

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

Impresión realizada el: 14-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO  
**Siglas:** SIN DATOS  
**Código sniese:** 3026  
**Tipo de financiamiento:** PARTICULAR AUTOFINANCIADA  
**Sitio web:** SIN DATOS  
**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 DIGITAL  
**Título que otorga:** TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL  
**Codificación:** 3026-550414K01-S-1701  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** PICHINCHA  
**Cantón:** DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
**Ciudad:** QUITO  
**Duración:** 4  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:**16  
**Modalidad:** SEMIPRESENCIAL  
**Valor de la matrícula:** \$ 110,00  
**Valor del arancel:** \$ 1.140,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SO-15-NO.398-2021  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2021-07-14  
**Año de aprobación:** 2021  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2026-07-14  
**N° de cohortes:** 10  
**Convenio con otras entidades:**  
- CARAVAGGIO SROCIERA DESIGN.  
- SOCIEDAD CIVIL  
**N° de horas:** 2.880 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.
- COPIA A COLOR DE DOCUMENTOS PERSONALES (CÉDULA DE CIUDADANÍA / PASAPORTE Y PAPELETA DE VOTACIÓN).
- PARA ESTUDIANTES EXTRANJEROS PRESENTAR EL TÍTULO DE BACHILLER OBTENIDO EN EL EXTRANJERO, RECONOCIDO O EQUIPARADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

**Objetivo general:**

EL OBJETIVO DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL, ES LA FORMACIÓN DE MERCADÓLOGOS EMPRESARIALES, CAPACES DE APORTAR AL CRECIMIENTO Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL, MEDIANTE UNA VISIÓN GLOBAL Y MEDIANTE LA MEDICIÓN, PLANEACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DIGITALES EFICACES, QUE LE PERMITAN ESTABLECER RELACIONES PROFUNDAS CON LOS CLIENTES E INFLUIR EN LA RUTA DIGITAL HACIA LA COMPRA Y EL CONSUMO, SIENDO CAPAZ DE SER ABSORBIDO INMEDIATAMENTE EN EL MUNDO LABORAL.

**Perfil de ingreso:**

EL ASPIRANTE A TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL (DE CUALQUIER GÉNERO, ESTRATO SOCIAL, GRUPO SOCIAL Y CULTURAL Y REGIÓN DENTRO DE LOS LÍMITES ECUATORIANOS) DEBE POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE RECONOCIDO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

**Perfil de egreso:**

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?

- DISEÑAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y MENSAJES EFECTIVOS MEDIANTE UNA INVESTIGACIÓN PROFUNDA DE LA SOCIOLOGÍA DEL CONSUMIDOR, COMO BASE PARA UNA OPTIMIZACIÓN ESTRATÉGICA DEL RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y CONSOLIDACIÓN DE UNA MARCA PRODUCTO O SERVICIO.
- CREAR ESTRATEGIAS ASERTIVAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL ONLINE Y OFFLINE, QUE DEN LUGAR A RELACIONES EXITOSAS DENTRO Y FUERA DE LA EMPRESA Y A UNA GESTIÓN EFECTIVA DE SITUACIONES DE CRISIS Y CONFLICTOS EMPRESARIALES.
- GENERAR CONTENIDOS DIGITALES DE CALIDAD Y ATRAER CONSUMIDORES MEDIANTE CAMPAÑAS EFECTIVAS DE SEO Y SEM Y DE COMUNICACIÓN DIGITAL.
- GENERAR CONTENIDO VISUAL ESTRATÉGICO Y CREATIVO, MEDIANTE LAS DISTINTAS HERRAMIENTAS DEL DISEÑO GRÁFICO.
- DISEÑAR CAMPAÑAS O ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DE BOOKMARKING, CONSIDERANDO LAS MÁS PERTINENTES PARA CADA OBJETIVO Y AUDIENCIA.
- DESARROLLAR CAMPAÑAS DE PAGO EN LOS PRINCIPALES MOTORES DE BÚSQUEDA PARA ATRAER POTENCIALES CLIENTES EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS.
- IDENTIFICAR LAS PALABRAS CLAVE DE MAYOR VALOR CON EL FIN DE LOGRAR UN POSICIONAMIENTO ORGÁNICO ADECUADO EN LOS PRINCIPALES MOTORES DE BÚSQUEDA.
- DISEÑAR CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL PARA OPTIMIZAR LA REPUTACIÓN POLÍTICA Y DE GESTIÓN PÚBLICO, ASÍ COMO CREAR ENGAGEMENT POLÍTICO A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES CANALES DIGITALES.

¿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?

- DESARROLLAR, DIAGRAMAR Y OPTIMIZAR UNA PÁGINA WEB, LANDING PAGE O SITIO WEB DE ACUERDO AL OBJETIVO REQUERIDO PARA EL PROYECTO.
- REALIZAR CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL, MEDIANTE UNA SEGMENTACIÓN ADECUADA Y LA SELECCIÓN DE LAS PLATAFORMAS Y MENSAJES DIGITALES MÁS EFECTIVOS SEGÚN EL OBJETIVO A ALCANZAR.
- DISEÑAR UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTEGRAL, MEDIANTE LA DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y HERRAMIENTAS CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS EN CONTEXTOS NACIONALES E INTERNACIONALES, DANDO TRATAMIENTO Y ANALIZANDO LA INFORMACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN DICHA INVESTIGACIÓN.
- APLICAR LAS TÉCNICAS DE LA NEUROCIENCIA Y DEL MARKETING PARA LLEGAR AL CIERRE DE LA VENTA Y POSTERIOR MANEJO DE BASES DE DATOS DE CLIENTES.
- DESARROLLAR UNA TIENDA EN LÍNEA, MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE BOTONES DE PAGO SEGÚN LAS NECESIDADES DE LA MARCA.
- MANEJAR SOLVENTEMENTE LAS HERRAMIENTAS DE EDICIÓN DE VIDEO PARA PRODUCIR ELEMENTOS AUDIOVISUALES SEGÚN EL OBJETIVO A ALCANZAR.
- LOGRAR UN ÓPTIMO POSICIONAMIENTO SIN COSTO EN MOTORES DE BÚSQUEDA, MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE ESTRATEGIAS ON PAGE Y OFF PAGE.

- IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE PAGO EFECTIVAS EN LAS REDES SOCIALES MÁS IMPORTANTES MEDIANTE UNA CORRECTA SEGMENTACIÓN DEL POTENCIAL GRUPO DE INTERÉS.
- GESTIONAR LAS DISTINTAS TÉCNICAS DEL SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGEMENT, PARA CREAR CONTENIDO RELEVANTE DE CARA AL MUNDO EMPRESARIAL.
- CREAR CAMPAÑAS DE OBTENCIÓN, MANEJO Y SEGUIMIENTO DE CLIENTES POTENCIALES MEDIANTE LAS ESTRATEGIAS DE EMAIL MARKETING Y MANEJO DE LEADS.
- IMPLEMENTAR LA ANALÍTICA WEB PARA UNA INTERPRETACIÓN IDÓNEA DE RESULTADOS QUE PERMITA CONOCER LA EFECTIVIDAD DE LOS ESFUERZOS DIGITALES.
- REALIZAR UN PLAN TÁCTICO Y OPERATIVO EMPRESARIAL, MEDIANTE EL PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS ALCANZABLES Y MEDIBLES Y LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA COMPRENDIDO EN TODOS SUS PROCESOS.
- DISEÑAR CAMPAÑAS INTEGRALES DE MARKETING DIGITAL MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE TÉCNICAS DE PROMOCIÓN DE VENTAS DE SERVICIOS Y PRODUCTOS ONLINE Y OFFLINE.

¿CÓMO CONTRIBUIRÁ EL FUTURO PROFESIONAL AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, EL MEDIO AMBIENTE, EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y LA PRESERVACIÓN, DIFUSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO DE LAS CULTURAS Y SABERES? AL TRATARSE DE UNA CARRERA INNOVADORA, SE ESTÁ HABLANDO DE UNA PARTE INDISPENSABLE EN EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO Y NUEVAS FUENTES DE TRABAJO, QUE OPTIMIZAN INDIRECTAMENTE LA PRODUCTIVIDAD Y POR ENDE LA CALIDAD DE VIDA DE LA SOCIEDAD. POR OTRA PARTE, HOY EN DÍA, HOMBRES Y MUJERES SON MUCHO MÁS CONSCIENTES DE LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, POR LO QUE NOS ENCONTRAMOS EN LA OBLIGACIÓN Y EL COMPROMISO DE FORMAR PROFESIONALES CON UNA VISIÓN SOSTENIBLE QUE RESPETE EL MEDIO AMBIENTE MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS Y PROCESOS SUSTENTABLES. POR TODO ESTO, LOS TECNÓLOGOS SUPERIORES EN MARKETING DIGITAL, CONTRIBUIRÁN AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN, BRINDANDO UN SERVICIO OPORTUNO, RESPONSABLE Y PERTINENTE. ADEMÁS, PARA EL PAÍS, CADA VEZ ES MÁS IMPORTANTE CONTAR CON PERSONAL CALIFICADO, POR LO QUE INDIRECTAMENTE APORTAREMOS A LA PROFESIONALIZACIÓN Y TECNIFICACIÓN DEL SECTOR INFORMAL QUE INDUDABLEMENTE EXISTE, MEJORANDO LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA COMPETITIVIDAD PROFESIONAL. ASÍ MISMO, EL CONSTANTE DESARROLLO TECNOLÓGICO EN CUANTO A SERVICIOS, OBLIGA A LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES QUE SE ADAPTEN AL DESARROLLO Y LA CONSTANTE INNOVACIÓN, CONSIDERANDO TAMBIÉN LA AMPLIACIÓN Y LA PRESERVACIÓN DE CULTURAS Y CONOCIMIENTOS TANTO GLOBALES COMO NACIONALES. LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL SE ENCUENTRA DENTRO DE UN ÁMBITO NETAMENTE TECNOLÓGICO, POR LO QUE FUNCIONA COMO UN VERDADERO CATALIZADOR DE LA ECONOMÍA ACTUAL. EL MARKETING DIGITAL FAVORECE EL ENCUENTRO ENTRE EL OFERENTE Y EL CLIENTE POTENCIAL; ESTIMULA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA BRINDANDO SOLUCIONES A PROBLEMAS Y/O NECESIDADES DE MANERA DIGITAL, ESTIMULANDO DE ESTA MANERA, LOS ENGRANAJES DE LA ECONOMÍA.

¿CUÁLES SON LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS, EN EL MARCO DE UN ENFOQUE DE DERECHOS, IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD Y PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO, QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE OFRECE EL PROGRAMA? LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR MARKETING DIGITAL SERÁN FORMADOS EN LOS SIGUIENTES PRINCIPIOS Y VALORES: A) CALIDAD: GARANTIZAR A NUESTROS ESTUDIANTES LA MEJOR FORMACIÓN EN UN MARCO DE ALTA RIGUROSIDAD ACADÉMICA Y EXCELENCIA. B) PERTINENCIA: GUARDANDO CONGRUENCIA CON LAS NECESIDADES SOCIALES, ECONÓMICAS Y PRODUCTIVAS DE LA CUIDAD Y DEL PAÍS CONSIDERANDO TODA LA NORMATIVA Y REGULACIÓN QUE RIGE A LA EDUCACIÓN SUPERIOR ECUATORIANA. C) INTEGRALIDAD: FORMAR NO SOLO LAS COMPETENCIAS TEÓRICO PRÁCTICAS DEL PROFESIONAL SINO ENFATIZAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, LA ÉTICA Y LA CONCIENCIA. D) ACCESO UNIVERSAL: EDUCACIÓN SIN DISCRIMINACIÓN. E) IGUALDAD DE OPORTUNIDADES: MISMAS OPORTUNIDADES PARA TODA NUESTRA COMUNIDAD EDUCATIVA DE ACCESO, PERMANENCIA Y EGRESO. SERÁN FORMADOS BAJO LOS SIGUIENTES VALORES INSTITUCIONALES:

- HONESTIDAD
- RESPETO
- PROBIIDAD
- SERVICIO
- INNOVACIÓN
- RESPONSABILIDAD
- COMPROMISO
- IMPARCIALIDAD
- ENTREGA INSTITUCIONAL.

**Objeto de estudio:**

EL MARKETING DIGITAL UTILIZA NUEVOS MEDIOS Y CANALES PARA DISEÑAR ESTRATEGIAS QUE AYUDAN A LAS EMPRESAS A DESTACAR EN INTERNET Y CAPTAR MÁS CLIENTES. LAS REDES SOCIALES, LOS BLOGS, EL EMAIL MARKETING, LA PUBLICIDAD DE BÚSQUEDA SON SOLO ALGUNOS EJEMPLOS DE LAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS POR EL MARKETING DIGITAL. AL SER UN PROCESO GLOBAL SE PUEDE POSICIONAR EL PRODUCTO EN LA RED Y CUALQUIER PERSONA DE CUALQUIER PARTE DEL MUNDO PODRÁ TENER ACCESO. AL SER UN MEDIO INTERACTIVO PERMITE QUE LA COMUNICACIÓN ENTRE EMPRESAS Y CONSUMIDORES SE MAXIMICE, EL CONTROL DE DATOS YA NO ES A TRAVÉS DE ESTUDIOS DE MERCADO LENTOS Y COSTOSOS, AHORA SE PUEDEN REALIZAR DE MANERA INMEDIATA. LO MÁS IMPORTANTE, AHORA TAMBIÉN SE PERMITE SEGMENTAR EL PÚBLICO CON MUCHÍSIMOS CRITERIOS DEMOGRÁFICOS Y PSICOGRÁFICOS, PARA APUNTAR A OBJETIVOS MUCHO MÁS PERFILADOS Y DEFINIDOS. ESTAS SON SOLO ALGUNAS DE LAS MUCHAS BONDADES DE LA APLICACIÓN DEL MARKETING DIGITAL.

**Modalidad titulación:**

- EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO.
- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.