

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

Impresión realizada el: 16-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES:	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ESCULAPIO
Siglas:	ISTE
Código sniese:	2151
Tipo de financiamiento:	PARTICULAR
Sitio web:	SIN DATOS
Tipo de IES:	ISTT
<hr/>	
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:	2151-550414G01-H-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:	HÍBRIDA
Valor de la matrícula:	\$ 100,00
Valor del arancel:	\$ 1.000,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-13-NO.200-2022
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2022-03-30
Año de aprobación:	2022
Años de vigencia:	5 años.
Vigente hasta:	2027-03-30
N° de estudiantes por paralelo:	30 estudiantes.
N° de cohortes:	2
Convenio con otras entidades:	MHM COS CONSULTORES CIA LTDA MEDICALEXCHANGE S.A. BIMOLMAR CONSTRUCTORA S. A
N° de horas:	2.880 Horas.



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 16-07-2022



Detalle de la carrera

Requisitos de ingreso:

- POSEER TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON LA LEY.
- COPIA DEL ACTA DE GRADO O TÍTULO DE BACHILLER, DEBIDAMENTE REFRENDADA (PARA ESTUDIANTES GRADUADOS EN EL ECUADOR).
- EN CASO DE NO DISPONER DEL TÍTULO EN FÍSICO PRESENTAR EL CERTIFICADO DE REGISTRO DEL TÍTULO DE BACHILLER GENERADO DE LA PÁGINA WEB DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR (GRADUADOS EXTRANJEROS Y NACIONALES).
- COPIA NOTARIADA DEL ACTA DE GRADO O TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DEBIDAMENTE APOSTILLADO Y REFRENDADO (PARA ESTUDIANTES GRADUADOS EN EL EXTRANJERO).
- 1 COPIA LEGIBLE A COLOR DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD, CIUDADANÍA O PASAPORTE.
- 1 FOTO A COLOR TAMAÑO CARNET.

Objetivo general:

LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL TIENE COMO OBJETIVO FORMAR PROFESIONALES PROACTIVOS, INTEGRALES Y CRÍTICOS CON LA CAPACIDAD DE APLICAR LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS ESPECÍFICAS DEL MARKETING DIGITAL DE MANERA CREATIVA Y RENTABLE EN LAS EMPRESAS PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DE MERCADEO Y PUBLICIDAD, MEDIANTE EL DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE ESTRATÉGIAS Y PLANES DE MARKETING DIGITAL CON EL APOYO DE LAS TIC'S Y PERSPECTIVA GLOBAL, APROVECHANDO LOS ENTORNOS VIRTUALES, LAS RELACIONES INTERCULTURALES Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL. EL EGRESADO DE LA CARRERA PODRÁ DESEMPEÑARSE EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN DEL MARKETING Y PROMOCIÓN DIGITAL PARA IMPULSAR EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS Y CONTRIBUIR AL MEJORAMIENTO Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.

Perfil de ingreso:

- EL ESTUDIANTE QUE DESEE CURSAR LA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL DEBERÁ CONTAR CON EL SIGUIENTE PERFIL:
- ° CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN TANTO ORAL COMO ESCRITA.
 - ° HABILIDADES DE LECTURA COMPRENSIVA.
 - ° USO DE BÁSICO DE LAS TIC'S.
 - ° CAPACIDAD DE ANÁLISIS.
 - ° CAPACIDAD DE REALIZAR AUTOAPRENDIZAJE Y ACTUALIZACIÓN PERMANENTE.
 - ° CAPACIDAD ANALÍTICA DE INFORMACIÓN
 - ° CAPACIDAD PARA PLANTEAR SOLUCIONES CREATIVAS A PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS.
 - ° CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO.
 - ° HABILIDADES INTERPERSONALES.
 - ° RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL.
 - ° COMPROMISO ÉTICO.

Perfil de egreso:

- ¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?
- ° ADMINISTRA RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS CONTRIBUYENDO A LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS ° APLICA CONOCIMIENTOS EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PERMITAN DESARROLLAR PROCESOS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CON EL APOYO DE INSUMOS TECNOLÓGICOS ° APLICA TÉCNICAS DE ANÁLISIS PARA DETERMINAR TENDENCIAS Y CAMBIOS EN LA CONDUCTA Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. ° DESARROLLA PLANES DE NEGOCIOS EN LOS CUALES SE CONSIDERA LAS DISTINTAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE EMPRESAS. ° CONOCE LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y PLANTEA ESCENARIOS DE INTERVENCIONES DE MARKETING PARA IMPULSAR EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE EMPRESAS O EMPRENDIMIENTOS. ° IMPLEMENTA PROYECTOS DE MARKETING DIGITAL FUNCIONALES DENTRO DEL ÁREA DE MERCADO, VENTAS Y COMERCIO, APLICANDO TÉCNICAS DE NEUROMARKETING.
- ¿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?
- ° CONOCE LOS ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL MARKETING Y SU INTERACCIÓN EN INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES COMO UNO DE LOS ELEMENTOS CLAVE DEL POSICIONAMIENTO EN CONTEXTOS ESPECÍFICOS. ° DESARROLLA CONOCIMIENTOS ABSTRACTOS QUE LE PERMITA FORTALECER EL PENSAMIENTO ANALÍTICO Y CRÍTICO. ° DETERMINA LOS ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMO UN ELEMENTO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL. ° EMPLEA LA INVESTIGACIÓN COMO UNA DE LAS TÉCNICAS QUE PERMITA COMPRENDER LOS

FENÓMENOS SOCIALES, POLÍTICOS Y ECONÓMICOS QUE SE DESARROLLAN. ° CONOCE TÉCNICAS CONTABLES QUE LE PERMITEN ANALIZAR DOCUMENTOS FINANCIEROS CONTABLES Y PRESENTAR RESULTADOS. ° PROMUEVE LA GESTIÓN DE MERCADOTECNIA CON BASE A LA ANALÍTICA DE DATOS QUE PERMITA APLICAR TÉCNICAS DE BUSINESS INTELLIGENCE PARA IMPULSAR EL DESARROLLO SOCIAL Y PRODUCTIVO. ° DESARROLLA PROYECTOS INNOVADORES ENFOCADOS EN POTENCIALIZAR LOS SISTEMAS AUTOMOTRICES DE MANERA INTEGRAL, CONTRIBUYENDO A LA SOCIEDAD.

¿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?

° IDENTIFICA LAS METODOLOGÍAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA QUE PERMITA DESARROLLAR PROYECTOS E INVESTIGACIONES PARA DESARROLLAR PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS. ° CONOCE LAS TENDENCIAS DE VANGUARDIA EN LO REFERENTE AL MARKETING DIGITAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADO INNOVADORAS ° CONOCE LAS DISTINTAS OPCIONES DE ESTRUCTURAS EMPRESARIALES Y PLANTEA DISEÑOS ADECUADOS SEGÚN EL GIRO DE NEGOCIO. ° DISEÑA E IMPLEMENTA PLANES DE MARKETING QUE CONTENGAN ESTRATEGIAS ENFOCADAS EN EL DESARROLLO, PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, FÍSICOS Y DIGITALES PARA LOS DIFERENTES NICHOS DE MERCADO. ° ANALIZA LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS Y NEGOCIOS QUE GENERE INSUMOS PARA MEJORAR LA EL MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS. ° APLICA METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICAS PARA IDENTIFICAR PROCESOS DE MEJORA CONTINUA QUE IMPULSEN Y FORTALEZCAN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL." ° DESARROLLAR SU CAPACIDAD DE INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL PERMANENTE, QUE LE PERMITE FORMARSE UNA MENTALIDAD ESTRATÉGICA PARA EL ANÁLISIS Y TOMA DE DECISIONES.

¿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?

° EXPRESA IDEAS, PENSAMIENTOS Y CONOCIMIENTOS DE MANERA CLARA QUE PERMITA SOCIALIZAR INFORMACIÓN RELEVANTE DE MANERA CLARA, ORDENADA Y CONCISA. ° ELABORA INFORMES TÉCNICOS QUE PERMITAN COMPRENDER PROCESOS, SITUACIONES Y ACONTECIMIENTOS. ° DESARROLLA EL PENSAMIENTO ANALÍTICO PARA FORTALECER LAS ACTIVIDADES DE CONTEO Y RECURSIVIDAD REALIZADAS CON BASE A INFORMACIÓN FINANCIERA. ° DESARROLLA, APLICA, EVALÚA Y MEJORA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS ENFOCADAS EN CREAR EL VALOR DE MARCA Y POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL ACTUANDO CON ÉTICA, VALORES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL. ° APLICA NUEVAS TECNOLOGÍAS DIGITALES QUE PERMITEN ELEVAR EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES. ° PLANTEA ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DE REDACCIÓN DE MEDIOS SOCIALES Y DIGITALES PARA IMPULSAR EL DESARROLLO DE CONTENIDOS PARA EN MEDIOS SOCIALES Y DIGITALES, CONSIDERANDO LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL MERCADO. ° GESTIONA BASES DE DATOS DE CLIENTES PARA EJECUTAR LA PUBLICIDAD CONSIDERANDO LAS CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES DE CADA UNO A FIN DE IMPULSAR LOS CANALES DE COMERCIO.

Objeto de estudio:

LA CARRERA ESTUDIA LAS TENDENCIAS Y TENSIONES QUE INFLUYEN EN DESARROLLO DEL MARKETING DIGITAL IDENTIFICANDO LAS BONDADDES DEL MISMO DENTRO LA PRÁCTICA EMPRESARIAL PARA IMPULSAR EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES CONFORME LAS NUEVAS TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR