

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

Impresión realizada el: 13-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL
Siglas: ITF
Código sniese: 2258
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 SUPERIOR EN MARKETING
Codificación: 2258-550414A01-P-0901
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Ciudad: GUAYAQUIL
Duración: 4
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: HÍBRIDA
Valor de la matrícula: \$ 102,00
Valor del arancel: \$ 1.020,00
N° de resolución del CES: RPC-SE-11-No.107-2020
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2020-01-06
Año de aprobación: 2020
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2025-01-06
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.

Convenio con otras entidades:

- GRÁFICOS NACIONALES S.A GRANSA.
- MERBROK S.A
- CADENA ECUATORIANA DE TELEVISIÓN C.A. CANAL 10 CETV.

- YOLY MAKEUP.

- GILEX S.A

- EDITORES KRL S.A

- FUNDACIONA MARÍA JOSÉ LEMOS.

- FUNDAMOJI.

- INTEROCARGSER.

N° de horas: 4.500 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.

SOLICITUD DE ADMISIÓN EN FORMATO DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN, CON LOS DATOS CORRESPONDIENTES.

TÍTULO DE BACHILLER: ORIGINAL Y COPIA (A FALTA DE TÍTULO Y HASTA TRES MESES POSTERIORES AL INICIO DE CLASES, EL INSTITUTO PUEDE RECIBIR EL ACTA DE GRADO DEBIDAMENTE CERTIFICADA, DESPUÉS DE ESTE TIEMPO SERÁ CANJEADA POR EL TÍTULO).

COPIA DE LA CÉDULA DE CIUDADANÍA PARA ECUATORIANOS Y PASAPORTE PARA EXTRANJEROS.

VALORACIÓN MÉDICA.

6 FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNÉ.

COMPROBANTE DE PAGO DEL ARANCEL RESPECTIVO.

COMPROBANTE DE PAGO DEL ARANCEL RESPECTIVO.

APROBAR EL SISTEMA DE NIVELACIÓN Y ADMISIÓN INSTITUCIONAL.

PARA ASPIRANTES PROVENIENTES DE OTROS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR ES NECESARIO QUE PRESENTE DOCUMENTOS.

ACADÉMICOS DEBIDAMENTE CERTIFICADOS POR LA IES DE PROCEDENCIA (REF. REGLAMENTO DE CONVALIDACIÓN).

Objetivo general:

CONTRIBUIR A LA FORMACIÓN DE UN PROFESIONAL EN EL ÁREA DE MARKETING CON COMPETENCIA ACADÉMICA Y HABILIDAD PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES ACORDE A LA NECESIDAD DEL MERCADO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL, CON CAPACIDAD INVESTIGATIVA Y ANÁLISIS PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Perfil de ingreso:

EL PERFIL IDÓNEO DEL ESTUDIANTE QUE VA A INGRESAR A LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING EN EL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL SERÁ:

- NIVELES MEDIOS DE RAZONAMIENTO LÓGICO-MATEMÁTICO.

- MANEJO DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA.

- AMPLIO CONOCIMIENTO DE TEMAS DE MARKETING.

- RAZONAMIENTO VERBAL Y MANEJO DE LA LENGUA MATERNA.

- MANEJO ACEPTABLE DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES.

ES DESEABLE QUE LOS POSTULANTES MANIFIESTEN INTERÉS Y POSIBILIDADES PARA:

- RESOLVER PROBLEMAS RELACIONADOS CON LA ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.

- CONOCER EL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.

- CONOCER LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MANTENER O INTRODUCIR UN PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.

- CONOCER LOS DIFERENTES TIPOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

- DETECTAR Y COMPRENDER LAS NECESIDADES DEL MERCADO.

- SER CREATIVO Y DEMOSTRAR CAPACIDAD INNOVADORA.
- RAZONAR Y SOLUCIONAR PROBLEMAS ASERTIVAMENTE.

Perfil de egreso:

PARA LA ESTRUCTURA DEL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA EN TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING EL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL TOMA COMO BASE EPISTÉMICA TRES MOMENTOS ESENCIALES, EL PRIMERO SON LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICOS QUE ESTE PROFESIONAL DEBE DE DESARROLLAR PARA VALORAR E INTERPRETAR LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL. SEGUNDO LAS HABILIDADES Y DESTREZAS PARA DISEÑAR Y ESTRUCTURAR PROYECTOS Y ESTUDIOS DE MERCADOS QUE ESTÁN RELACIONADAS CON LA APLICACIÓN DE SUS CONOCIMIENTOS TEÓRICOS ANTERIORMENTE EXPUESTOS, TERCERO LOS VALORES DE EXCELENCIA, INTEGRIDAD, RESPETO, PLURALISMO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL, ESTAS SON LAS COMPETENCIAS RELACIONADAS CON LA APLICACIÓN QUE SE ESPERA QUE EL EDUCANDO SEPAN, COMPRENDAN Y SEAN CAPACES DE HACER TRAS TERMINAR CON ÉXITO SU FORMACIÓN EN LA INSTITUCIÓN. EN ESENCIA PARA UN MEJOR ANÁLISIS DE LO ANTERIORMENTE EXPUESTO SE ESBOZAN BREVEMENTE PARTE DE ESTOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS:

- DISEÑA Y PLANIFICA PROGRAMAS DE MERCADEO, INTEGRANDO LOS DIFERENTES FACTORES DEL MARKETING DENTRO DE UN ENFOQUE DE CALIDAD TOTAL.
- DISEÑA Y DESARROLLA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.
- DISEÑA Y REALIZA INVESTIGACIONES DE MERCADO.
- CAPACIDAD PARA COMUNICARSE CORRECTAMENTE TANTO DE FORMA VERBAL COMO ESCRITA.
- CAPACIDAD PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS Y PLAN DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER UN DETERMINADO PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.
- CAPACIDAD PARA INVESTIGAR EN EL MERCADO LAS NECESIDADES Y DESEOS DE LOS CONSUMIDORES, DETECTANDO OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LA EMPRESA.
- ANALIZAR EL MACRO Y MICRO ENTORNO DEL MERCADO PARA LA ADECUADA TOMA DE DECISIONES DE LA EMPRESA.
- GESTIONA PROCESOS DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, TOMANDO EN CONSIDERACIÓN LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.
- ORGANIZA Y COORDINA EQUIPOS DE TRABAJO CON RESPONSABILIDAD, SUPERVISANDO EL DESARROLLO DEL MISMO, MANTENIENDO RELACIONES FLUIDAS Y ASUMIENDO EL LIDERAZGO, ASÍ COMO APORTANDO SOLUCIONES A LOS CONFLICTOS GRUPALES QUE SE PRESENTEN.
- RESUELVE SITUACIONES, PROBLEMAS O CONTINGENCIAS CON INICIATIVA Y AUTONOMÍA EN EL ÁMBITO DE SU COMPETENCIA, CON CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y ESPÍRITU DE MEJORA EN EL TRABAJO PERSONAL Y EN EL DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO.
- ADAPTABILIDAD A LAS NUEVAS SITUACIONES LABORALES, MANTENIENDO ACTUALIZADOS LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS, TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS RELATIVOS A SU ENTORNO PROFESIONAL, GESTIONANDO SU FORMACIÓN Y LOS RECURSOS EXISTENTES EN EL APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA Y UTILIZANDO LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ESTÁ DIRECCIONADA A FORMAR JÓVENES TITULADOS EN BACHILLERATO, PROVENIENTES DE DIFERENTES ESTRATOS SOCIALES, E INTERESADOS EN CONVERTIRSE EN PROFESIONALES PARA EL ESTUDIO DEL MERCADO, ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, DESCUBRIR SUS NECESIDADES, ANALIZAR SUS GUSTOS Y PREFERENCIAS, CON LA FINALIDAD DE CREAR E INNOVAR DETERMINADO PRODUCTO O SERVICIO QUE SE AJUSTE A LAS NECESIDADES ENCONTRADAS. RESPONDIENDO DE ESTA FORMA A LAS EXIGENCIAS DE LA SOCIEDAD ECUATORIANA, EN FUNCIÓN DE MEJORAR EL BIENESTAR Y LA CALIDAD DE VIDA, ADEMÁS DE LOGRAR EL BUEN USO Y EMPLEO DEL TIEMPO LIBRE.

PARA ELLO ES NECESARIO TENER CONOCIMIENTO DE LAS TÉCNICAS DEL MARKETING COMO LO SON: VENTAS, PUBLICIDAD, PROMOCIONES, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, ENTRE OTRAS.

PARA CUMPLIR CON EL OBJETO DE ESTUDIO EL ITF CONCIBE EL ESQUEMA DE LAS ACTIVIDADES DOCENTES DE LA MANERA QUE SIGUE:

- REALIZACIÓN DE CONFERENCIAS, CON ESCENARIOS DE CASOS REALES DE MARKETING PARA LA ORIENTACIÓN Y

REFUERZO DE LOS CONTENIDOS FUNDAMENTALES DE LAS MATERIAS.

- ACTIVIDAD PRÁCTICA EN EL AULA POR MEDIO DE REALIZACIÓN DE TALLERES DE CADA CONTENIDO DE LA MATERIA, PARA EL REFUERZO TEÓRICO.

- REALIZACIÓN DE TRABAJOS INVESTIGATIVOS PARA LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN, ANÁLISIS Y TOMA DE DECISIONES, REALIZADO DE FORMA INDIVIDUAL O COLABORATIVA, SEGÚN LOS CASOS.

PREPARACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA LA EXPOSICIÓN Y DEFENSA DE PROYECTOS CON LA FINALIDAD QUE EL ESTUDIANTE DEFienda SU PROYECTO.

- ACTIVIDADES GRUPALES QUE CONLLEVEN A LA ELABORACIÓN CONJUNTA DE PLANES, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, REALIZACIÓN DE PROYECTOS, ELABORACIÓN DE PLAN DE MARKETING, ENTRE OTROS, CON LA FINALIDAD QUE EL ESTUDIANTE SEPA EL SIGNIFICADO DE TRABAJO EN EQUIPO Y SEPAN DETERMINAR LAS FUNCIONES.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA.

- PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

- ANÁLISIS DE CASOS.