

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

Impresión realizada el: 15-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES:	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BLUE HILL COLLEGE
Siglas:	ITSBH
Código sniese:	2164
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR
Sitio web:	SIN DATOS
Tipo de IES:	ISTT
<hr/>	
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 DIGITAL
Título que otorga:	TECNÓLOGO/A SUPERIOR UNIVERSITARIO/A EN MARKETING DIGITAL
Codificación:	2164-560414B01-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:	\$ 127,30
Valor del arancel:	\$ 1.273,00
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:	UNIVO S.A. ASOCIACIÓN COLEGIO AMERICANO DE GUAYAQUIL SERVICIOS Y CONSTRUCCIONES RAMIREZ & BELTRAN SERCONSTRABE S.A. SECURITYCOM CÍA. LTDA. BELTRÁN Y ASOCIADOS CÍA. LTDA. SERVISONIC S.A. FRULAN S.A.
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.
HOJA DE INSCRIPCIÓN.
DOS FOTOGRAFÍAS A COLOR TAMAÑO CARNET.
COPIA A COLORES DE LA CÉDULA DE CIUDADANÍA O IDENTIDAD.
COPIA DEL CERTIFICADO O CARNET DE TIPO DE SANGRE O LICENCIA DE CONDUCIR.
COPIA DE UNA PLANILLA DE SERVICIOS BÁSICO CORRESPONDIENTE AL DOMICILIO DEL ESTUDIANTE.
COPIA DEL TÍTULO DE BACHILLER (IMPRESIÓN DEL CERTIFICADO DIGITAL EMITIDO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN EN SU PÁGINA WEB). PARA LOS TÍTULOS DE BACHILLER OBTENIDOS EN EL EXTRANJERO, DEBERÁN SER RECONOCIDOS O APROBADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.
APROBAR EL EXAMEN DE INGRESO O CURSO DE NIVELACIÓN.
LOS ESTUDIANTES CON ESTUDIOS SUPERIORES PREVIOS DEBERÁN PRESENTAR LOS TRANSCRIPTS Y PROGRAMAS DE ESTUDIO OFICIALES DE OTRAS IES NACIONALES Y/O EXTRANJERAS.
PAGAR LOS DERECHOS ARANCELARIOS.
LOS DEMÁS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO CORRESPONDIENTE DEL INSTITUTO Y DEMÁS NORMATIVA APLICABLE.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES CON CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DEL MUNDO DEL COMERCIO DIGITAL, CON UNA ORIENTACIÓN A EMPRENDER, INNOVAR, CREAR Y SOCIALIZAR PRODUCTOS O SERVICIOS EN UN ENTORNO VIRTUAL, ALIENADOS A LA MEJORA CONTINUA TANTO EN EL SECTOR PÚBLICO COMO PRIVADO.

Perfil de ingreso:

EL ALUMNO ASPIRANTE A CURSAR LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN MARKETING DIGITAL EN BLUE HILL COLLEGE DEBE REUNIR LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS:

- ° CONOCIMIENTOS SOBRE EL ÁREA DE ESTUDIO Y LA PROFESIÓN.
- ° CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA.
- ° HABILIDAD EN EL USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN.
- ° CAPACIDAD DE INVESTIGACIÓN.
- ° CAPACIDAD DE APRENDER Y ACTUALIZARSE DE FORMA PERMANENTE.
- ° HABILIDADES PARA BUSCAR, PROCESAR Y ANALIZAR INFORMACIÓN PROCEDENTE DE FUENTES DIVERSAS.
- ° CAPACIDAD CRÍTICA Y AUTOCRÍTICA.
- ° CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA.
- ° CAPACIDAD PARA IDENTIFICAR, PLANTEAR Y RESOLVER PROBLEMAS.
- ° CAPACIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO.
- ° HABILIDADES INTERPERSONALES.
- ° COMPROMISO CON LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.
- ° COMPROMISO CON SU MEDIO SOCIO-CULTURAL.
- ° COMPROMISO ÉTICO.
- ° COMPROMISO CON LA CALIDAD.

Perfil de egreso:

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

° DOMINA LOS ELEMENTOS CLAVES DEL CAMPO DE CONOCIMIENTO DE MARKETING DIGITAL. ° COMPRENDE CONCEPTOS CLAVES DE ACUERDO AL SISTEMA CONTABLE Y FINANCIERO. ° EVALÚA Y DIAGNOSTICA ELEMENTOS INTERNOS DE TIPO COMERCIAL QUE DESARROLLAN INDICADORES ESTRATÉGICOS Y METAS EN EL CONTEXTO DE LA PLANIFICACIÓN DE MARKETING DIGITAL. ° EJECUTA TÉCNICAS DE LIDERAZGO DE NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN EN DISTINTOS MERCADOS DE ACUERDO A LA TOMA DE DECISIONES Y COMUNICACIÓN ASERTIVA. ° DISEÑA ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN CREATIVAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING ACORDE A LOS DISTINTOS MEDIOS DIGITALES Y ESCRITOS. ° UTILIZA EFICIENTEMENTE HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS DIGITALES TELEMÁTICAS Y DE COMUNICACIÓN CONFORME A LOS NEGOCIOS EN EL MUNDO DIGITAL. ° IMPLEMENTA TOMA DE DECISIONES EFICIENTES EN PROCESOS Y TRABAJO EN EQUIPO DE ACUERDO A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE COMERCIO NACIONAL E INTERNACIONAL, POLÍTICAS DE PRECIO Y COSTO, PRODUCTO Y EXPECTATIVAS DEL CLIENTE. ° DESARROLLA PROCESOS DE INSTITUCIONALIDAD EMPRESARIAL, EN LO PÚBLICO Y PRIVADO, TOMANDO EN CUENTA METAS, OBJETIVOS, RESULTADOS Y ACTIVIDADES DE MARKETING. ° COORDINA PROCESOS DE MERCADEO Y RECURSOS EN EL CONTEXTO DEL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA. ° CONOCE PROCESOS DE PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL DE ACUERDO A LAS METAS Y

OBJETIVOS INSTITUCIONALES. ° DESARROLLA CONTENIDOS DIGITALES APROPIADOS PARA EL USUARIO, LA MARCA Y EL NEGOCIO. ° CREA ESTRATEGIAS DE TRANSACCIONES DE COMPRA Y VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL CONTEXTO DIGITAL. ° DOMINA ESTRATEGIAS DE MEJORA DE LA MARCA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN EN CONCORDANCIA CON LA FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.

¿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?

° SISTEMATIZA PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN ACORDE A PROCESOS DE INVESTIGACIÓN ARITMÉTICA, ESTADÍSTICA, PSICOLÓGICA Y FINANCIERAS. ° MANEJA TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES DE ACUERDO A LA EVALUACIÓN, DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PLANES DE MERCADEO. ° COMPRENDE PROCESOS DE INVESTIGACIÓN, ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y DE AUDIENCIAS DE ALTO NIVEL CONFORME AL CONTEXTO DE LAS INSTITUCIONES Y DEL PÚBLICO OBJETIVO. ° DOMINA PROTOCOLOS DE ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL NUEVO CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. ° ANALIZA COMPORTAMIENTOS Y REACCIONES GENERADAS POR EL CLIENTE EN EL MARCO DE LAS PRÁCTICAS DE MERCADOTECNIA. ° IMPLEMENTA PROCEDIMIENTOS ANALÍTICOS EN EL CONTEXTO DE LA SEGMENTACIÓN DE LOS CLIENTES DE ACUERDO A SUS NECESIDADES. ° COMPRENDE LOS ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE PAUTAS DE COMPRA Y EL USO DE LOS BIENES Y SERVICIOS DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES. ° CONOCE Y COMPRENDE LOS LENGUAJES DE LOS MEDIOS, RECURSOS AUDIOVISUALES Y HERRAMIENTAS DE ACUERDO A TRABAJOS DE DISEÑO DIGITAL PROFESIONAL.

¿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?

° COMPRENDE EL MARKETING Y SUS POSTURAS EN EL ASPECTO DIGITAL DE ACUERDO A LOS ÁMBITOS LOCALES Y GLOBALES, A LA COYUNTURA MUNDIAL Y EL BAGAJE MULTICULTURAL DEL ESPACIO MEDIÁTICO CONTEMPORÁNEO. ° GESTIONA SERVICIOS Y PLANES COMERCIALES CON BASE EN LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE INTERRELACIONADO CON LA SOCIEDAD, LA CULTURA Y EL APEGADO AL PROFESIONALISMO CON ESTRICITOS PROCESOS BASADOS EN VALORES Y ÉTICA. ° CONTRIBUYE A LA CONSOLIDACIÓN DE UN SISTEMA ECONÓMICO, SOCIAL Y SOLIDARIO EN CONDICIONES DE IGUALDAD Y SOSTENIBLE AL MEDIO AMBIENTE DE ACUERDO A LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE LA SOCIEDAD. ° PROMUEVE EL DESARROLLO PRODUCTIVO COMUNITARIO, LA PARTICIPACIÓN, EL USO DE LA INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS QUE CONLLEVEN A UN PLANEAMIENTO DE MARKETING DIGITAL DE ACUERDO AL MODELO DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. ° FOMENTA UNA CULTURA DE CAMBIO EN LAS EMPRESAS Y DEL ENTORNO COMERCIAL CONFORME ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS INNOVADORAS DE MARKETING EFICIENTE. ° CONTRIBUYE AL EMPRENDIMIENTO ORIENTADO A LOS CONOCIMIENTOS Y SABERES DESDE LA TOMA DE DECISIONES, CONCORDE AL PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN QUE DA PASO A UN PLAN DE MERCADOTECNIA EMPRESARIAL, COMERCIAL Y SOCIAL. ° DESARROLLA LOS ELEMENTOS CLAVES DE PLANES DE POSICIONAMIENTO Y GESTIÓN DE MARCAS ACORDE A LAS TENDENCIAS DIGITALES Y DEL MERCADO. ° IDENTIFICA ESTRATEGIAS COMERCIALES ACORDE A LOS PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN EN LOS ECOSISTEMAS PRODUCTIVOS DE LA ERA DIGITAL. ° ANALIZA LA DINÁMICA DE LAS EMPRESAS Y LA ECONOMÍA EN CONCORDANCIA CON LA EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS. ° ANALIZA LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA EXPANSIÓN GLOBAL DE UN PRODUCTO, BIEN O SERVICIO DE ACUERDO A LOS INTERESES INSTITUCIONALES.

¿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?

° GENERA PENSAMIENTO ESTRATÉGICO, CRÍTICO Y ANALÍTICO DE ACUERDO AL CONTEXTO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL DENTRO DEL CUAL SE DESARROLLAN PROYECTOS DE MARKETING DIGITAL EN LA ACTUALIDAD. ° DIRIGE EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS DE TRABAJO DE ACUERDO A PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE AGENCIAS, DESPACHOS O INSTITUCIONES. ° DESARROLLA UNA ACTITUD PARTICIPATIVA Y BASADA EN LA COLABORACIÓN QUE DE PASO AL CRECIMIENTO PERSONAL, PROFESIONAL Y GRUPAL. ° DEMUESTRA CAPACIDADES DE SÍNTESIS CONCEPTUALES, HABILIDADES ASOCIADAS AL SABER HACER Y VALORES EN EL DESARROLLO DE SU TRABAJO FINAL DE TESIS.

Objeto de estudio:

LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL ES UNA PROPUESTA PARA QUE EL ITINERARIO DE LA FORMACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA PUEDA BRINDAR A SUS FUTUROS PROFESIONALES TODOS LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, ACTITUDES Y/O NORMATIVAS QUE LES PERMITAN DESEMPEÑARSE CON ALTOS NIVELES DE CALIDAD A TRAVÉS DE LA CREACIÓN, COMUNICACIÓN, ENTREGA E INNOVACIÓN DE OFERTAS QUE TENGA VALOR AGREGADO, DESDE EL MUNDO DIGITAL, PARA QUE LAS EMPRESAS, MARCAS Y PRODUCTOS PUEDAN BRINDAR A SU POTENCIAL PÚBLICO OBJETIVO TODO AQUELLO QUE DEBEN CONSUMIR DE ACUERDO A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL 'NUEVO CONSUMIDOR'. EN ESTE SENTIDO LOS PROFESIONALES, RECONOCIENDO ANALÍTICAMENTE EL MUNDO GLOBALIZADO Y TAN ACELERADO EN EL QUE SE VIVE, EN EL MARCO DE UNA CONSTANTE EVOLUCIÓN, TENDRÁN UNA PROFESIÓN QUE LE DEMANDE UNA ACTUALIZACIÓN PERMANENTE Y ESPECIALIZACIÓN EN EL DOMINIO Y PRÁCTICA DE HERRAMIENTAS MODERNAS Y DE TENDENCIA, ASÍ COMO METODOLOGÍAS Y DISCIPLINAS PARA DESARROLLAR, TRABAJAR, APLICAR Y EVALUAR LA RELACIÓN DE LA PLANEACIÓN DE LA ESTRATÉGICA EMPRESARIAL CON EL MARKETING, AL IGUAL LA INTERPRETACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DE MARKETING Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FINAL, DEL COMPRADOR EMPRESARIAL Y LA RELACIÓN DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL. ADEMÁS, ESTA CARRERA APORTARÁ PARA QUE EL PROFESIONAL PUEDA MANEJAR, COMPRENDER Y ANALIZAR EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) Y LAS DIFERENTES PLATAFORMAS SOCIALES DIGITALES (REDES SOCIALES).

Modalidad titulación:

EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR