

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

Impresión realizada el: 15-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA
Siglas: ITSHCPP
Código sniese: 2160
Tipo de financiamiento: PARTICULAR
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: MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO
Título que otorga: TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO
Codificación: 2160-550414G01-L-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: EN LÍNEA
Valor de la matrícula: \$ 38,34
Valor del arancel: \$ 383,48
N° de resolución del CES: RPC-SO-12-NO.182-2022
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2022-03-23
Año de aprobación: 2022
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2027-03-23
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
N° de cohortes: 2
Convenio con otras entidades:
FEDELIPARCAM
ADECCO
COLEGIO FEDERICO GAUSS
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS
ACADEMIA DE FUTBOL FREDDY FUSTILLOS
ESTUDIANTES DE LA PLATA FILIAL SUR
CAPTUR
QUALITUR
FENACAPTUR
N° de horas: 2.880 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.
- ° POSEER CONOCIMIENTOS DE CIENCIAS BÁSICAS
- ° TENER VOCACIÓN DE SERVICIO Y ACTITUD EMPÁTICA.
- ° DISPOSICIÓN PARA EL TRABAJO INTEGRADO EN EQUIPO.
- ° ALTO GRADO DE REFLEXIÓN Y CONCIENCIA SOCIAL, ANTE LA PROBLEMÁTICA DE FALTA DE EMPLEO DIGNO, ACORDE CON LAS NECESIDADES DE DESARROLLO LOCAL Y PERSONAL.
- ° POSEER CAPACIDAD EN EL MANEJO DE HABILIDADES COMUNICACIONALES, RAZONAMIENTO LÓGICO Y TIC'S.
- ° TENER APERTURA A LA INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA CON GRAN CREATIVIDAD
- ° CAPACIDAD DE CRECIMIENTO INTELECTUAL Y COGNOSCITIVO CONTINUO.
- ° POSEER CUALIDADES ÉTICAS Y MORALES.
- ° TENER CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN INTERCULTURAL, DE INCLUSIÓN Y SENTIDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.
- ° DISPOSICIÓN AL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, DEL ENTORNO SOCIAL Y CULTURAL.
- ° DEMOSTRAR CUALIDADES O RASGOS QUE GENEREN ESPÍRITU EMPRENDEDOR.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES CON HABILIDADES MÚLTIPLES BASADAS EN LA CRITICIDAD DE REFLEXIÓN Y DE GESTIÓN DENTRO DEL MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO, CON UN CURRÍCULO PROSPECTIVO ORIENTADO A SATISFACER LOS MERCADOS DIGITALES; CAPACES DE PLANIFICAR, DISEÑAR Y EJECUTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING COMO CAPTACIÓN, FIDELIZACIÓN Y TRANSACCIÓN CON CLIENTES CON EL FIN DE IMPULSAR AL SECTOR PRODUCTIVO EN EL ALCANCE DE NUEVOS MERCADOS UTILIZANDO LA TECNOLOGÍA COMO SU ALIADA ESTRATÉGICA. LA CARRERA TIENE COMO FINALIDAD, EL PLANIFICAR Y EJECUTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING INTEGRALES ANALIZAR LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR, IMPLEMENTAR EL PROCESO DE BRANDING EN PRODUCTOS Y SERVICIOS, DISEÑAR ESTRATEGIAS DE PRECIOS Y PROYECTOS DE MARKETING DIGITAL QUE ESTÁN SUSTENTADAS EN LAS ÁREAS FUNCIONALES DEL MARKETING, LA DIRECCIÓN COMERCIAL Y OTRAS SEGÚN PROPÓSITOS DE LAS EMPRESAS Y SU RELACIÓN CON EL ENTORNO.

Perfil de ingreso:

PERFIL DE INGRESO: LOS ASPIRANTES A LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO DEBEN MOSTRAR INTERÉS POR EL CONOCIMIENTO SOBRE LA SOBRE LA GESTIÓN COMERCIAL, QUE PERMITA PLANIFICAR Y EJECUTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING, ANALIZAR LA EXPERIENCIA Y LA NECESIDAD DEL CONSUMIDOR, REALIZAR BRANDING DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, DISEÑAR ESTRATEGIAS DE MERCADO, PLANIFICAR Y DISEÑAR PLANES E IMPLEMENTAR HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL PARA DESEMPEÑAR CON ÉXITO SU CARRERA PROFESIONAL.

Perfil de egreso:

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

SE DESPLEGARÁN LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS:

- °APLICA EFICIENTEMENTE LOS CONOCIMIENTOS UTILIZANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA IMPULSAR ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y DE COMPETITIVIDAD EN EL DESARROLLO DEL BRIEF DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA APORTAR DE MANERA SOSTENIBLE Y SOLIDARIA EN EL ENTORNO EMPRESARIAL.
- °PROMUEVE LA TRANSPARENCIA DE LA CALIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES BASÁNDOSE EN LAS NECESIDADES Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO, APLICANDO VALORES ÉTICOS Y PROFESIONALES.
- °PROMUEVE LA ÉTICA PROFESIONAL, LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE EN RELACIÓN CON EL CUMPLIMIENTO DE SUS REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES GARANTIZANDO UNA VIDA DIGNA CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA TODAS LAS PERSONAS.
- °APLICA PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE OPERACIONES ENFOCADAS AL LANZAMIENTO DE CAMPAÑAS DE ACUERDO A LOS OBJETIVOS COMUNICACIONALES EN LA GENERACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD DE PRODUCTOS PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN LAS ORGANIZACIONES.
- °TOMA DECISIONES BASADOS EN ANÁLISIS DE DATOS, EN ÍNDICES DE EVALUACIÓN ESTADÍSTICA, FINANCIERA, Y ELABORA PLANES, ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES, ACCIONES DE MARKETING Y NEGOCIACIONES CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA PERSONAS, EN GARANTÍA DE UNA VIDA DIGNA.
- °EMPLEA HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y SISTEMAS INFORMÁTICOS PARA LA PROMOCIÓN DIGITAL DE LOS NEGOCIOS DE ACUERDO AL CONTEXTO, PRODUCTO O SERVICIO A OFERTAR IMPULSANDO EL CRECIMIENTO ECONÓMICO CON TRANSPARENCIA Y CORRESPONSABILIDAD.
- °IMPULSA CONSULTORÍAS EN TEMAS DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO PARA LOGRAR LA

SOSTENIBILIDAD MYPIMES Y ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.

°INTEGRA EN LA INVESTIGACIÓN PROYECTOS NOVEDOSOS Y CREATIVOS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL GARANTIZANDO LA SOBERANÍA Y LA PAZ, PARA EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN EL PAÍS, LA REGIÓN Y EL MUNDO.

°MANEJA EFICIENTEMENTE LAS HERRAMIENTAS DE DESARROLLO HUMANO A TRAVÉS DEL DIALOGO Y RECIPROCIDAD IMPULSANDO EL TRABAJO EN EQUIPO, LIDERAZGO, INCORPORANDO INDEPENDENCIA CON PROCEDIMIENTOS DE INTERVENCIÓN POR MEDIO DE LOS CUALES LAS CULTURAS SEAN FUENTES DE ENRIQUECIMIENTO MUTUO Y NO DE ALIENACIÓN SOCIAL, EN RESPETO A LA INTERCULTURALIDAD, DIVERSIDAD, EQUIDAD DE GÉNERO E INCLUSIÓN.

°POSEE HABILIDADES EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS IDENTIFICANDO LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES, DESARROLLANDO PRODUCTOS Y SERVICIO DE VALOR, IDENTIFICANDO LOS ATRIBUTOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, PARA SU PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN EFECTIVA EN MERCADO ROMPIENDO EL PARADIGMA DE SOLO VENDER O ANUNCIAR, A UN NUEVO ENFOQUE DE SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE. DE ESTE MODO LA GESTIÓN ACADÉMICA SE CONVIERTE EN EL INSTRUMENTO PERTINENTE PARA GENERAR CONOCIMIENTO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, EN LA QUE PARTICIPAN PROCESOS DE ENSEÑANZAS Y APRENDIZAJES: DOCENTES, ESTUDIANTES Y LA COMUNIDAD EN GENERAL PARA GESTIONAR INVESTIGACIÓN, PARTICIPAR EN LA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y ASÍ DAR RESPUESTA A LOS PROBLEMAS DEL ENTORNO. DENTRO DE ESTE ORDEN DE IDEAS, SE DEBE INDICAR, QUE UNA DISCIPLINA POR MÁS IMPORTANTE QUE SE LA CONSIDERE, REQUIERE DEL APOYO DE OTROS SABERES PARA DEFINIR SUS HORIZONTES.

¿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?

EN LOS MODELOS DE APRENDIZAJE EL USO DE LEYES, TEORÍAS Y AXIOMAS PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS PRÁCTICOS DESDE UNA VISIÓN ANALÍTICA DE LOS PROBLEMAS DE LA GESTIÓN COMERCIAL. LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN EN EL CAMPO DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL A TRAVÉS DE COMPONENTES MULTIDISCIPLINARIOS Y APLICANDO LA METODOLOGÍA Y LA DIRECCIÓN DEL MARKETING FACILITARA EL DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS QUE FABRICAN SUS PRODUCTOS CON COMPONENTES NACIONALES, ADEMÁS, ACOMPAÑA A LOS ACTORES SOCIALES EN EL EJERCICIO DEL MARKETING PARA POTENCIAR EL DESARROLLO DEL SECTOR DONDE INTERVIENEN. EL PROFESIONAL APLICA LA METODOLOGÍA COMERCIAL DENTRO DE LOS ÁMBITOS DE LA GESTIÓN, CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE, ASÍ COMO TAMBIÉN EN EL DISEÑO DE PROYECTO O PLANES ESTRATÉGICOS DE MARKETING PARA SECTORES PRIORITARIOS DE PRODUCCIÓN CON EL APOYO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE. DENTRO DE LOS MODELOS DE INVESTIGACIÓN (MI), SE BUSCA SOLUCIONAR DIFICULTADES SELECCIONADO SECTORES PRIORITARIOS, ANALIZANDO INVESTIGACIONES PREVIAS QUE PERMITIRÁN CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO PRODUCTIVO UTILIZANDO COMPONENTES NACIONALES. LOS PROTOCOLOS PROFESIONALES BUSCAN ESTABLECER MEJORAS EN LA GESTIÓN COMERCIAL, PLANTEANDO PROCESOS Y ESTRATEGIAS EFECTIVAS BASADOS EN CRITERIOS TÉCNICOS QUE PERMITAN DINAMIZAR EL SECTOR PRODUCTIVO, FORTALECIENDO A LAS EMPRESAS EN EL CUIDADO AMBIENTAL. SE HARÁ USO DE PROTOCOLOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN PARA LA DIRECCIÓN COMERCIAL CON EL OBJETIVO DE QUE SE ESTIMULE EL DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN CON COMPONENTES NACIONALES. EN LOS PROCESOS PROFESIONALES E INVESTIGATIVOS EL ENFOQUE SE BASA EN LA EJECUCIÓN Y ASESORAMIENTO DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE LA GESTIÓN COMERCIAL, CON LA APLICACIÓN DE LOS FUNDAMENTOS, PRINCIPIOS DEL MARKETING. MIENTRAS EN QUE EN LOS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN SE FUNDAMENTAN EN LAS CIENCIAS PARA SOLUCIONAR PROBLEMAS EXISTENTES EN LAS EMPRESAS DE PRODUCCIÓN, DE SERVICIOS Y COMERCIALES EN TEMAS DE DIRECCIÓN COMERCIAL SE APLICAN ESTRATEGIAS, DESARROLLO DE PROYECTOS, PLANES Y MANUALES DE MARKETING. DE ESTA MANERA EL PERFIL DEL EGRESADO EQUIVALE A LAS CARACTERÍSTICAS PROFESIONALES QUE REQUIEREN LOS ACTORES Y LOS DIFERENTES SECTORES DENTRO DE LAS ÁREAS DE INFLUENCIA QUE TIENE EL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA.

¿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?

LOS CONOCIMIENTOS HABILIDADES Y/O COMPETENCIAS PARA GESTIONAR DE FORMA TÉCNICA UNA ORGANIZACIÓN COMERCIAL QUE LE PERMITA TOMAR DECISIONES OPORTUNAS Y SEGURAS PARA SATISFACER LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE CON EL AFÁN DE MEJORAR EL MERCADO LABORAL O EMPRESARIAL A NIVEL PÚBLICO, PRIVADO (MYPIMES) Y SOCIAL (EPS), ADEMÁS DE LA DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL MARKETING ESTRATÉGICO EMPRESARIAL POR MEDIO DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EXITOSAS Y EL MANEJO ADECUADO DE LOS RECURSOS CON RESPONSABILIDAD ANTE EL ENTORNO AMBIENTAL Y SOCIAL MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS, TECNOLÓGICOS CONTRIBUYENDO AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA PRESERVACIÓN DE LAS CULTURAS Y SABERES ANCESTRALES. LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO EN LÍNEA INTEGRA EN SU CURRÍCULO ELEMENTOS FUNDAMENTALES COMO EL DIALOGO DE SABERES ANCESTRALES, COTIDIANOS Y TRADICIONALES, ASPECTOS FUNDAMENTALES EN LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL COMO INCLUSIÓN, DIVERSIDAD Y ENFOQUE DE GÉNERO, QUE PERMITEN CONSOLIDAR HABILIDADES Y DESTREZAS TEÓRICAS, METODOLÓGICAS Y ACTITUDINALES, LOGRANDO UNA FORMACIÓN HOLÍSTICA PARA EL DESEMPEÑO EFECTIVO EN LOS DIFERENTES CAMPOS DE ACTUACIÓN.

¿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?

ENTRE LAS HABILIDADES Y DESTREZAS QUE ADQUIERAN LOS PROFESIONALES DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO DENTRO DE LA PERTINENCIA, APLICANDO LAS CIENCIAS DE GESTIÓN COMERCIAL Y DIGITAL DESTACAN:

PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, NOS PERMITE ANALIZAR DESDE UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA, CONJUNTAMENTE CON LAS ASIGNATURAS, PRESUPUESTOS DIGITALES, MÉTODOS DE PAGO Y PASARELAS DE PAGO EN COMERCIO ELECTRÓNICO, DIRECCIÓN DE VENTAS, ANÁLISIS DE DATOS Y MÉTRICAS LA FORMAS DE PLANIFICAR, ORGANIZAR, EJECUTAR Y CONTROLAR LA GESTIÓN COMERCIAL DE LAS MYPIMES, CONSIDERANDO LAS PARTICULARIDADES PROPIAS DE LA CULTURA ANDINA DE LOS SECTORES DE INFLUENCIA. POR OTRA PARTE, SE PROPONE CREAR EN LOS FUTUROS PROFESIONALES BIO CONCIENCIA EN LAS RELACIONES PÚBLICAS PARA EMPRENDEDORES, DISEÑO WEB, MARKETING RELACIONAL, SOFTWARE APLICADO A LA CARRERA, FULFILMENT / LOGÍSTICA DE COMERCIO ELECTRÓNICO (BRANDING Y TRADE MARKETING DIGITAL) MARKETING DIGITAL ESTRATÉGICO, PRIORIZANDO EL RESPETO AL MEDIO AMBIENTE, RESPETO A LA DIVERSIDAD DE LA CULTURA Y GENERO LOGRANDO UNA ADECUADA FORMACIÓN CIUDADANA CON ÉTICA Y CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, RESPETANDO EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS QUE NOS PROPORCIONA LA NATURALEZA Y EN DEFENSA DE LOS PRINCIPIOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO EN TODO EL ACCIONAR PROFESIONAL VALORANDO LA IDENTIDAD Y LAS SOBERANÍA NACIONAL. VALORES Y PRINCIPIOS QUE SE PROMOVERÁN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE OFRECE LA CARRERA. FORMARÁ PROFESIONALES QUE SEAN CAPACES DE APLICAR MÉTODOS, METODOLOGÍAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y EMPRENDIMIENTOS QUE CONSIDEREN LAS DIFERENTES IDENTIDADES CULTURALES EN FORMA INTEGRAL COMO SON LOS VALORES Y PRINCIPIOS INDIVIDUALES DE CADA UNA CONTRIBUYAN CONJUNTAMENTE DE FORMA CRÍTICA Y CREATIVA AL DESARROLLO LOCAL COMO ELEMENTOS QUE INTEGRAN UN SISTEMA ORIENTADO A: PERTINENCIA: CONOCE LAS VARIABLES CLÁSICAS DEL MARKETING, LOGRANDO UNA INTERRELACIÓN CON LA TENDENCIA DE LA DIGITALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO BIO CONCIENCIA: ESTABLECE TÉCNICAS ADECUADAS EN LA EJECUCIÓN PARA COMPROBAR QUE LOS DATOS Y LAS MÉTRICAS ANALIZADAS SEAN CONFIABLES Y REALES A TRAVÉS DE LA INTERRELACIÓN PERSONAL. PARTICIPACIÓN RESPONSABLE: UTILIZA EL DIALOGO DE SABERES EN LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE CON LOS DIFERENTES ACTORES INVOLUCRADOS DE LA EJECUCIÓN DEL MERCADO Y LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL. HONESTIDAD: CONOCE E IMPLEMENTA DE MODO APROPIADO Y RESPONSABLE LA APLICACIÓN DE PRINCIPIOS QUE LE PERMITE GARANTIZAR LA INFORMACIÓN DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMERCIAL. INTERCULTURALIDAD: VALORA LA INTERCULTURALIDAD, PARA MANTENER LA IDENTIDAD Y SOBERANÍA. ÉTICA PROFESIONAL: PROMUEVE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE EN RELACIÓN CON EL CUMPLIMIENTO DE SUS REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES. TRANSPARENCIA Y CORRESPONSABILIDAD: PROMUEVE UNA ÉTICA SOCIAL INVOLUCRANDO A LOS ACTORES EMPRESARIALES PÚBLICOS Y PRIVADOS. TRABAJO EN EQUIPO Y LIDERAZGO: MANEJA EFICIENTEMENTE LAS HERRAMIENTAS DE DESARROLLO HUMANO A TRAVÉS DEL DIALOGO, LIDERAZGO.

Objeto de estudio:

¿CUÁL ES EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA PROFESIÓN (QUÉ SE ESTUDIA ESPECÍFICAMENTE EN LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO)? ESTUDIA ESPECÍFICAMENTE ENFOQUES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS EN: FUNDAMENTO DE MARKETING DIGITAL; DISEÑO DE WEB; COMERCIO ELECTRÓNICO; MARKETING DIGITAL ESTRATÉGICO; DESARROLLO Y ARQUITECTURA WEB; SOFTWARE APLICADO A LA CARRERA; PUBLICIDAD DIGITAL; DIRECCIÓN DE VENTAS; FULFILMENT / LOGÍSTICA DE COMERCIO ELECTRÓNICO; EDICIÓN DIGITAL; MARKETING RELACIONAL, MEDIANTE EL LOGRO DE HABILIDADES NECESARIAS PARA PLANIFICAR ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EJECUTANDO Y EVALUANDO EN FORMA EFICIENTE LA SATISFACCIÓN DEL MERCADO META, DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN. ¿QUÉ SE QUIERE TRANSFORMAR CON LA PROFESIÓN? SE REQUIERE QUE A TRAVÉS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN DEL MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO INCREMENTAR OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y MEJORAR CONDICIONES LABORALES. SE NECESITA QUE A TRAVÉS DE LA EXPLORACIÓN DE ECOSISTEMAS DIGITALES SE CANALICEN OPORTUNIDADES DE CONEXIÓN Y RELACIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA PROMOVER EL DESARROLLO DE LAS ZONAS RURALES, PUEBLOS Y NACIONALIDADES. SE QUIERE TRANSFORMAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DIRECTA A TRAVÉS DE REDES SOCIALES QUE FACILITE A LAS MYPIMES AMPLIAR MERCADO PERMITIENDO CRECIMIENTO ORGANIZACIONAL.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR