

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

Impresión realizada el: 15-07-2022

**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/A EN MARKETING |
| Codificación: | 2258-560414A01-P-0901 |
| Lugar de ejecución: | SEDE MATRIZ |
| Provincia: | GUAYAS |
| Cantón: | GUAYAQUIL |
| Ciudad: | GUAYAQUIL |
| Duración: | 6 |
| Periodo académico: | ORDINARIO |
| Semanas de periodo académico: | 16 |
| Modalidad: | PRESENCIAL |
| Valor de la matrícula: | \$ 150,00 |
| Valor del arancel: | \$ 1.500,00 |
| N° de resolución del CES: | RPC-SO-11-NO.164-2022 |
| Estado actual: | APROBADO POR EL CES |
| Fecha de aprobación: | 2022-03-16 |
| Año de aprobación: | 2022 |
| Años de vigencia: | 5 años. |
| Vigente hasta: | 2027-03-16 |
| N° de estudiantes por paralelo: | 30 estudiantes. |
| N° de cohortes: | 2 |
| Convenio con otras entidades: | DISPRODELSA TRAINING ALL IN ONE GILEXSA S.A. CENTRAL DE SEGUROS DEL ECUADOR FUNDACION HUANCAVILCA CW OPERACION ES DE RASTREO VEHICULAR CARWAY S.A. COMERCIALIZADORA DE ESTETICA & BELLEZA NOVEP S.A. AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO JOIN TOURS S.A FUNDACION PURO CORAZON MAPFRE ATLAS COMPAÑIA DE SEGUROS S.A. FUNDACION AMOR FE Y ESPERANZA |
| N° de horas: | 4.320 Horas. |



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 15-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON LA LEY.
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 CARNET.
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).
LA IES ACEPTARÁN LOS TÍTULOS DE BACHILLER OBTENIDOS EN EL EXTRANJERO, RECONOCIDOS O EQUIPARADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.
LA IES ACEPTARÁN LOS TÍTULOS DE BACHILLER OBTENIDOS EN EL EXTRANJERO, RECONOCIDOS O EQUIPARADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

Objetivo general:

FORMAR UN PROFESIONAL EN EL ÁREA DE MARKETING CON COMPETENCIA DIGITALES ACADÉMICAS 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 Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?
EL PROFESIONAL DE LA CARRERA DE MARKETING ESTÁ CAPACITADO PARA DISEÑAR, DESARROLLAR, APLICAR Y EVALUAR ESTRATEGIAS BASADAS EN PRINCIPIOS, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE MARKETING, LAS CUALES ESTARÁN ACORDE A LOS CAMBIOS DE MERCADO, INCIDIENDO DE ESTA FORMA A LA TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES. ESTE

PROFESIONAL TAMBIÉN DESARROLLA PLANES DE MARKETING CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL UTILIZANDO COMO BASE EPISTÉMICA LOS FUNDAMENTOS DE MARKETING, LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, GESTIÓN EMPRESARIAL, ESTADÍSTICA, DISEÑO PUBLICITARIO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, DE ESTA FORMA PODER IDENTIFICAR, DIAGNOSTICAR Y ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO SOCIAL DONDE SE DESARROLLA, ESTE PROFESIONAL TAMBIÉN ESTARÁ EJERCER Y DESARROLLAR LIDERAZGO PARA EL LOGRO DE METAS COMERCIALES EN LA ORGANIZACIÓN MEJORAR E INNOVAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN DETECTAR OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER NUEVOS NEGOCIOS Y/O DESARROLLAR NUEVOS PRODUCTOS DISEÑAR, EVALUAR Y ADMINISTRAR PROYECTOS DE MARKETING EN DIFERENTES TIPOS DE ORGANIZACIONES.

¿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. ASÍ COMO: IDENTIFICA LAS TENDENCIAS EN EL MARCO DEL MERCADO GLOBAL Y SU APLICACIÓN EN LA EMPRESA ECUATORIANA. APLICA EL CONOCIMIENTO ADQUIRIDO DE MARKETING PARA RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LAS MIPYMES Y BRINDAR APOYO OPERATIVO A LAS GRANDES EMPRESAS. SELECCIONA LOS SEGMENTOS DE MERCADO. DISEÑA PRODUCTOS, SERVICIOS Y PROGRAMAS PARA ATENDER A LOS MERCADOS SELECCIONADOS. DESARROLLA ACTIVIDADES DE DISEÑO Y PROMOCIÓN EN MEDIOS DIGITALES. APLICA INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN PARA IDENTIFICAR NECESIDADES Y DESEOS DE LOS POTENCIALES CONSUMIDORES. EJECUTA Y ANALIZA RESULTADOS DE ESTUDIOS DE MERCADO QUE CONSTITUIRÁN OPORTUNIDADES DE NEGOCIO. DESARROLLA UN PUNTO DE VISTA ACERCA DE LA COMPLEJIDAD Y DIMENSIÓN DEL MARKETING. SUPERVISA EL PROCESO LOGÍSTICO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS. ELABORA PLANES DE NEGOCIOS Y DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE UNA NUEVA MARCA, PRODUCTO O EMPRENDIMIENTO PROPIO. DESARROLLA LA HABILIDAD PARA TRABAJAR COMO PARTE DE UN EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO E INTERCULTURAL. GESTIONA RELACIONES SÓLIDAS Y RENTABLES BUSCANDO LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES. COMPRENDE LA RESPONSABILIDAD ÉTICA Y PROFESIONAL DE LA CARRERA. ELABORA UNA ESTRUCTURA METODOLÓGICA INVESTIGATIVA DONDE SE REVELE. DISEÑO, DESARROLLO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MARKETING EN MERCADO.

¿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?

EL PERFIL DE EGRESO DEL TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING EN EL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL DESARROLLA LAS 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.

¿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?

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.

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:

EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR