

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TECNIEMPRESARIAL WISSEN  
**Siglas:** NO REGISTRA  
**Código sniese:** 3022  
**Tipo de financiamiento:** PARTICULAR AUTOFINANCIADA  
**Sitio web:** <https://wissen.edu.ec>  
**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:** 3022-550414A01-P-0101  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** AZUAY  
**Cantón:** CUENCA  
**Ciudad:** CUENCA  
**Duración:** 4  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:**16  
**Modalidad:** HÍBRIDA  
**Valor de la matrícula:** \$ 90,00  
**Valor del arancel:** \$ 900,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SE-11-NO.107-2020  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2020-05-06  
**Año de aprobación:** 2020  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2025-05-06  
**N° de estudiantes por paralelo:** 35 estudiantes.

**Convenio con otras entidades:**

LAGUS CONSULTORA  
CORPORACIÓN CUATRO RÍOS TECNOLOGÍAS  
DISTRIBUIDORA MANOLO FLORES  
EQUILIBRIO ESTUDIO  
TICKET TRAVEL  
SOFTBUILDER CIA. LTDA  
ALTIOR CIA. LTDA.  
DULCES DE ALICIA  
HOTEL DE LAS CULTURAS  
DISPRESFARMA CIA. LTDA.  
CLÍNICA LA PAZ S. A  
E&A BROKERS CIA LTDA

CLORID S. A.

WALL STREET ENGLISH

BRITANNIA CAMBRIDGE ENGLISH SCHOOL

2.880 Horas.

**N° de horas:**



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

Impresión realizada el: 13-07-2022



**Detalle de la carrera**

**Requisitos de ingreso:**

- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON LA LEY;

- CUMPLIR LOS REQUISITOS EXIGIDOS EN LA LEY

**Objetivo general:**

FORMAR PROFESIONALES DE NIVEL TECNOLÓGICO SUPERIOR EN MARKETING, COMPETENTES PARA ESTABLECER ESTRATEGIAS DE PRODUCTO MÁS APROPIADAS PARA LA CREACIÓN, MEJORAMIENTO O INNOVACIÓN DE BIENES Y/O SERVICIOS, CAPACITADOS PARA DISEÑAR PLANES OPERATIVOS DE VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN, PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN MEDIANTE TÉCNICAS DE MERCADEO TRADICIONAL Y DIGITAL CON RESPONSABILIDAD Y ÉTICA

**Perfil de ingreso:**

LOS ESTUDIANTES QUE ASPIREN INGRESAR A LA CARRERA DEBERÁN POSEER:

- PENSAMIENTO LÓGICO Y ANALÍTICO APLICADO EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS.

- CAPACIDAD PARA LA TOMA DE DECISIONES EN ENTORNOS FLEXIBLES.

- CAPACIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO.

- ACTUALIZACIÓN PERMANENTE DE CONOCIMIENTOS Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

**Perfil de egreso:**

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELATIVOS A HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS, CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS SON NECESARIOS PARA EL FUTURO EJERCICIO DEL PROFESIONAL?

- DETECTA Y GENERA NUEVOS NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES PARA LA EMPRESA, POR LO CUAL TIENE LA VISIÓN DE HACER RENTABLE Y DIFUNDIR LA EXISTENCIA DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS QUE SE MANEJAN

- ES LA PARTE INTERMEDIA ENTRE EL CLIENTE Y LA EMPRESA, ES EL DEPARTAMENTO QUE CONOCE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE LA EMPRESA Y ES EL LAZO DE UNIÓN DE LOS DOS.

- DISEÑA Y EJECUTA PLANES PARA LA DIFUSIÓN DE LA MARCA DE LA EMPRESA, SUS PRODUCTOS, SERVICIOS Y CON ELLO TAMBIÉN AUMENTAR LAS VENTAS Y LA RENTABILIDAD DEL NEGOCIO.

- IDENTIFICA Y GENERA VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA PARA PODER DIFERENCIARSE DEL MERCADO.

- DESARROLLA UNA VISIÓN CRÍTICA Y CREATIVA DE LAS EMPRESAS, LA CUAL PERMITA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ENTORNO PARA ACTUAR ANTICIPADAMENTE FRENTE A LA COMPETENCIA, MEDIANTE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, GESTIÓN DE VENTAS, PUBLICIDAD, PLANES DE MERCADOTECNIA E INTELIGENCIA DE MERCADOS.

- ANALIZA Y COMPRENDE PROFUNDAMENTE DE LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS CLIENTES/MERCADO

- DISEÑA UNA PROPUESTA DE VALOR A PARTIR DE LAS NECESIDADES, DESEOS DEL MERCADO, PARA LA CUAL TAMBIÉN CONSIDERA LAS CAPACIDADES REALES DE LA EMPRESA O DESARROLLA NUEVAS CAPACIDADES PARA AJUSTARSE A DIFERENTES SITUACIONES COMPETITIVAS

- DESARROLLA Y ADMINISTRA PROPUESTAS ESTRATÉGICAS DE MARKETING EN COHERENCIA CON LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL QUE PERMITEN ENTREGAR VALOR A LOS CLIENTES Y GENERAR BENEFICIOS A LA EMPRESA

- ALINEA LAS ACCIONES DE MARKETING AL ENFOQUE DE VALOR DEFINIDO POR LA EMPRESA, Y ACEPTADO COMO TAL POR EL MERCADO.

- DESARROLLA, IMPLEMENTA Y ADMINISTRA INNOVADORAS PROPUESTAS TÁCTICAS DE MARKETING QUE PERMITAN MAXIMIZAR EL VALOR ENTREGADO A LOS CLIENTES Y DESARROLLAR RELACIONES RENTABLES Y DURADERAS CON ELLOS, ADAPTADAS A LAS EXIGENCIAS DE LA INNOVACIÓN Y MODERNIDAD DIGITAL

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON EL MANEJO DE MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS,

PROTOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO SE GARANTIZARÁN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA/PROGRAMA?

UNA DE LAS DESTREZAS MÁS IMPORTANTES QUE PUEDE DESARROLLAR UN ESTUDIANTE ES TENER LA CAPACIDAD DE ANTICIPARSE AL ENTORNO CAMBIANTE EN EL QUE SE DESENVUELVEN LAS EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS, Y, SABER UTILIZAR LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS PARA CADA MOMENTO.

- ESTUDIA EL MERCADO MEDIANTE TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.

- TOMA DECISIONES OPORTUNAS EN UN ÁMBITO DE INCERTIDUMBRE CON UN ALTO NIVEL DE EFECTIVIDAD.

- CONOCE LAS HERRAMIENTAS DE LA MERCADOTECNIA MIX Y ES CAPAZ DE UTILIZARLAS DE FORMA ADECUADA A CADA CONTEXTO.

- FACILITA A QUE LAS EMPRESAS SE ADAPTEN AL ENTORNO COMERCIAL MEDIANTE UNA ESTRATEGIA COMERCIAL, GENERANDO TÁCTICAS DE MERCADO EFICIENTE DE UNA MANERA OPORTUNA Y PERTINENTE

LAS EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTOS DEMANDAN ESTRATEGIAS QUE LES PERMITAN CONSOLIDARSE Y MANTENERSE COMPETITIVAS EN EL MERCADO, A LA VEZ QUE DEMUESTRAN RESPONSABILIDAD POR LAS ACCIONES EJECUTADAS EN EL EJERCICIO DE SUS OPERACIONES:

- PROMUEVE EL EMPRENDIMIENTO ORIENTADO A LOS CONOCIMIENTOS Y SABERES ANCESTRALES A TRAVÉS DE LA CORRECTA TOMA DE DECISIONES, PRODUCTO DE LA UTILIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INVESTIGACIÓN QUE PERMITA REALIZAR UN PLAN DE MERCADOTECNIA EMPRESARIAL, COMERCIAL Y SOCIAL APLICADO

- APORTA AL AFIANZAMIENTO DE UN SISTEMA ECONÓMICO, SOCIAL Y SOLIDARIO EN CONDICIONES DE IGUALDAD, QUE SEA SOSTENIBLE E IMPULSE LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE LA SOCIEDAD, UTILIZANDO LA INFORMACIÓN, MERCADOTECNIA, FINANCIERA, Y SOCIAL

- CONOCE Y APLICA PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA BENEFICIO DEL ENTORNO EN EL QUE SE DESEMPEÑA Y DE LA ORGANIZACIÓN.

- PARTICIPA ACTIVAMENTE EN LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE UN DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL.

¿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?

CON LA APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS EN EL ÁREA DE MARKETING, EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD A NIVEL LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL; EL COMPROMISO DEL INSTITUTO SE BASA EN EL ESTABLECIMIENTO DE ESTRATEGIAS QUE FOMENTEN EN EL ESTUDIANTE EL INVOLUCRAMIENTO CON LA REALIDAD SOCIAL DE SU ENTORNO, PERSIGUIENDO LA APLICACIÓN DE SUS COMPETENCIAS DE MANERA PRÁCTICA EN UN TRABAJO ACTIVO ANTE LA PROBLEMÁTICA SOCIAL EN PRO DE MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA TANTO DE LOS INVOLUCRADOS CON LA ORGANIZACIÓN COMO DEL ENTORNO QUE INTERACTÚA CON ELLA.

- MEJORA LA INTERACCIÓN CON OTRAS PERSONAS (EQUIPO DE TRABAJO, CLIENTES, PROVEEDORES, ETC.) Y CONOCE LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

- FORMACIÓN DE TÉCNICOS CON PENSAMIENTO HUMANISTA Y EN ARMONÍA CON EL MEDIO AMBIENTE EN EL QUE HABITAMOS.

- ENTRE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ESTABLECIDOS EN EL ESTATUTO DEL INSTITUTO PARA LA GESTIÓN DE SU OPERACIÓN, SE TIENE EL CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD PARA VIABILIZAR LA ARTICULACIÓN CON EL SECTOR PRODUCTIVO Y GENERAR UNA FORMACIÓN PRÁCTICA PROFESIONAL QUE PROVEA A LA SOCIEDAD UN TÉCNICO ESPECIALIZADO EN EL ÁREA DE MARKETING, CON LA CAPACIDAD DE DESARROLLAR PROYECTOS PARA EMPRESAS SOBRE TODO PYMES Y EMPRENDIMIENTOS DE RECIENTE CREACIÓN, PARA ASÍ, GENERAR UN CRECIMIENTO DE LOS SECTORES CON MÁS VULNERABLES A CAMBIOS DEL ENTORNO.

- PROPICIAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LAS COMUNIDADES, ASÍ COMO LA PARTICIPACIÓN UTILIZANDO PARA ELLO LA INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS QUE CONLLEVEN A UN PLANEAMIENTO DE MERCADOTECNIA CON UN MODELO DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

- A TRAVÉS DE LA COORDINACIÓN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD, EL INSTITUTO COMO ESPACIO ACADÉMICO Y DE INTERACCIÓN SOCIAL SE PLANTEA ACCIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PENSAMIENTO-ACCIÓN Y PROPUESTAS PARA FOMENTAR EL DESARROLLO NACIONAL Y LA DIVERSIDAD

- PROMOCIONAR Y DIFUNDIR LA CULTURA Y OFERTAR A LA SOCIEDAD PRODUCTOS Y SERVICIOS ESPECIALIZADOS INNOVADORES Y DE CALIDAD PARA EL CONSUMO INTERNO Y POSIBLE EXPORTACIÓN.

¿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?

DENTRO DE LOS VALORES Y PRINCIPIOS EN LOS QUE SE DESARROLLA LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ES IMPORTANTE CONSIDERAR COMO UNO DE LOS PRINCIPALES COMPONENTES LOS VALORES ÉTICOS, EL INSTITUTO SE CENTRA EN FORMAR PROFESIONALES QUE MANTENGAN ARRAIGADOS LOS VALORES IMPARTIDOS POR LA INSTITUCIÓN. LA MISIÓN QUE SE PLANTEA EL INSTITUTO SE FOCALIZA EN BRINDAR SERVICIOS EDUCATIVOS QUE PRETENDEN APORTAR AL DESARROLLO HUMANO, SOCIAL Y PRODUCTIVO DEL ECUADOR CON INTEGRIDAD, RESPONSABILIDAD, EXCELENCIA, RESPETO, SERVICIO, ÉTICA Y UN VISIÓN HUMANISTA, INTERCULTURAL, SOLIDARIA Y PLURAL, SIN DISCRIMINACIÓN ALGUNA. BAJO EL PRINCIPIO DE IGUALDAD PLASMADO EN EL ESTATUTO DEL INSTITUTO, SE RECONOCE Y FOMENTA LA IGUALDAD FORMAL, IGUALDAD MATERIAL Y NO DISCRIMINACIÓN EN EL ACCESO, PERMANENCIA, MOVILIDAD Y EGRESO DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, SIN DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO, CREDO, ORIENTACIÓN SEXUAL, ETNIA, CULTURA, PREFERENCIA POLÍTICA, CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA O DISCAPACIDAD, EN FUNCIÓN DE LOS MÉRITOS RESPECTIVOS, A FIN DE ACCEDER A UNA FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL CON PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO PERTINENTE Y DE EXCELENCIA.

- EL INSTITUTO GARANTIZARÁ EN SUS INSTALACIONES ACADÉMICAS Y ADMINISTRATIVAS LAS CONDICIONES NECESARIAS PARA ESTUDIANTES, PROFESORES, INVESTIGADORES, TRABAJADORES Y PERSONAS CON DISCAPACIDAD, INCLUYENDO ACCESIBILIDAD Y APOYO TÉCNICO NECESARIO.

- LA COORDINACIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS, BIENESTAR ESTUDIANTIL Y ADMISIONES, ENTRE OTRAS, TIENE LA ATRIBUCIÓN DE PROPONER POLÍTICAS DE BIENESTAR, DE PERMANENCIA Y PROMOCIÓN ESTUDIANTIL ENFOCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS INSTITUCIONALES PARA LOGRAR LA RECUPERACIÓN Y CONTINUIDAD EDUCATIVA DE LOS ALUMNOS QUE SE ENCUENTREN EN SITUACIÓN DE RIESGO DE PROMOCIÓN, POR PRESENTAR BAJO APROVECHAMIENTO ACADÉMICO DURANTE EL PERIODO ESCOLAR.

- A TRAVÉS DE LA COORDINACIÓN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD, EL INSTITUTO COMO ESPACIO ACADÉMICO Y DE INTERACCIÓN SOCIAL SE PLANTEA ACCIONES LA CONSTRUCCIÓN DE PENSAMIENTO Y PROPUESTAS PARA FOMENTAR EL DESARROLLO NACIONAL Y LA DIVERSIDAD; ASÍ COMO PROMOCIONAR Y DIFUNDIR LA CULTURA Y OFERTAR A LA SOCIEDAD SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE CALIDAD, A TRAVÉS DE LA PLANIFICACIÓN DE AGENDAS DE TRABAJO CON ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES QUE FOMENTEN JORNADAS ACADÉMICAS CON ESPACIOS PARA EL DEPORTE, LA CULTURA, CIENCIA Y TECNOLOGÍA MEDIANTE LA PARTICIPACIÓN CONJUNTA DE LOS ESTUDIANTES, AUTORIDADES Y ACTORES DE LA SOCIEDAD. LOS PRINCIPIOS A TRAVÉS DE LOS CUALES EL INSTITUTO SUSTENTA SU VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD SE BASAN EN COMPROMISOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE LA EJECUCIÓN DE DIFERENTES PROYECTOS CUYO FIN SE ORIENTA AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIOS PARA LAS ÁREAS DE INFLUENCIA

**Objeto de estudio:**

LA TECNOLOGÍA EN MARKETING ESTUDIA DESDE UNA VISIÓN HOLÍSTICA, EL DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS ENFOCADAS A LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES EN APLICACIÓN DE LOS DIFERENTES ÁMBITOS DEL MARKETING; TODO ESTO A TRAVÉS DE LA CONVERGENCIA DIDÁCTICA Y EL PENSAMIENTO COMPLEJO INMERSOS EN LA MODALIDAD DUAL DE FORMACIÓN.

PROCURA ATRAER A JÓVENES BACHILLERES CON LA INTENCIÓN DE SER PROFESIONALES ÉTICOS, CON CAPACIDAD DE LIDERAZGO, CRÍTICOS, INNOVADORES, CON VISIÓN GLOBAL, MULTICULTURALES, QUE GENEREN, DISEÑEN E IMPLEMENTEN ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE CREEN VALOR PARA EL CONSUMIDOR.

LA TRAYECTORIA DE APRENDIZAJE QUE SE PLANIFICA COMO PARTE DE UN ITINERARIO EN EL CAMPO DE INTERVENCIÓN DE LA PROFESIÓN Y QUE GUARDA RELACIÓN CON LOS ÁMBITOS MULTIDISCIPLINAR Y MULTIPROFESIONAL, MANTIENE UN ENFOQUE HACIA LA INTEGRACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL MARKETING DIGITAL COMO PARTE DEL PERFIL PROFESIONAL DEL ESTUDIANTE. EN ESTE ITINERARIO SE INCLUYEN LAS ASIGNATURAS DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN Y MERCADEO DIGITAL, ASÍ COMO LAS PRÁCTICAS PREPROFESIONALES QUE DEBERÁN DESARROLLAR LOS ESTUDIANTES CON EL FIN DE FORTALECER LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**Modalidad titulación:**

DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
EXAMEN COMPLEXIVO