÍA CONSIGO MISMO Y LA SOCIEDAD.

VALOR: AMOR, RESPONSABILIDAD, PERSEVERANCIA

MARCO DE ENFOQUE: IGUALDAD

PRINCIPIO: FOMENTAR ACCIONES AFIRMATIVAS INCLUSIVAS QUE ELIMINEN TODA FORMA DE DISCRIMINACIÓN, QUE GARANTICEN LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, UNA POLÍTICA DE CUOTAS Y LA PARTICIPACIÓN DE MUJERES Y GRUPOS

HISTÓRICAMENTE EXCLUIDOS; ASÍ COMO EL RECONOCIMIENTO Y GARANTÍA DEL EJERCICIO DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD.

VALOR: EQUIDAD, JUSTICIA, PAZ, RESPETO, TOLERANCIA

MARCO DE ENFOQUE: INTERCULTURALIDAD

PRINCIPIO: RESOLVER LAS NECESIDADES SOCIALES Y DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS DEL PAÍS EN ARMONÍA CON TODO SER HUMANO, SU CONTEXTO Y NATURALEZA.

VALOR: GRATITUD, HUMILDAD, LEALTAD, SOLIDARIDAD

MARCO DE ENFOQUE: PENSAMIENTO UNIVERSAL CRÍTICO Y CREATIVO

PRINCIPIO: PROMOVER EL PENSAMIENTO CRÍTICO, EVIDENCIADO EN SU CAPACIDAD DE INVESTIGACIÓN, REFLEXIÓN, ANÁLISIS, SÍNTESIS Y CONSTRUCCIÓN DE UNA BASE CONCEPTUAL CRÍTICA Y CREATIVA DISEÑADA PARA EL EFECTO POR LA DRA. MARGARITA AMESTOY DE SÁNCHEZ, SELLO DE LEMAS.

VALOR: HONESTIDAD, LIBERTAD, OPTIMISMO, ORDEN.

**Objeto de estudio:**

LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING GARANTIZA AL ESTUDIANTE EL DESARROLLO DE HABILIDADES Y DESTREZAS EN MARKETING, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, INTELIGENCIA DE MERCADOS, IMAGEN CORPORATIVA Y CREATIVIDAD, PRINCIPIOS DE DISEÑO GRÁFICO, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN DE MEDIOS Y RELACIONES PUBLICAS, VENTAS, MARKETING DIGITAL, ELABORACIÓN DE PROYECTOS, ESTUDIOS DE MERCADO, DESARROLLO DE MARCAS Y NUEVOS PRODUCTOS, ACTIVIDADES BTL ENTRE OTRAS, PARA EL DESEMPEÑO COMPETENTE, EFICIENTE Y EFICAZ EN LOS DISTINTOS CAMPOS DE ACCIÓN DE ACUERDO A SU CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL, EN EL MARCO DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.

**Modalidad titulación:**

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
  
- EXAMEN COMPLEXIVO