



Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:

Impresión realizada el: 16-07-2022



Detalle de la carrera

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ORIENTE
Siglas: ITSO
Código sniese: 2386
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: 2386-560414A01-P-2203
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: ORELLANA
Cantón: LA JOYA DE LOS SACHAS
Ciudad: LA JOYA DE LOS SACHAS
Duración: 6
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: PRESENCIAL
Valor de la matrícula: \$ 110,00
Valor del arancel: \$ 1.110,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-13-NO.199-2022
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 cohortes: 2
Convenio con otras entidades:

- MAJAGUA FINCA AGROTURÍSTICA
- UNIDAD EDUCATIVA REPÚBLICA DECANADÁ
- COCA VISIÓN
- RESTAURANTE LA CASITA DE MIABUELA
- PARRILLADAS EL BOSQUE
- COK TRAVEL S. A.
- COLEGIO DE BACHILLERATO SANGABRIEL
- FUDELA

N° de horas: 4.320 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.
- TÍTULO DE BACHILLER DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR O DEL EXTRANJERO HOMOLOGADO POR EL MINEDUC
- CÉDULA DE CIUDADANÍA O PASAPORTE Y PAPELETA DE VOTACIÓN
- PRESENTAR LOS RESULTADOS APROBADOS Y ALCANZADAS EN LAS EVALUACIONES CUALITATIVAS PLANTEADAS POR LA INSTITUCIÓN, TANTO EN EL TALLER DE NIVELACIÓN COMO EL TALLER DE NIVELACIÓN COMPLEMENTARIO.
- 6 FOTOGRAFÍAS TAMAÑO CARNET.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES TECNÓLOGOS SUPERIORES UNIVERSITARIOS EN MARKETING CON AMPLIO CONOCIMIENTO Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS BASADAS EN LAS NUEVAS TENDENCIAS, TÉCNICAS Y METODOLOGÍAS DEL MERCADEO Y LAS VENTAS CON EL USO ESTRATÉGICO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, CON SÓLIDAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y DE VALORES HUMANOS PARA EL APORTE AL DESARROLLO PRODUCTIVO Y ECONÓMICO DE LA LOCALIDAD, LA REGIÓN Y EL PAÍS.

Perfil de ingreso:

EL ASPIRANTE A INGRESAR EN LA CARRERA DE TECNÓLOGO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MARKETING DEBE CONTAR CON EL SIGUIENTE PERFIL: APTITUDES:

- DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA.
- COMPRENSIÓN LECTORA ADECUADA.
- DE RAZONAMIENTO LÓGICO Y MATEMÁTICO.
- CAPACIDAD DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS PARA DETECTAR PROBLEMAS Y POSIBLES SOLUCIONES CON CREATIVIDAD.
- CONVIVENCIA ARMÓNICA EN EL MARCO DE LOS DERECHOS, RESPETO A LA DIVERSIDAD Y LA INTERCULTURALIDAD.
- LIDERAZGO CIUDADANO CRÍTICO Y RESPONSABLE SOCIALMENTE.

ACTITUDES:

- GUSTO POR EL ESTUDIO DE LAS CIENCIAS.
- INTERÉS POR LOS AVANCES TECNOLÓGICOS.
- PERSONA CREATIVA, CRÍTICA, ANALÍTICA, ÉTICA, CAPAZ DE INTEGRARSE A LOS PROCESOS COGNITIVOS BÁSICOS, CON APTITUDES DE LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO.
- DISPONIBILIDAD PARA ESTUDIAR, ENTENDER Y ADAPTARSE A OTRAS CULTURAS Y REALIDADES MUNDIALES

Perfil de egreso:

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

- PROYECTAR LOS PROCESOS DEL MARKETING HACIA LAS TRANSFORMACIONES DEL QUEHACER EMPRESARIAL BASADO EN UNA PERMANENTE INNOVACIÓN DETERMINADA POR LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING DIGITAL.
- APLICAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y LAS TECNOLOGÍAS DE HARDWARE Y SOFTWARE A LAS DIFERENTES ACTIVIDADES DEL MERCADEO Y LAS VENTAS, PROYECTANDO SU ACCIONAR PROFESIONAL A LA INNOVACIÓN PERMANENTE DE LOS DIFERENTES PROCESOS TANTO INTERNOS COMO EXTERNOS DE LA EMPRESA
- EJECUTAR EFICIENTEMENTE LOS DIFERENTES PROCESOS OPERATIVOS Y EJECUTIVOS DEL QUEHACER PROFESIONAL EN LOS DIFERENTES PUESTOS Y RESPONSABILIDADES A LAS QUE SE LE ENCARGUE EN LAS ÁREAS O DEPARTAMENTOS DE MARKETING DE EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS, ASÍ COMO TAMBIÉN EN EMPRESAS DE MARKETING.
- APLICAR LAS TÉCNICAS Y METODOLOGÍAS DE GESTIÓN INTEGRAL DEL MERCADEO Y LAS VENTAS EN EMPRESAS TANTO A NIVEL NACIONAL COMO INTERNACIONAL, CON UN ALTO NIVEL DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD, CONVIRTIÉNDOSE EN UN EJE FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS Y POR ENDE EL EJE DE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y POR ENDE UN EJE DE SUSTENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS Y GRANDES.
- IMPULSAR PERMANENTEMENTE EL TRABAJO EN EQUIPO Y EL DESARROLLO DE PROYECTOS QUE PERMITAN INTEGRAR LAS DIFERENTES ÁREAS DE GESTIÓN Y OPERACIÓN DE UNA EMPRESA, MEJORANDO E INNOVANDO LA OFERTA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LA MISMA DENTRO Y FUERA DEL PAÍS, COADYUVANDO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA EMPRESA Y EL MEJORAMIENTO CONTINUO DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA O NEGOCIO.

¿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?

- MANEJAR EFICIENTEMENTE HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS FINANCIERAS, MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES, HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN APLICADAS A LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO.

- DISEÑAR ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS A TRAVÉS DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y MEDIOS DIGITALES INNOVADORES SOPORTADOS EN LA RED DE INTERNET CON EL USO CREATIVO DE HERRAMIENTAS DIGITALES.

- APLICAR DE MANERA EFICIENTE LAS METODOLOGÍAS DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS, GESTIÓN DE RECURSOS, TALENTO HUMANO, A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS, ESTADÍSTICA, TRABAJO AUTÓNOMO Y EVALUACIÓN CONTINUA.

- OPERATIVIZAR EFICIENTEMENTE LOS PROCESOS DE LA GESTIÓN DEL MERCADEO Y LAS VENTAS, ANALIZAR LOS ESCENARIOS QUE LIMITAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL APORTANDO POSITIVAMENTE EN ALCANZAR LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES TRABAJANDO EN EQUIPO.

¿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?

- DESARROLLAR CON UN ALTO NIVEL CIENTÍFICO E INVESTIGATIVO LA PRÁCTICA DE LA ACTIVIDAD DEL MARKETING Y LAS VENTAS CON LIDERAZGO, RESPONSABILIDAD SOCIAL RESPETANDO LA DIVERSIDAD ÉTNICA Y CULTURAL QUE INVOLUCRA LAS COSMOVISIONES DE LOS PUEBLOS Y NACIONALIDADES DEL ECUADOR.

- CONTRIBUIR A TRAVÉS DE LA VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD APORTANDO CON SUS IDEAS, INICIATIVAS, TRABAJO EN EQUIPO, IDEAS INNOVADORAS, TENIENDO COMO BASE LA IDENTIDAD, CONSTRUYENDO Y DESARROLLANDO LAS BASES DE EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES QUE PROPORCIONEN MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, CONSERVACIÓN Y RESPETO DEL MEDIO AMBIENTE.

- IMPULSAR PERMANENTEMENTE EL DESARROLLO EN TODO MOMENTO DE LOS VALORES HUMANOS Y PRINCIPIOS MORALES Y ÉTICOS, CONTRIBUYENDO AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA DE TODOS LOS MIEMBROS DEL EQUIPO DE TRABAJO TANTO EN LA EMPRESA PÚBLICA COMO EN LA PRIVADA.

¿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?

- IDENTIFICAR ÁMBITOS DE NEGOCIOS PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIALES SOBRE LA BASE DE UN EFICIENTE PLAN DE MARKETING Y DE UNA VISIÓN DE DESARROLLO PERSONAL, PROFESIONAL Y DE LA EMPRESA PARA LA CUAL LABORA.

- RESPETAR Y DEFENDER EL DERECHO DE LIBERTAD DE AUTODETERMINACIÓN DE LOS PUEBLOS Y NACIONALIDADES EN SUS COSTUMBRES, RELIGIÓN, ETNIA, GÉNERO, CREENCIAS Y COSMOVISIÓN ANCESTRAL.

TAMBIÉN PROPICIAR LA COOPERACIÓN PARA UNA PARTICIPACIÓN CONSTRUCTIVA DENTRO DE LA EMPRESA.

- FACILITAR Y GESTIONAR PROCESOS Y ESCENARIOS QUE PROMUEVAN NO SOLO LA RIQUEZA ECOLÓGICA SI NO TAMBIÉN LA RIQUEZA SOCIAL EN LAS DIFERENTES FORMAS DE VIVIR Y DE DESARROLLO EMPRESARIAL TANTO A NIVEL LOCAL, REGIONAL COMO NACIONAL.

Objeto de estudio:

EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA CARRERA ES LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES TECNÓLOGOS SUPERIORES UNIVERSITARIOS EN MARKETING, BASADO EN LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PROCESOS DEL MARKETING MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LAS NUEVAS TENDENCIAS Y PROYECCIONES DEL QUEHACER PROFESIONAL CON UN INTENSIVO USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, PROYECTADA PERMANENTEMENTE HACIA UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LOGÍSTICA DEL MARKETING Y DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES PARA UNA GESTIÓN SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DENTRO DE UN ESPACIO TERRITORIAL, GESTIÓN EMPRESARIAL DESDE UNA VISIÓN DE GENERACIÓN DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN SERVICIOS Y PRODUCTOS DE MARKETING DE CALIDAD, CAPAZ DE ORGANIZAR, EJECUTAR Y SUPERVISAR ACTIVIDADES EN EL ÁMBITO DEL MERCADEO Y LAS VENTAS CON UNA FUERTE PROYECCIÓN TECNOLÓGICA Y USO DE COMPONENTES DIGITALES Y WEB.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO.

- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.