

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

Impresión realizada el: 14-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES:	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL
Siglas:	ITF
Código sniese:	2258
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR
Sitio web:	SIN DATOS
Tipo de IES:	ISTT

Estado de la carrera:	VIGENTE
Tipo de carrera:	TECNOLÓGICO SUPERIOR UNIVERSITARIO
Campo amplio:	ADMINISTRACIÓN
Campo específico:	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Campo detallado:	MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
Programa:	MARKETING
Título que otorga:	TECNÓLOGO/A SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MARKETING
Codificación:	2258-560414A01-L-0901
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	GUAYAQUIL
Ciudad:	GUAYAQUIL
Duración:	6
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	16
Modalidad:	EN LÍNEA
Valor de la matrícula:	\$ 150,00
Valor del arancel:	\$ 1.500,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-25-NO.600-2021
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2021-10-06
Año de aprobación:	2021
Años de vigencia:	5 años.
Vigente hasta:	2026-10-06
N° de estudiantes por paralelo:	30 estudiantes.
N° de cohortes:	2
Convenio con otras entidades:	<ul style="list-style-type: none">- CENTRAL DE SEGUROS ECUADOR- FARMACIA DISPRODELSA- TRAINING ALL IN ONE- CW OPERACIONES DE RASTREO VEHICULAR CARWAY S.A- GILEXA S.A.- COMERCIALIZACIÓN DE ESTÉTICA Y BELLEZA NOVEP S.A.- MAPFRE ATLAS COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.- AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO JOIN TOURS S.A- FUNDACIÓN PURO CORAZÓN- FUNDACIÓN HUANCABILCA- FUNDACIÓN FE, AMOR Y ESPERANZA
N° de horas:	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:

- TENER TÍTULO DE BACHILLER
- SOLICITUD DE ADMISIÓN EN FORMATO DEL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO 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.
- FICHA Y VALORACIÓN MÉDICA
- 6 FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNÉ.
- 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:

FORMAR UN PROFESIONAL EN EL ÁREA DE MARKETING CON COMPETENCIA DIGITALES ACADÉMICA Y HABILIDAD PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES E INNOVADORAS EN ENTORNOS FÍSICOS Y VIRTUALES ACORDE A LA NECESIDAD DEL MERCADO LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL, CON CAPACIDAD INVESTIGATIVA Y VALORES ÉTICOS PARA LA TOMA DE DECISIONES LABORALES.

Perfil de ingreso:

EL PERFIL IDÓNEO DEL ESTUDIANTE QUE VA A INGRESAR A LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING EN EL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO 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.

ADICIONALMENTE, LOS RASGOS DESEABLES ESPERADOS DEL ASPIRANTE AL INGRESO SON:

- FACILIDAD PARA EXPRESARSE ANTE LAS DEMÁS PERSONAS.
- CAPACIDAD DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS.
- CAPACIDAD DE OBSERVACIÓN.
- HÁBITOS DE ESTUDIO.
- ACTITUD INNOVADORA.
- ACTITUD CRÍTICA Y REFLEXIVA.

Perfil de egreso:

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

ACTUALMENTE LA INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DESARROLLAR UN NUEVO MODELO, POR LO TANTO, ES INDISPENSABLE ENTENDER LA MANERA EN LA QUE SE COMPORTA LA DEMANDA DE CARRERAS Y PROGRAMAS DE ESTUDIOS SUPERIORES.

SE TRATA DE PRIORIZAR AQUELLAS CARRERAS VINCULADAS A LAS INDUSTRIAS ESTRATÉGICAS Y DEMÁS ÁMBITOS DEL

CONOCIMIENTO QUE SON NECESARIOS PARA POTENCIAR EL DESARROLLO ENDÓGENO DEL PAÍS.

CON LA MODIFICACIÓN DEL MODELO EDUCACIONAL EN EL PAÍS, SE PODRÁ AUMENTAR LA OFERTA EXPORTABLE DEL ECUADOR, DISMINUIR LA EXTRACCIÓN DE SUS RECURSOS NATURALES, INTRODUCIR VALOR AGREGADO A LA PRODUCCIÓN PRIMARIA LOCAL Y PERMITIR LA INSERCIÓN ESTRATÉGICA DEL PAÍS EN EL ÁMBITO REGIONAL E INTERNACIONAL.

LAS IES ESTÁN VIVIENDO MOMENTOS EN QUE LO ÚNICO PERMANENTE ES EL CAMBIO, SITUACIÓN QUE IMPLICA NUEVOS RETOS EN UN AFÁN DE MEJORAR LA CALIDAD EDUCATIVA, ESTAR ACORDES CON LOS AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS Y OFRECER MEJORES NIVELES DE CONFIANZA Y COMPETITIVIDAD CON SUS RESULTADOS.

DENTRO DEL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS EN LOS ESTUDIANTES DE LOS TECNOLÓGICOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR, ES NECESARIO QUE LOS ALUMNOS A TRAVÉS DE UN PROCESO CONSTRUYAN CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS EN UN ÁREA DETERMINADA, DIVULGUEN DE FORMA ORAL Y ESCRITA SUS RESULTADOS Y APLIQUEN SUS CONOCIMIENTOS A TRAVÉS DE LA PRÁCTICA TRANSFORMADORA CON IDONEIDAD Y RESPONSABILIDAD.

PARA DEFINIR LOS HORIZONTES EPISTEMOLÓGICOS QUE DEBEN CONSIDERARSE EN LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL EN MARKETING SE PLANTEA DOS PROPUESTAS, LA PRIMERA RELACIONADA A LA COMPLEJIDAD DE LOS SISTEMAS SOCIALES Y LA SEGUNDA QUE NACE DESDE LOS SISTEMAS ADAPTATIVOS COMPLEJOS.

SE PLANTEA QUE LA DINÁMICA DE DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICA DONDE ACTÚA EL MARKETING EXIGE LA COMPRENSIÓN DE LA SOCIEDAD BAJO TRES CONCEPTOS FUNDAMENTALES: SISTEMA, RED Y ADAPTABILIDAD, LO QUE ES CONSECUENTE CON LOS NUEVOS PARADIGMAS PLANTEADOS.

COMO TODA DISCIPLINA EL MARKETING SE VE INFLUENCIADO POR DIFERENTES CIENCIAS POR LA CUAL HA TENIDO QUE ACOPLAR LA DIFERENTE INFORMACIÓN QUE ACTÚAN SOBRE ÉL, CON EL PASO DE LOS AÑOS, ESTA DISCIPLINA HA SUFRIDO TRANSFORMACIONES DESDE EL MOMENTO DE SU NACIMIENTO, CAMBIOS HISTÓRICOS, LA HERENCIA ACTUAL DE ANTIGUAS PRÁCTICAS E INSTITUCIONES DEL MARKETING Y SU ESTABILIDAD A TRAVÉS DEL TIEMPO, DE ESTA MANERA NOS ENCONTRAMOS CON LA GÉNESIS Y LA EVOLUCIÓN DEL MERCADEO SE MARCAN MOMENTOS IMPORTANTES DENTRO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL Y EL MARKETING COMO DISCIPLINA EN MIRAS DE CONVERTIRSE EN UNA CIENCIA SOCIAL MULTIDISCIPLINAR.

LO ANTERIOR NOS MARCA LA PAUTA PARA VER AL PROFESIONAL DEL MARKETING NO SOLO COMO UN PRESTADOR DE SERVICIOS SINO COMO CIENTÍFICO QUE PUEDE MEDIANTE LA OBSERVACIÓN GENERAR CONOCIMIENTO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS INDIVIDUOS EN SU ENTORNO, SIEMPRE Y CUANDO SUS OBSERVACIONES NO SEAN SÓLO UNA ESPECULACIÓN FILOSÓFICA SINO RESULTADOS PLASMADOS EN EL TEXTO DE LA TEORÍA, DE SUS ENUNCIADOS Y CONCEPTOS CIENTÍFICOS. (?)

¿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?

EL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING CONTIENE COMO RESULTADOS DE APRENDIZAJE, EL MANEJO DE MÉTODOS, METODOLOGÍAS, MODELOS, PROTOCOLOS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE CARÁCTER PROFESIONAL E INVESTIGATIVO.

EL MISMO SE ENFOCA EN LA POSIBILIDAD COMPRENDER Y APLICAR LAS TÉCNICAS Y MÉTODOS DE MARKETING EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN MÁS FRECUENTEMENTE EN EL ENTORNO COMERCIAL COMPLEJO, COMPETITIVO Y GLOBALIZADO.

EN ESTE SENTIDO, EL EGRESADO EN LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING DESARROLLA HABILIDADES Y APTITUDES PARA CUBRIR EL CARÁCTER RESOLUTIVO, BASÁNDOSE EN LA RELACIÓN DIDÁCTICA ENTRE DOCENTE Y ESTUDIANTE, SIN PERDER DE VISTA LAS INTERACCIONES QUE CONSTITUYEN LA DIMENSIÓN ACADÉMICA QUE DEFINIRÁ SU EJERCICIO PROFESIONAL, DADO QUE EN TODA COMPETENCIA SE INCLUYEN LOS SABERES: SABER, HACER Y SER.

LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA SE BASA EN EL DIÁLOGO E INTERCAMBIO DE OPINIONES SOBRE TEMAS PROPUESTOS CON UNA ESTRUCTURA ACADÉMICA, MODERNA Y PRÁCTICA E INNOVADORA.

EL DESARROLLO DE LOS PROCESOS ENSEÑANZA - APRENDIZAJE ESTARÁ SUSTENTADO EN LAS ACTIVIDADES DE TIPO CORPORATIVO COMO: IDENTIDAD, AUTONOMÍA, INTEGRIDAD, VALORACIÓN, RESPETO, COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN, MEDIANTE LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CASOS REALES PROPUESTOS POR LOS MISMOS DISCENTES DONDE SE APRECIARÁ LA INVESTIGACIÓN, CREATIVIDAD, PRODUCTIVIDAD, GENERADA A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL Y GRUPAL ENFOCADA AL DESARROLLO INTEGRAL DE LA PROFESIÓN. (?)

¿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?

EL PERFIL DE EGRESO DEL TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING EN EL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL DESARROLLA LOS ACTITUDES Y APTITUDES DEL ESTUDIANTE PARA QUE, MEDIANTE SUS COMPETENCIAS PROFESIONALES, RESPONSABILIDAD SOCIAL, Y PRINCIPIOS ÉTICOS SON CAPACES DE ENFRENTAR EL MUNDO COMPETITIVO ACTUAL.

TIENE LA CAPACIDAD DE COMUNICARSE APROPIADAMENTE DE FORMA VERBAL Y ESCRITA UTILIZANDO CRITERIOS Y

ALEGATOS DE INDAGACIÓN.

A TRAVÉS DEL TRABAJO DOCENTE Y EL DESARROLLO PEDAGÓGICO, LOS ESTUDIANTES CONOCEN LOS PRINCIPALES CONCEPTOS PROFESIONALES Y ESTABLECER MARCOS TEÓRICOS MEDIANTE FUNDAMENTOS CIENTÍFICOS.

- CONOCER LOS PROCESOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO MEDIANTE LAS HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN DEL MISMO ADEMÁS DE IDENTIFICAR SUS NECESIDADES CON EL FIN DE CREAR Y POTENCIALIZAR PRODUCTOS Y SERVICIOS CAPACES DE GENERAR VALOR AGREGADO A LA COMUNIDAD.

- CONOCER EL DESARROLLO Y DIFERENCIA DE LOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES CON EL FIN DE GENERAR RIQUEZA EN BASE A ESTRUCTURAS DE NEGOCIOS.

- ANALIZA EL MACRO Y MICRO ENTORNO DE FORMA ADECUADA TOMANDO DECISIONES, REALIZANDO DIAGNÓSTICOS Y ESTABLECIENDO SOLUCIONES.

MEDIANTE EL ESTUDIO EN LA CARRERA ES CAPAZ DE LIDERAR MEDIANTE ESTRATEGIAS DE COACHING, ADEMÁS DE CONOCER LAS PRINCIPALES TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN LABORAL, CREAR AMBIENTES DE TRABAJOS QUE RESPETEN LA ERGONOMÍA Y CLIMA ORGANIZACIONAL.

- GESTIONA EQUIPOS DE TRABAJO, ORGANIZA Y COORDINA CON RESPONSABILIDAD EL DESARROLLO DE ASIGNACIÓN DE TAREAS FORTALECIENDO EL DESARROLLO Y MANTENIMIENTO DE RELACIONES INTERPERSONALES.

- CONOCE LA IMPORTANCIA DE UN CONFLICTO LABORAL MEDIANTE LA RESOLUCIÓN DEL MISMO Y LO CANALIZA PARA LA MEJORA DEL AMBIENTE LABORAL.

- 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 ES CAPAZ DE DENTRO DE SUS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES REDACTAN ANUNCIOS PUBLICITARIOS QUE PERSUADE AL COMPRADOR. (?)

¿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?

EL PERFIL DE EGRESO DEL TECNÓLOGO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MARKETING MUESTRA LOS VALORES Y PRINCIPIOS QUE SE PROMOVERÁN EN EL PROCESO DE FORMACIÓN INTEGRAL DE LOS ESTUDIANTES, QUE NACEN DE UN IMPERATIVO DE LA REALIDAD SOCIAL QUE NECESITA RESPUESTAS MULTIDISCIPLINARES, BASADO EN UN MODELO DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL, EN MARCADO DENTRO DE LAS CORRIENTES ACTUALES EN UNA DIMENSIÓN MUNDIAL Y GLOBAL, HACIENDO A LOS PROFESIONALES CONSCIENTES DE SUS RESPONSABILIDADES SOCIALES.

EL CUAL SE ESTRUCTURA ATENDIENDO A LOS VALORES MÁS AUTÉNTICOS DE LA CARRERA COMO PARTE DE UNA POLÍTICA ESCOLAR CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA TODOS Y LEGITIMANDO LA DIVERSIDAD CULTURAL.

LA GLOBALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD EXIGE ACTUALMENTE PROFESIONALES CAPACITADOS PARA LA TOMA DE DECISIONES ANTE ESCENARIOS QUE MUESTRA UN MERCADO DINÁMICO E INNOVADOR CADA DÍA A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA CARRERA TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING SE PROMUEVE LA FORMACIÓN DE VALORES COMO EL RESPETO, CREATIVIDAD, Y LA LEALTAD.

ADEMÁS, SE ACOMETERÁ:

- PROMOVER LA MENTORÍA ENTRE IGUALES COMO RECURSO PARA EL APRENDIZAJE, LA AYUDA OPORTUNA Y EL DESARROLLO DE VALORES.

- ACTUAR CON ELEVADO SENTIDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y PENSAMIENTO CRÍTICO Y REFLEXIVO, QUE LE PERMITE SER UN PROFESIONAL QUE SE ADAPTA A LOS CAMBIOS EN EL MERCADO COMPETITIVO.

- LOGRAR UN ALCANCE CON CAPACIDAD DE APRENDIZAJE EN EL DISCENTE QUE LE PERMITA PARTICIPAR CON ÉXITO EN PROGRAMAS DE PERFECCIONAMIENTO PROFESIONAL Y DE INVESTIGACIÓN SEGÚN LOS IMPERATIVOS SOCIALES EN MERCADO ACTUAL.

- BRINDAR AL EGRESADO LA CAPACIDAD DE COMPRENDER EL PENSAMIENTO EMOCIONAL DEL PÚBLICO OBJETIVO Y ADEMÁS DOMINAR TODAS LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y POTENCIAR EL PENSAMIENTO EMPRENDEDOR CREATIVO.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING TIENE COMO OBJETO EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LOS MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES.

EL ESPECIALISTA EN MARKETING TENDRÁ LA CAPACIDAD DE POSICIONAR PRODUCTOS Y SERVICIOS, ANALIZAR Y ESTABLECER POLÍTICAS DE PRECIOS PARA LOS MISMOS, INVESTIGAR SEGMENTOS DE MERCADO, ESTABLECER CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LLEVAR A CABO PLANES DE MARKETING SEGÚN LAS CONDICIONES DE LA DEMANDA.

EN TAL SENTIDO EL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN A TRAVÉS DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING PRETENDE TRANSFORMAR EL PENSAMIENTO DE LOS NUEVOS PROFESIONALES EN EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y UN ENTENDIMIENTO DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y LA SITUACIÓN SOCIAL DE TU ENTORNO IDENTIFICANDO NICHOS DE MERCADO Y POSICIONANDO EL SERVICIO O PRODUCTO, CREANDO ASÍ UN INTERCAMBIO CON EL CLIENTE EN DONDE AMBAS PARTES GANEN.

Modalidad titulación:

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

- EXAMEN COMPLEXIVO