

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

Impresión realizada el: 14-07-2022

**Detalle de la carrera**

<b>IES:</b>	INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ALMIRANTE ILLINGWORTH
<b>Siglas:</b>	AITEC
<b>Código sniese:</b>	2153
<b>Tipo de financiamiento:</b>	PARTICULAR AUTOFINANCIADA
<b>Sitio web:</b>	NO REGISTRA
<b>Tipo de IES:</b>	ISTT
<hr/>	
<b>Estado de la carrera:</b>	VIGENTE
<b>Tipo de carrera:</b>	TECNOLÓGICO SUPERIOR
<b>Campo amplio:</b>	ADMINISTRACIÓN
<b>Campo específico:</b>	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
<b>Campo detallado:</b>	MERCADOTECNIA O MARKETING
<b>Programa:</b>	TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO
<b>Título que otorga:</b>	TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO
<b>Codificación:</b>	2153-550414H01-L-0901
<b>Lugar de ejecución:</b>	SEDE MATRIZ
<b>Provincia:</b>	GUAYAS
<b>Cantón:</b>	GUAYAQUIL
<b>Ciudad:</b>	GUAYAQUIL
<b>Duración:</b>	5
<b>Periodo académico:</b>	ORDINARIO
<b>Semanas de periodo académico:</b>	18
<b>Modalidad:</b>	EN LÍNEA
<b>Valor de la matrícula:</b>	\$ 95,00
<b>Valor del arancel:</b>	\$ 950,00
<b>N° de resolución del CES:</b>	RPC-SO-11-NO.296-2021
<b>Estado actual:</b>	APROBADO POR EL CES
<b>Fecha de aprobación:</b>	2021-06-02
<b>Año de aprobación:</b>	2021
<b>Años de vigencia:</b>	5 años.
<b>Vigente hasta:</b>	2026-06-02
<b>N° de cohortes:</b>	2
<b>Convenio con otras entidades:</b>	- KOENING COMUNICACIÓN.  - AGENCIA DE PUBLICIDAD ESTRATEGOS.  - AGENCIA DE PUBLICIDAD Y MARKETING CRANEA.  - AGENCIA DE PUBLICIDAD KONCEPT.  - AGENCIA ACTIVA DIGITAL.
<b>N° de horas:</b>	3.600 Horas.



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

Impresión realizada el: 14-07-2022



---

**Detalle de la carrera**

---

**Requisitos de ingreso:**

- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON LA LEY.
- REALIZAR EL EXAMEN DE ADMISIÓN.
- SOLICITUD DE INGRESO A SECRETARÍA.
- FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNET.

**Objetivo general:**

¿QUÉ FORMAR?

FORMAR PROFESIONALES LÍDERES Y EMPRENDEDORES EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO.

¿CÓMO?

CON COMPETENCIAS EN LA FORMULACIÓN, EJECUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE IDEAS INNOVADORAS DE NEGOCIOS, A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS DIGITALES QUE PERMITEN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

¿PARA QUÉ?

PARA ASEGURAR LA EFECTIVA UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN EL CONTEXTO DE LAS ORGANIZACIONES.

**Perfil de ingreso:**

- INTERÉS PERSONAL PARA ESTUDIAR UNA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO.
- MOSTRAR INTERÉS POR EL DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN REDES SOCIALES.
- POSEER FLUIDEZ Y CLARIDAD EN LA EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA.
- SER EMPÁTICO Y SOCIABLE CON LAS PERSONAS CON QUE INTERACTÚA.

**Perfil de egreso:**

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

ANALIZA LAS TENDENCIAS DEL MERCADO EXPLORANDO LOS ESCENARIOS POSIBLES DE MARKETING DIGITAL Y DESARROLLANDO IDEAS INNOVADORAS QUE OFREZCAN SATISFACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES REALES Y POTENCIALES.

ELABORA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, QUE SIRVAN PARA LA CREACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES, CUALQUIERA QUE SEA EL CAMPO DE ACCIÓN APORTANDO AL INCREMENTO DE LAS VENTAS, A LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SEAN INNOVADORES Y SUSTENTABLES.

COLABORA CON EL EQUIPO DE TRABAJO DESIGNADO EN LA ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE MARKETING DIGITAL Y VENTAS, ESTABLECIENDO LOS OBJETIVOS Y METAS QUE AYUDEN A OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA ORGANIZACIÓN, INTEGRANDO TODOS LOS FACTORES DE MARKETING PRESENTES, A TRAVÉS DE UN ENFOQUE DE MEJORA.

DESARROLLA ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN ANALIZAR, SEGMENTAR Y POSICIONAR LOS PRODUCTOS O EMPRESAS EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL, POR MEDIO DE LA UTILIZACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN Y PRODUCTO.

EVIDENCIA COMPETENCIAS Y HABILIDADES EN EL MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, DESARROLLANDO VALOR A LAS MARCAS E IMAGEN INSTITUCIONAL APLICANDO TAMBIÉN LA ÉTICA PROFESIONAL.

DESARROLLA TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE MARKETING Y VENTAS APLICANDO LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

DEMUESTRA UNA SUFICIENCIA MÍNIMA DE LENGUA EXTRANJERA (INGLÉS) (A2).

¿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?

GENERAR LA CAPACIDAD PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS QUE SE ENCUENTRAN EN EL ENTORNO DIGITAL Y, QUE A TRAVÉS DE LA REFLEXIÓN FOMENTA LA TOMA DE DECISIONES ACERTADAS, LAS CUALES SON PIEZAS CLAVES EN LA ADMINISTRACIÓN MODERNA.

DESARROLLAR PROPUESTAS DE IDEAS INNOVADORAS DE NEGOCIOS, QUE POTENCIAN LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LAS PERSONAS TANTO NATURALES COMO JURÍDICAS.

CREAR ESTRATEGIAS COMERCIALES BASADAS EN EL USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE POSICIONA LAS MARCAS DE PRODUCTOS EXISTENTES, ASÍ TAMBIÉN PERFECCIONA LOS PROCESOS LOGÍSTICOS EXISTENTES ENTRE LA EMPRESA Y EL CLIENTE.

UTILIZAR A LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO COMO INSUMO PARA EL DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR, ESTABLECIENDO NUEVOS PRODUCTOS QUE SATISFACEN ESOS REQUERIMIENTOS.

PROPONER CONTENIDOS QUE SE ENCONTRARÁN PRESENTES EN LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ASÍ TAMBIÉN EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BUSQUE EL ENTORNO DIGITAL COMO MEDIO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS.

DISEÑAR Y EJECUTA PROYECTOS DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS BASADOS EN LA GESTIÓN DE POLÍTICA DE PRECIOS, ASÍ TAMBIÉN EN EL MANEJO ADECUADO DE LOS PRESUPUESTOS.

RECONOCER EL ROL QUE TIENE COMO EMPRENDEDOR EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS EMPRESAS Y DE LA SOCIEDAD EN GENERAL.

DEMOSTRAR LA CAPACIDAD DE ASUMIR CON LIDERAZGO LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN PRESENTES EN LA SOCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS, IDEAS INNOVADORAS Y LA MARCA DE UNA EMPRESA, SOCIEDAD O PERSONA NATURAL.

¿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?

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO TIENE COMO BASE LA AGENDA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE QUE DESARROLLÓ LA UNESCO, QUE FUE REALIZADA DESPUÉS DEL 2015 MEDIANTE EL MARCO DE ACCIÓN DE EDUCACIÓN 2030.

POR LO QUE ESTE PROFESIONAL EN MENCIÓN CONTRIBUYE A LA CALIDAD DE VIDA A TRAVÉS DE DIFUSIÓN DE LA INNOVACIÓN, LA INDUSTRIA Y LA INFRAESTRUCTURA, ASÍ TAMBIÉN CON EL OBJETIVO DEL TRABAJO DECENTE Y DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO, SE DEBE PARTIR DE LA PREMISA QUE EL MARKETING DIGITAL Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO SON HERRAMIENTAS QUE INCREMENTAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS, LAS CUALES SON MOTORES DE LA ECONOMÍA Y QUE A TRAVÉS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LAS PERSONAS GENERAN UN CAMBIO EN EL STATUS DE VIDA.

EN LA ACTUAL ERA DE LA INFORMACIÓN, LAS EMPRESAS DIGITALES BUSCAN ENCONTRARSE COMO LAS PRIMERAS OPCIONES PARA SUS CONSUMIDORES, ES UNA VENTAJA COMPETITIVA ANALIZAR LA INFORMACIÓN QUE PROVIENE DE LA WEB, POR LO TANTO, ESTE PROFESIONAL PRECISA LOS OBJETIVOS PRETENDIDOS POR LAS ORGANIZACIONES CON FINES DE LUCRO Y SIN FINES DE LUCRO A TRAVÉS DEL MARKETING DIGITAL.

ACTUALMENTE LAS EMPRESAS INTERPRETAN LA INFORMACIÓN QUE PROVIENE DE LA WEB SOCIAL A TRAVÉS DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL (CRM), LOS CUALES SE HAN CONSTITUIDO EN HERRAMIENTAS VITALES PARA LAS ORGANIZACIONES.

¿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?

NUESTRA EDUCACIÓN ESTÁ SUSTENTADA EN VALORES, VALORES QUE LOS ESTUDIANTES DESARROLLAN BAJO LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN ESTA CARRERA Y QUE ESTÁN DECLARADOS COMO PRINCIPIOS DE LA INSTITUCIÓN:

AUTONOMÍA RESPONSABLE.

TRABAJO POR LA CALIDAD Y EXCELENCIA ACADÉMICA ÉTICA Y FORMACIÓN EN VALORES.

EFICIENCIA FORMACIÓN DE UNA CONCIENCIA AMBIENTAL.  
PRINCIPIO DE LA AUTOEVALUACIÓN Y EVALUACIÓN INSTITUCIONAL.

PRINCIPIO DE LA INVESTIGACIÓN Y LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.

**Objeto de estudio:**

¿CUÁL ES EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA PROFESIÓN?

LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO CENTRA SU ESTUDIO EN LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA MARCA DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES, ASÍ TAMBIÉN LA BÚSQUEDA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN TODA SU EXPERIENCIA DE COMPRA, DESDE LA EMPRESA HASTA EL LUGAR DESTINADO PARA LA UTILIZACIÓN EN EL DOMICILIO DEL CONSUMIDOR.

¿QUÉ SE QUIERE TRANSFORMAR CON LA PROFESIÓN?

EL DISEÑO DEL CONTENIDO PARA EL CANAL DIGITAL, ASÍ TAMBIÉN, LOS MEDIOS DE PAGO EXISTENTES Y LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, LOS CUALES EN SUS CONJUNTO CONSTRUYEN EL MODELO DE NEGOCIOS EN COMERCIO ELECTRÓNICO.

**Modalidad titulación:**

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

- EXAMEN COMPLEXIVO.