

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

Impresión realizada el: 14-07-2022

**Detalle de la carrera**

<b>IES:</b>	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI
<b>Código sniese:</b>	2198
<b>Tipo de financiamiento:</b>	PARTICULAR
<b>Sitio web:</b>	SIN DATOS
<b>Tipo de IES:</b>	ISTT
<hr/>	
<b>Estado de la carrera:</b>	VIGENTE
<b>Tipo de carrera:</b>	TECNOLÓGICO SUPERIOR UNIVERSITARIO
<b>Campo amplio:</b>	ADMINISTRACIÓN
<b>Campo específico:</b>	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
<b>Campo detallado:</b>	MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
<b>Programa:</b>	GESTIÓN DE MARKETING
<b>Título que otorga:</b>	TECNÓLOGO/A SUPERIOR UNIVERSITARIO EN GESTIÓN DE MARKETING
<b>Codificación:</b>	2198-560414G01-L-1705
<b>Lugar de ejecución:</b>	SEDE MATRIZ
<b>Provincia:</b>	PICHINCHA
<b>Cantón:</b>	RUMIÑAHUI
<b>Ciudad:</b>	RUMIÑAHUI
<b>Duración:</b>	6
<b>Periodo académico:</b>	ORDINARIO
<b>Semanas de periodo académico:</b>	16
<b>Modalidad:</b>	EN LÍNEA
<b>Valor de la matrícula:</b>	\$ 80,00
<b>Valor del arancel:</b>	\$ 800,00
<b>N° de resolución del CES:</b>	RPC-SO-25-NO.600-2021
<b>Estado actual:</b>	APROBADO POR EL CES
<b>Fecha de aprobación:</b>	2021-10-06
<b>Año de aprobación:</b>	2021
<b>Años de vigencia:</b>	5 años.
<b>Vigente hasta:</b>	2026-10-06
<b>N° de estudiantes por paralelo:</b>	20 estudiantes.
<b>N° de cohortes:</b>	2
<b>Convenio con otras entidades:</b>	- GRUPO ENROKKEE - EMPRESA NEXT ENTERPRISE, CIA. LTDA. - EMPRESA HOFFEN, CIA. LTDA
<b>N° de horas:</b>	4.320 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.
- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, RECONOCIDO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN O TÍTULO DE TERCER NIVEL TÉCNICO ? TECNOLÓGICO SUPERIOR
- FOTOCOPIA DE CÉDULA DE CIUDADANÍA
- FOTOCOPIA DE CERTIFICADO DE VOTACIÓN
- SOLICITUD DE INGRESO

**Objetivo general:**

FORMAR PROFESIONALES TECNÓLOGOS SUPERIORES UNIVERSITARIOS EN GESTIÓN DE MARKETING, CON FORMACIÓN CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA Y HUMANÍSTICA, CAPACITADOS EN LA CREACIÓN Y GENERACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS, DESARROLLO Y DIRECCIÓN DE LA MERCADOTECNIA, GENERADORES DE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICANDO, ANALIZANDO E IMPLEMENTANDO TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING DE CONTENIDOS, DIGITAL, MARKETING 2.0 Y 3.0 CON UNA ALTO ENFOQUE EN EL MARKETING VIRAL PARA RESPONDER A LOS RETOS DEL MERCADO LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL Y CON UNA ÉTICA DISTINTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA MITIGACIÓN DE CARENCIAS ORGANIZACIONALES DEL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO ECUATORIANO.

**Perfil de ingreso:**

EL ASPIRANTE A CURSAR LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE MARKETING DEBE CUMPLIR EL SIGUIENTE PERFIL:

APTITUDES

- DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA
- COMPRENSIÓN LECTORA ADECUADA
- DE RAZONAMIENTO LÓGICO Y MATEMÁTICO.
- CONVIVENCIA ARMÓNICA EN EL MARCO DE LOS DERECHOS, RESPETO A LA DIVERSIDAD Y LA INTERCULTURALIDAD.
- LIDERAZGO CIUDADANO CRÍTICO Y RESPONSABLE SOCIALMENTE.

ACTITUDES

- EMPRENDEDOR/A, CREATIVO/A, PENSAMIENTO CRÍTICO, ANALÍTICO, ÉTICO/A, CAPAZ DE INTEGRARSE A LOS PROCESOS COGNITIVOS BÁSICOS, CON ACTITUD POSITIVA AL TRABAJO EN EQUIPO.
  - DISPONIBILIDAD PARA ESTUDIAR, ENTENDER Y ADAPTARSE A OTRAS CULTURAS, TECNOLOGÍAS Y REALIDADES MUNDIALES.
  - MANEJARSE EN TODO MOMENTO BAJO NORMAS DE ÉTICA, PRINCIPIOS DE CONVIVENCIA Y RESPETO A LA CULTURA, LA NATURALEZA Y LOS DEMÁS.
  - INTERÉS POR LOS AVANCES EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES TIC'S.
  - PENSAR RIGUROSAMENTE, RAZONAR, ANALIZAR Y ARGUMENTAR DE MANERA LÓGICA, CRÍTICA Y CREATIVA. ADEMÁS, PLANIFICAR, RESOLVER PROBLEMAS Y TOMAR DECISIONES.
  - UTILIZAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y MEDIOS TALES COMO LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) PARA COMPRENDER LA REALIDAD CIRCUNDANTE, RESOLVER PROBLEMAS Y MANIFESTAR SU CREATIVIDAD.
  - RAZONAR NUMÉRICAMENTE CONOCER Y UTILIZAR LA MATEMÁTICA Y LA ESTADÍSTICA PARA LA FORMULACIÓN, ANÁLISIS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS.
  - COMUNICARSE EFECTIVAMENTE; COMPRENDER Y UTILIZAR EL LENGUAJE (ORAL Y ESCRITO) PARA COMUNICARSE Y APRENDER, TANTO EN LA LENGUA PROPIA COMO EN UNA LENGUA EXTRANJERA.
  - ACCEDER A LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DE MANERA CRÍTICA, INVESTIGAR, APRENDER, ANALIZAR, EXPERIMENTAR, REVISAR, AUTOCRITICARSE Y AUTOCORREGIRSE PARA CONTINUAR APRENDIENDO SIN NECESIDAD DE DIRECTRICES EXTERNAS.
- ADEMÁS, DISFRUTAR DE LA LECTURA Y LEER DE MANERA CRÍTICA Y CREATIVA

**Perfil de egreso:**

- ¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELATIVOS A HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS, CAPACIDADES COGNITIVAS Y COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS SON NECESARIOS PARA EL FUTURO EJERCICIO DEL PROFESIONAL?
- APLICA LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING EN LAS RESPECTIVAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA UN DEPARTAMENTO DE MARKETING PARA LA CONSECUCCIÓN DE LEALTAD DE MARCA, VALOR DE MARCA, VALOR PARA EL CLIENTE Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON EL OBJETIVO DE RETENER Y ATRAER CLIENTES PARA LOGRAR ESTABILIDAD Y ÉXITO ORGANIZACIONAL.
  - APLICA UN ENFOQUE AMPLIO E INTEGRADO QUE RECONOCE EL ALCANCE Y LA INTERDEPENDENCIA DE LOS EFECTOS

QUE PRODUCEN LAS ACTIVIDADES DEL MARKETING A TRAVÉS DEL MARKETING HOLÍSTICO QUE INCLUYA EL MARKETING SENSORIAL, EL MARKETING INTEGRADO, EL MARKETING INTERNO Y EL MARKETING SOCIAL.

- DISEÑA ACTIVIDADES PARA EJECUTAR PROGRAMAS DE MARKETING, ASÍ COMO INTEGRARLOS PARA CREAR, COMUNICAR Y ENTREGAR UN VALOR A LOS CLIENTES A TRAVÉS DEL MARKETING INTEGRADO.
- APLICA EL MARKETING DIGITAL Y LAS DIFERENTES HERRAMIENTAS WEB 2.0 PARA LAS ACTIVIDADES DEL MARKETING EN EL CAMPO EMPRESARIAL Y SUS RESPECTIVOS EMPRENDIMIENTOS PERSONALES.

¿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?

- APLICA UN ADECUADO SERVICIO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DEL MARKETING INTERNO PARA CONTRATAR, ENTRENAR Y MOTIVAR AL PERSONAL ADECUADO PARA SERVIR A LOS CLIENTES.
- COORDINA TODAS SUS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE ACTIVIDADES DEL MARKETING DE CONTENIDOS QUE RESPONDAN A LA NECESIDAD DE LOS CLIENTES DE ENCONTRAR PRODUCTOS O SERVICIOS QUE NO SÓLO SATISFAGAN SUS NECESIDADES Y DESEOS, SINO QUE GENEREN UN VALOR AGREGADO CON EL FIN DE SOBREPASAR SUS EXPECTATIVAS.
- APLICA LAS TÉCNICAS DE MARKETING 2.0, MARKETING 3.0 DESDE LAS REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA PRODUCIR INCREMENTOS EXPONENCIALES EN 'NOMBRE DE MARCA', EN EL CAMPO EMPRESARIAL Y SUS RESPECTIVOS EMPRENDIMIENTOS PERSONALES.
- OPERA LA GEOTECNOLOGÍA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL APOYO A LA GESTIÓN DEL MARKETING DIGITAL.
- GESTIONA PROCESOS INICIALES PARA EL EMPRENDIMIENTO A TRAVÉS DE MECANISMOS QUE PERMITAN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS REFERIDOS A LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN EL CONTEXTO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL.

¿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?

- FOMENTA LA SOSTENIBILIDAD, LA BIODIVERSIDAD Y EL RESPETO AL AMBIENTE A TRAVÉS DE UNA CULTURA BIOCÉNTRICA DE RESPETO A LOS DERECHOS DE LA NATURALEZA, PROMOViendo EL TRATO HUMANITARIO A LA FAUNA Y FLORA URBANA Y RURAL PARA SU PROTECCIÓN EN TODAS LAS ACCIONES DE MARKETING APLICADAS
- PROPICIA EL DIÁLOGO CON LOS OTROS SABERES EN CADA UNO DE LOS ESCENARIOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE, EN EL AULA, EN LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES O EN CUALQUIER OTRO CONTEXTO DONDE SE DESEMPEÑE SU PROFESIÓN.

¿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?

- FOMENTA LA EQUIDAD DE GÉNERO, LA IDENTIDAD ÉTNICA, LAS CAPACIDADES DIVERSAS, LAS CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS, ITINERARIOS CULTURALES Y CONCEPCIONES DE LA RELACIÓN CON LA NATURALEZA.
- INCORPORA UN ENFOQUE DE DERECHOS INDIVIDUALES Y COLECTIVOS EN TODOS LOS ÁMBITOS DEL QUEHACER PROFESIONAL, PROMOViendo ASPECTOS DE INTERCULTURALIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL.
- DESARROLLA ACTITUDES NO DISCRIMINATORIAS TANTO EN LA VIDA PERSONAL COMO EN SU ACTIVIDAD PROFESIONAL, CONTRIBUYENDO A LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD EQUITATIVA.

**Objeto de estudio:**

EL OBJETO DE ESTUDIO DE GESTIÓN DE MARKETING DELIMITA LOS ELEMENTOS ESENCIALES SOBRE LOS CUÁLES ESTUDIA Y APLICA ESTA DISCIPLINA:

- ATENDER Y ENTENDER LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES Y LAS RELACIONES DE INTERCAMBIO ENTRE EMPRESA Y CONSUMIDOR HACIENDO USO DE LAS ESTRATEGIAS DEL MARKETING.
  - DISEÑAR Y EVALUAR LA PLANIFICACIÓN DE LA GESTIÓN DEL MARKETING EN LA EMPRESA.
  - INVESTIGAR, INNOVAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR ACORDE A LAS TENDENCIAS DE LOS MERCADOS Y MANEJOS DE TECNOLOGÍAS.
  - PROYECTAR Y CALCULAR LOS BENEFICIOS EN LA TOMA DE DECISIONES SOBRE LAS ESTRATEGIAS APLICADAS.
- LA PROFESIÓN DE TECNÓLOGO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN GESTIÓN DE MARKETING SUPONE TRANSFORMAR:
- OPTIMA COMPRESIÓN AL MERCADO DE MANERA MÁS EFECTIVA CON EL USO DE LA TECNOLOGÍA QUE APORTEN INFORMACIÓN MÁS ACERTADA DE LOS CLIENTES.
  - OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS - FINANCIEROS Y TECNOLÓGICOS EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS.
  - GENERACIÓN DE MARCAS FUERTES QUE SEAN SOSTENIBLES EN EL MERCADO.
  - MOTIVACIÓN AL DESARROLLO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS BASADOS EN LA INNOVACIÓN DE PRODUCTOS NUEVOS.
  - IMPULSO A LA CREACIÓN DE VALOR EN EL QUEHACER DE LAS PYMES PARA SU DESARROLLO COMPETITIVO

**Modalidad titulación:**

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
- EXAMEN COMPLEXIVO