

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

Impresión realizada el: 14-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUCRE
Siglas: ITSS
Código sniese: 2200
Tipo de financiamiento: PÚBLICA
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 SUPERIOR EN MARKETING
Codificación: 2244-550414A01-P-1701
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: PICHINCHA
Cantón: DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Ciudad: QUITO
Duración: 5
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:18
Modalidad: HÍBRIDA
Valor de la matrícula: \$ 0,00
Valor del arancel: \$ 0,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-15-NO.401-2021
Estado actual: REGISTRADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2019-11-20
Año de aprobación: 2019
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2024-11-20
Convenio con otras entidades:
- DEPORTIVADEP A.S.
- MÚSICA & SONIDO S.A.
- NEW TECHNOLOGY ECUADOR
- RADIO RUMBA 94.5 S.A.
- MÚSICA & SONIDO S.A.
N° de horas: 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:

- SOLICITUD DIRIGIDA AL RECTOR DEL IES.
- TÍTULO DE BACHILLER.
- COPIA A COLOR DE CEDULA DE IDENTIDAD 50%.
- COPIA A COLOR DE LA PAPELETA DE VOTACIÓN DEL ÚLTIMO PERIODO ELECTORAL 50%.
- FOTOGRAFÍA A COLOR (4).
- OBTENER COMO MÍNIMO 601 PUNTOS EN EL ENES.
- POSTULARSE EN LA CARRERA DE MARKETING QUE OFERTA EL INSTITUTO.
- PRESENTAR IMPRESO DE ACEPTACIÓN DE CUPO.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN EL CAMPO DE MARKETING QUE SEAN INGENIOSOS, CREATIVOS, INNOVADORES, QUE RESPONDAN A LA DINÁMICA CAMBIANTE CON COMPROMISO Y PERSEVERANCIA ANTE LOS DIVERSOS SISTEMAS GLOBALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Perfil de ingreso:

- PENSAR RIGUROSAMENTE.
- RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA.
 - COMUNICARSE EFECTIVAMENTE.
 - 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 POR EL RESTO DE SU VIDA.
 - INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, LEER DE MANERA CRÍTICA Y CREATIVA.

Perfil de egreso:

- COMPETENCIA GENÉRICA QUE ALCANZA EL EGRESADO Y/O GRADUADO DE LA CARRERA DE MARKETING:
- O COMPRENDER LA INFORMACIÓN TEXTUAL, PARA TEXTUAL Y RECONOCER LA MEJOR EXPRESIÓN DE IDEAS DE LOS AUTORES DE LAS ÁREAS DE LA PROFESIÓN, CON LA EVIDENCIA DE UN ALTO DESARROLLO COGNITIVO, PROCEDIMENTAL Y ACTITUDINAL.
 - O COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE SE DESARROLLAN EN LA CARRERA DE MERCADOTECNIA: O EXPLICAR LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE ADMINISTRACIÓN, MARKETING, CONTABILIDAD, FINANZAS, ELABORACIÓN DE PROYECTOS Y DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO, ENTRE OTROS. . RESOLVER LA PROBLEMÁTICA DE LOS NEGOCIOS DE ACUERDO A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL COMERCIO GLOBAL.
 - O ANALIZAR EL MEDIO AMBIENTE DE MARKETING CON UN ESPÍRITU CREATIVO E INNOVADOR.
 - O UTILIZAR LOS PROCESOS DE MARKETING ACTUALES PARA PENETRAR Y PERNANECER CON ÉXITO EN LOS MERCADOS.
 - O INTERPRETAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR INCLUYENDO TODOS LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMPRA.
 - O IDENTIFICAR LOS RETOS QUE IMPLICA LA TOMA DE DECISIONES EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE MERCADOTECNIA.
 - O IDENTIFICAR LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS EN DISEÑO DE MARCAS, PRODUCTOS, FLRJACIÓN DE PRECIOS, MANEJO DE IDENTIDAD CORPORATIVA, DISTRIBUCIÓN Y MEZCLA DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA, PARA LOGRAR EL POSICIONAMIENTO ADECUADO EN EL MERCADO.

Objeto de estudio:

EL TECNÓLOGO SUPERIOR EN MARKETING DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BOLÍVAR GARANTIZA AL ESTUDIANTE EL DESARROLLO DE HABILIDADES Y DESTREZAS EN MARKETING, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, COMPORTAMIENTO Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR, ADMINISTRACIÓN E INNOVACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS, IMAGEN CORPORATIVA Y CREATIVIDAD, PRINCIPIOS DE DISEÑO GRÁFICO, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN DE MEDIOS Y RELACIONES PUBLICAS, DERECHO MERCANTIL Y PROPIEDAD INTELECTUAL, INTELIGENCIA DE MERCADOS, GERENCIA DE VENTAS, COMERCIO DIGITAL Y COMUNITY MANAGMENT, COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y DESARROLLO DE TALENTO HUMANO, TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL, ELABORACIÓN DE PROYECTOS, ESTUDIOS DE MERCADO, DESARROLLO DE MARCAS Y NUEVOS PRODUCTOS, 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 PARA EL BUEN VIVIR