

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

Impresión realizada el: 16-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES:	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE IMAGEN Y SONIDO PARADOX
Código sniese:	3015
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:	3015-550414G01-L-0901
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	GUAYAQUIL
Ciudad:	GUAYAQUIL
Duración:	4
Periodo académico:	ORDINARIO/EXTRAORDINARIO
Semanas de periodo académico:	16
Modalidad:	EN LÍNEA
Valor de la matrícula:	\$ 130,00
Valor del arancel:	\$ 1.300,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-16-NO.253-2022
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2022-04-20
Año de aprobación:	2022
Años de vigencia:	5 años.
Vigente hasta:	2027-04-20
N° de estudiantes por paralelo:	30 estudiantes.
N° de cohortes:	2
Convenio con otras entidades:	<ul style="list-style-type: none">- FUNDACIÓN ARTE PARA TODOS- EDUPROSER CIA LTDA- PANDA COMUNICACIONES S.A. PANDACOM- CARLOS ANDRÉS LOOR SERRANO- LEXCO S.A.S.- INSTITUTO TERCARIO TAMABA
N° de horas:	2.956 Horas.

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

Impresión realizada el: 16-07-2022

**Detalle de la carrera****Requisitos de ingreso:**

- TÍTULO DE BACHILLER O SU EQUIVALENTE, DE CONFORMIDAD CON LA LEY. COPIA DE LA CÉDULA DE CIUDADANÍA.
- FOTOGRAFÍAS DIGITALES A COLORES.
- SOLICITUD DE POSTULACIÓN AL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE IMAGEN Y SONIDO PARADOX, A LA QUE DEBE ADJUNTAR LLENA LA FICHA INFORMATIVA; EL DEPARTAMENTO DE NIVELACIÓN Y ADMISIONES PRESTARÁ AYUDA AL ESTUDIANTE CON ESTE PROCESO.
- ACCESO A CUALQUIER DISPOSITIVO DE GRABACIÓN AUDIOVISUAL, QUE PERMITA LA COMUNICACIÓN DINÁMICA ENTRE EL ESTUDIANTE Y EL PROFESOR (TELÉFONO CELULAR, CÁMARA DIGITAL, CÁMARA WEB, ETC.).
- SISTEMA OPERATIVO OS X 10.10 YOSEMITE O SUPERIOR (MAC), WINDOWS 7 O SUPERIOR (PC), GOOGLE CHROME ACTUALIZADO, CÁMARA WEB, PARLANTES O AUDÍFONOS, MICRÓFONO EXTERNO O INTERNO, ASÍ COMO CONEXIÓN A INTERNET DE BANDA ANCHA.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES CAPACES DE COMPRENDER LA APLICACIÓN Y EL MANEJO DE HERRAMIENTAS DE VANGUARDIA DEL MERCADERO EN LÍNEA, DESARROLLANDO SUS COMPETENCIAS Y CONOCIMIENTOS EN LAS TENDENCIAS ACTUALES TANTO DE APLICATIVOS COMO DISPOSITIVOS, PARA QUE ESTÉN APTOS PARA INTEGRAR EQUIPOS DE TRABAJO O DESARROLLAR PROPUESTAS DE VALOR QUE ENRIQUEZCAN EL ENTORNO ECONÓMICO Y CULTURAL DEL PAÍS

Perfil de ingreso:

EL ASPIRANTE POR INGRESAR A LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO DEBE MOSTRAR INTERÉS POR EL COMERCIO DIGITAL, LAS REDES SOCIALES Y EL MARKETING, Y DEBE CONTAR TAMBIÉN CON CONOCIMIENTOS DE NIVEL BÁSICO SOBRE EL MANEJO DE EQUIPOS DE INFORMÁTICA Y DISPOSITIVOS MÓVILES. ADEMÁS, EL ASPIRANTE DEBE PERCIBIR EL MARKETING DIGITAL COMO UNA REALIDAD CRECIENTE Y DE GRAN POTENCIAL EN EL MERCADO LOCAL

Perfil de egreso:

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

EL AUJE DEL COMERCIO ELECTRÓNICO HA HECHO QUE LA FORMA EN QUE COMPRAMOS CAMBIE RADICALMENTE, ESPECIALMENTE EN PAÍSES DE PRIMER MUNDO.

EN ECUADOR, EN CAMBIO, ANTES DE LA PANDEMIA, ERAN POCOS LOS COMERCIOS QUE PERMITÍAN COMPRAR A TRAVÉS DE INTERNET.

SIN EMBARGO, CON LA APARICIÓN DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19, UNA BUENA PARTE DE LOS COMERCIOS TRADICIONALES SE HAN VISTO FORZADOS A ABRIRSE AL MUNDO DIGITAL PARA SOBREVIVIR.

POR ESO, YA DESDE ANTES DE LA PANDEMIA, EN LOS PAÍSES MÁS DESARROLLADOS, EL MARKETING DIGITAL HA IDO CONVIRTIÉNDOSE EN EL RECURSO MÁS APROPIADO Y UTILIZADO POR LAS EMPRESAS DE TODO EL MUNDO PARA LLEVAR A CABO SUS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y MEJORAR SU PRESENCIA EN INTERNET, ESPECIALMENTE EN REDES SOCIALES QUE SON DE FÁCIL ACCESO PARA LOS CONSUMIDORES.

LA HEGEMONÍA DE LOS CANALES PUBLICITARIOS TRADICIONALES COMO LA TELEVISIÓN, LA RADIO, LOS MEDIOS IMPRESOS, VALLAS PUBLICITARIAS, ETC., QUE OTRORA TUVIERA LA MERCADOTECNIA, HAN SIDO SUSTITUIDOS POR UN UNIVERSO INCONMENSURABLE DE RECURSOS DIGITALES QUE TIENEN UNA ASPECTO EN COMÚN: EL USO DE LA INTERNET PARA ESTABLECER COMUNICACIONES OMNIDIRECCIONALES.

DE ESTA MANERA, LAS EMPRESAS, Y CONCRETAMENTE LOS ESPECIALISTAS EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO, PUEDEN NO SOLO LLEVAR SUS PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS A CUALQUIER PARTE DEL MUNDO, SINO QUE PUEDEN CANALIZAR Y DIRIGIR SUS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS A NICHOS DE MERCADOS ESPECÍFICOS QUE MANTIENEN MAYOR AFINIDAD CON LOS PRODUCTOS OFERTADOS.

ES DECIR, GRACIAS AL MARKETING DIGITAL, LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS ACTUALES PUEDEN SER MUCHO MÁS EFICIENTES, PUES ES POSIBLE ADAPTARLAS A LAS TENDENCIAS Y NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES ACTUALES, QUIENES BUSCAN, FLEXIBILIDAD, PERSONALIZACIÓN Y RESPUESTAS RÁPIDAS A SUS REQUERIMIENTOS.

POR LO TANTO, TENIENDO EN CUENTA ESTAS BREVES CARACTERÍSTICAS DEL MARKETING DIGITAL Y DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, EN LA ACTUALIDAD, LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS PROFESIONALES RESULTAN NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL:

- CREATIVIDAD;
- LIDERAZGO;
- TRABAJO EN EQUIPO;

- EFICIENCIA;
- COMUNICACIÓN INTERPERSONAL;
- INNOVACIÓN;
- EMPRENDIMIENTO;
- PENSAMIENTO CRÍTICO;
- SOLUCIÓN DE PROBLEMAS;
- RECURSIVIDAD;
- PUNTUALIDAD;
- RESILIENCIA;
- EMPATÍA;
- TOLERANCIA;
- ADAPTABILIDAD AL CAMBIO;
- INTELIGENCIA EMOCIONAL.

EN CUANDO A LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, EL PROFESIONAL GRADUADO DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO

- DESARROLLA ESTUDIOS DE MERCADO QUE CONTEMPLAN LAS CONDICIONES ACTUALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO;
- REALIZA ANÁLISIS INTEGRALES DE LOS COMPONENTES DE MERCADOTECNIA DE UN PRODUCTO O SERVICIO;
- ELABORA PLANES DE MARKETING DIGITAL PARA UN PRODUCTO, SERVICIO, PROYECTO O INSTITUCIÓN;
- GESTIONA PRESUPUESTOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS A TRAVÉS DE MEDIOS DIGITALES;
- EMPLEA HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA ADMINISTRACIÓN U OPERACIÓN DE PLATAFORMAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN;
- UTILIZA HERRAMIENTAS SEO Y SEM PARA MEJORAR LA PRESENCIA EN INTERNET DE EMPRESAS PÚBLICAS O PRIVADAS;
- ANALIZA LOS RESULTADOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DIGITALES HECHAS EN REDES SOCIALES Y SITIOS WEB;
- PROPONE ESTRATEGIAS QUE PERMITAN MEJORAR LOS RESULTADOS DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DIGITALES;
- GESTIONA LAS CUENTAS CORPORATIVAS DE REDES SOCIALES DE EMPRESAS PÚBLICAS O PRIVADAS;
- ELABORA MATERIALES PUBLICITARIOS Y CONTENIDOS DIGITALES PARA LA PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS;
- INTERACTÚA CON CLIENTES Y AUDIENCIA OBJETIVO A TRAVÉS DE CANALES DIGITALES;
- DISEÑA E IMPLEMENTA ESTRATEGIAS DIGITALES DE COMUNICACIÓN PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS;
- ELABORA ESTRATEGIAS DE VENTAS DE BIENES Y SERVICIOS A TRAVÉS DE CANALES DIGITALES;
- DIAGNOSTICA LA EXPERIENCIA DE USUARIO EN CANALES DE VENTAS ELECTRÓNICOS UTILIZANDO HERRAMIENTAS DIGITALES DE MEDICIÓN;
- PROPONE ESTRATEGIAS QUE PERMITAN MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS USUARIOS DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS DE EMPRESAS PÚBLICAS O PRIVADAS;
- PROPONE SOLUCIONES Y ESTRATEGIAS A LA DIRECCIÓN O GERENCIA DE MARKETING Y VENTAS EN CUALQUIER TIPO DE EMPRESA;
- EMPRENDE SU PROPIO NEGOCIO BRINDANDO SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL Y SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO A EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS.

¿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 INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE IMAGEN Y SONIDO PARADOX CUENTA CON SU PROPIA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA, DENOMINADA «PARADOX TEACHING & LEARNING SYSTEM», LA CUAL SE BASA EN EL POSITIVISMO Y EL CONSTRUCTIVISMO, Y TOMANDO EN CUENTA A LA MOTIVACIÓN COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE CADA MATERIA.

ESTA METODOLOGÍA ES, ADEMÁS, HUMANISTA Y CENTRADA EN EL ESTUDIANTE, DE TAL MANERA QUE SE FOMENTE SU DESARROLLO Y CRECIMIENTO INTEGRAL, INVOLUCRÁNDOLO COMO AGENTE ACTIVO DE SU PROPIO APRENDIZAJE.

TODO ESTO ES POSIBLE GRACIAS A UN APRENDIZAJE EN LÍNEA MUCHO MÁS AMPLIO E INTERACTIVO QUE EL BASADO EN RECURSOS TRADICIONALES, YA QUE SE HACE USO DE ENTORNOS DE REALIDAD VIRTUAL, AUMENTADA Y MIXTA, LOS CUALES NO SOLO DESPIERTAN EL INTERÉS DE LOS ESTUDIANTES, SINO QUE TAMBIÉN FACILITAN LA REALIZACIÓN DE LAS DISTINTAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS.

ASÍ, TENIENDO EN CUENTA LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA MENCIONADA ANTERIORMENTE, EN LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO SE TENDRÁN EN CUENTA EJES DE INVESTIGACIÓN EN TORNO AL MANEJO DE MÉTODOS DE OPTIMIZACIÓN DE MOTORES DE BÚSQUEDA, INBOUND MARKETING, EMBUDOS DE VENTAS, Y SE UTILIZARÁN LOS TIPOS DE INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA, DIAGNÓSTICA Y APLICADA, ACORDES CON EL CAMPO DEL MARKETING DIGITAL Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

DE ESTA MANERA, SE GARANTIZAN LOS SIGUIENTES RESULTADOS DE APRENDIZAJE PARA LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO:

- ANALIZA LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO EN LOS PROYECTOS PLANTEADOS DURANTE Y LUEGO DE SUS ESTUDIOS;
- IMPLEMENTA IDEAS Y SOLUCIONES CON BASE EN LAS NUEVAS TENDENCIAS DE MERCADO ANALIZADAS;
- APLICA TÉCNICAS DE PROMOCIÓN DE UN SITIO WEB EN MOTORES DE BÚSQUEDA PARA GENERAR TRÁFICO;

- ESQUEMATIZA UN PROTOTIPO DE CANAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO ADAPTADO A LA OFERTA DE UN PRODUCTO O SERVICIO;
- DESARROLLA ESTRATEGIAS DE VENTAS QUE PERMITAN FIDELIZAR A LOS CLIENTES;
- ELABORA CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN ATRAER A NUEVOS CLIENTES.

¿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 PROFESIONAL GRADUADO DE LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO CONTRIBUIRÁ AL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA 4.0, LA CUAL ESTÁ BASADA EN LOS NEGOCIOS Y EN EL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN VÍA INTERNET, MEDIANTE EL DESARROLLO DE ALTERNATIVAS QUE PERMITAN MASIFICAR Y GLOBALIZAR LOS NEGOCIOS.

ESTO RESULTA VITAL EN LA ACTUALIDAD, NO SOLO POR LAS RESTRICCIONES DE MOVILIDAD QUE HA TRAÍDO CONSIGO LA PANDEMIA, SINO PORQUE, YA DESDE HACE MUCHO TIEMPO ATRÁS, EL COMERCIO ELECTRÓNICO YA HABÍA EMPEZADO A MODIFICAR LA FORMA EN QUE LOS CONSUMIDORES COMPRAN BIENES Y SERVICIOS; PRINCIPALMENTE EN PAÍSES MÁS DESARROLLADOS.

DESDE LUEGO, YA CON LA LLEGADA DE LA PANDEMIA, LAS INDUSTRIAS Y COMERCIOS LOCALES HAN SENTIDO LA NECESIDAD DE ABRIRSE AL COMERCIO ELECTRÓNICO, LO CUAL LES HA PERMITIDO MANTENERSE A FLOTE Y LLEGAR A NICHOS DE MERCADO QUE ANTERIORMENTE HUBIERAN PARECIDO IMPOSIBLES.

DE HECHO, SEGÚN LO MENCIONADO POR EL VICEMINISTRO DE TIC, DEL MINTEL, JULIO MUÑOZ, «UN TERCIO DE TODO EL COMERCIO AHORA ES ELECTRÓNICO».

ES POR ESO QUE EL GOBIERNO HA DESARROLLADO LA ESTRATEGIA DENOMINADA «ESTRATEGIA NACIONAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO», LA CUAL PLANTEA OBJETIVOS COMO «FOMENTAR EL COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE LAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS INDUSTRIAS PARA QUE HAGAN USO DE LAS OPCIONES DIGITALES» Y «FOMENTAR EL USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN TRANSACCIONES PARA FACILITAR EL PAGO DE PRODUCTOS, BIENES O SERVICIOS».

POR LO TANTO, BAJO EL CONTEXTO ACTUAL, LOS PROFESIONALES GRADUADOS DE ESTA CARRERA PUEDEN CONTRIBUIR A DINAMIZAR EL COMERCIO LOCAL, BENEFICIANDO ASÍ A PEQUEÑAS Y MEDIAS EMPRESAS QUE, AL VER MEJORES RESULTADOS EN SUS INGRESOS, ESTARÁN EN CAPACIDAD DE DAR EMPLEO A MÁS PERSONAS, LO CUAL CONTRIBUIRÁ A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE MUCHOS Y A REDUCIR LOS ÍNDICES DE POBREZA DEL PAÍS.

ADEMÁS, ES IMPORTANTE TENER EN CUENTA LOS DATOS DEL SECTOR PRODUCTIVO DE LA ZONA 8 QUE COMPRENDE A GUAYAQUIL, DURÁN Y SAMBORONDÓN, YA QUE CUENTA CON SECTORES E INFRAESTRUCTURA DIVERSOS Y DE GRAN IMPORTANCIA PARA LA ECONOMÍA DEL PAÍS.

DE HECHO, DE ACUERDO CON LA AGENDA ZONAL DE LA ZONA 8, PUBLICADA EN 2019, EN EL AÑO 2016, ESTA ZONA 127 891 EMPRESAS DEBIDAMENTE REGISTRADAS, QUE CONFORMABAN EL 31,02% DEL TOTAL DE LAS EMPRESAS REGISTRADAS A NIVEL NACIONAL, Y QUE DABAN EMPLEO A 733 386 TRABAJADORES.

DE IGUAL MANERA, HAY QUE CONSIDERAR LA IMPORTANCIA DEL VALOR AGREGADO BRUTO DE LA ZONA 8, QUE, SEGÚN LOS DATOS PROPORCIONADOS POR EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, EN 2016 ALCANZÓ LOS \$22 551 MILLONES DE DÓLARES, CIFRA QUE, EN AQUEL AÑO, REPRESENTÓ EL 24,24% DEL VALOR AGREGADO BRUTO NACIONAL.

DE ENTRE LAS ACTIVIDADES QUE CONFORMAN EL VAB, SE ENCUENTRAN LA MANUFACTURA, CON UN 22,86%; LAS ACTIVIDADES PROFESIONALES E INMOBILIARIAS, CON UN 15,05%; LA CONSTRUCCIÓN, CON UN 14,11%; Y EL COMERCIO, CON UN 13,34%.

POR SUPUESTO, HAY QUE CONSIDERAR QUE LOS PROFESIONALES GRADUADOS DE LA CARRERA DE MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO ESTARÁ EN CAPACIDAD DE APORTAR NO ÚNICAMENTE A LA ACTIVIDAD DEL COMERCIO, SINO A PRÁCTICAMENTE TODAS LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, YA QUE, AL FIN Y AL CABO, TODAS PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS, E INCLUSO LOS PROFESIONALES INDEPENDIENTES, REQUIEREN DE PROFESIONALES CAPACES DE DESARROLLAR E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y COMERCIALES QUE LES PERMITAN EXPANDIRSE Y POSICIONARSE EN UN AMBIENTE DIGITAL Y GLOBALIZADO.

RESPECTO AL CUIDADO Y PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, GRACIAS AL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA GESTIONAR LOS ARCHIVOS EN DIFERENTES FORMATOS DIGITALES, ES POSIBLE REDUCIR EL USO DE PAPELES O DESECHOS MATERIALES, LO CUAL APORTA ENORMEMENTE A LA REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y LA HUELLA DE CARBONO.

ESTA ES UNA TENDENCIA QUE SE HA VENIDO DESARROLLANDO DESDE HACE MUCHO ANTES DE LA PANDEMIA EN PAÍSES MÁS DESARROLLADOS, SIN EMBARGO, EN ECUADOR, HASTA ANTES DE LA PANDEMIA, ERAN POCAS LAS EMPRESAS QUE HABÍAN OPTADO POR DIGITALIZAR SUS PROCESOS Y LA GESTIÓN DE SUS ARCHIVOS.

NO OBSTANTE, CON EL AUJE ACTUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, SON CADA VEZ MÁS LAS EMPRESAS ECUATORIANAS QUE SE HAN SUMADO A IMPLEMENTAR PROCESOS COMO LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA, LA FIRMA ELECTRÓNICA, LOS PAGOS EN LÍNEA, ETC., REDUCIENDO ASÍ EL USO DE PAPEL EN EL DÍA A DÍA.

DESDE LUEGO, AÚN QUEDA MUCHO POR HACER Y MUCHAS SOLUCIONES POR IMPLEMENTAR PARA LOGRAR UNA REDUCCIÓN SUSTANCIAL DEL USO DE RECURSOS NATURALES EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES DE LAS EMPRESAS LOCALES.

EN ELLO PUEDEN CONTRIBUIR LOS PROFESIONALES GRADUADOS DE ESTA CARRERA, YA QUE FORMARÁN PARTE DEL RECURSO HUMANO ENCARGADO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL PAÍS.

POR ÚLTIMO, LOS PROFESIONALES GRADUADOS DE ESTA CARRERA PODRÁN COLABORAR EN EMPRESAS PERTENECIENTES AL SECTOR TURÍSTICO Y A LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS, LO CUAL LES PERMITIRÁ, ENTRE OTRAS COSAS, RESCATAR LOS VALORES DE LOS PUEBLOS ECUATORIANOS Y LAS BONDADES DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL PAÍS, YA QUE, PARA AQUELLOS SECTORES, EL INTERNET Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO REPRESENTAN UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA DIFUNDIR AL MUNDO TODO LO QUE TIENEN PARA OFRECER.

DE IGUAL MANERA, ESTOS SECTORES PUEDEN BENEFICIARSE DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA ADAPTAR SUS NEGOCIOS A ENTORNOS VIRTUALES, DE TAL MANERA QUE PUEDAN TENER MAYOR VISIBILIDAD Y BRINDAR FACILIDADES NO SOLO EN LOS PAGOS, SINO TAMBIÉN EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE A TRAVÉS DE CANALES ELECTRÓNICOS.

¿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 INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE IMAGEN Y SONIDO PARADOX TIENE LA MISIÓN DE FORMAR PROFESIONALES EN LAS ÁREAS DE LAS ARTES, LA COMUNICACIÓN Y DEL ENTRETENIMIENTO, PERFECCIONANDO SUS HABILIDADES Y FORTALECIENDO SU CAPACIDAD DE EMPRENDER PROYECTOS DE PRODUCCIÓN ARTÍSTICA, CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA QUE CONTRIBUYAN TANTO A SU DESARROLLO PERSONAL COMO AL CULTURAL Y PRODUCTIVO DEL PAÍS, MEDIANTE UN MODELO PEDAGÓGICO INNOVADOR QUE BRINDE TODAS LAS HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS DE VANGUARDIA.

POR LO TANTO, COMO PRINCIPIO BÁSICO, Y EN CUMPLIMIENTO DE LA MISIÓN, SE PROMOVERÁN LOS SIGUIENTES VALORES INSTITUCIONALES, TOMANDO EN CUENTA EL ENFOQUE DE DERECHOS, LA IGUAL E INTERCULTURALIDAD Y EL PENSAMIENTO UNIVERSAL, CRÍTICO Y CREATIVO:

- LIBERTAD;
- PLURALISMO;
- TOLERANCIA;
- HONESTIDAD;
- ÉTICA;
- IDENTIDAD;
- INNOVACIÓN;
- CREATIVIDAD

Objeto de estudio:

¿CUÁL ES EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA PROFESIÓN?

EL MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO SE ENFOCAN EN EL ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE VANGUARDIA EN LOS MERCADOS A NIVEL MUNDIAL, LA ADMINISTRACIÓN DE PLATAFORMAS EN INTERNET PARA REALIZAR TRANSACCIONES COMERCIALES Y EL USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA MEDICIÓN DE RESULTADOS, GENERANDO UN CRECIMIENTO EN LA EFECTIVIDAD DE PROPUESTAS Y CAMPAÑAS DE MERCADEO DIGITAL EN LA ECONOMÍA LOCAL E INTERNACIONAL.

AL DESARROLLARSE UN CRITERIO INVESTIGATIVO Y ORIENTADO A LA MEJORA CONTINUA DE LOS PROCESOS, ESTA CARRERA PERMITE CREAR PROPUESTAS DE VALOR PARA LAS EMPRESAS, LO CUAL RESULTA CRUCIAL PARA ESTAS EN UN MUNDO GLOBALIZADO Y LLENO DE MERCADOS CON CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS, ESTRUCTURALES Y CULTURALES DIVERSAS.

¿QUÉ SE PRETENDE TRANSFORMAR CON LA CARRERA?

ESTACARRERA PRETENDE TRANSFORMAR LA FORMA EN QUE SE HACEN LOS NEGOCIOS Y SE DESARROLLAN LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PARA LA PROMOCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS, PERMITIENDO QUE LAS DIFERENTES OPERACIONES COMERCIALES SE REALICEN DE FORMA REMOTA, ELIMINANDO ASÍ LAS BARRERAS Y LIMITACIONES FÍSICAS DEL COMERCIO TRADICIONAL.

ADEMÁS, MEDIANTE ESTA APUESTA POR LA DIGITALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE PROMOCIÓN, COMPRA Y VENTA, SE BUSCA DINAMIZAR EL COMERCIO EXISTENTE Y GENERAR NUEVAS OPORTUNIDADES PARA PEQUEÑOS EMPRENDEDORES, QUIENES VEN A LA INTERNET Y AL COMERCIO ELECTRÓNICO COMO RECURSOS ESTRATÉGICOS PARA DESARROLLAR SUS PROYECTOS.

Modalidad titulación:

- EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
- DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR