

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

Impresión realizada el: 16-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES:	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ARGOS
Siglas:	ISTA
Código sniese:	2158
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
Codificación:	2158-550414G01-L-0901
Lugar de ejecución:	SEDE MATRIZ
Provincia:	GUAYAS
Cantón:	GUAYAQUIL
Ciudad:	GUAYAQUIL
Duración:	4
Periodo académico:	ORDINARIO
Semanas de periodo académico:	16
Modalidad:	EN LÍNEA
Valor de la matrícula:	\$ 60,00
Valor del arancel:	\$ 890,00
N° de resolución del CES:	RPC-SO-17-NO.265-2022
Estado actual:	APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación:	2022-04-27
Año de aprobación:	2022
Años de vigencia:	5 años.
Vigente hasta:	2027-04-27
N° de estudiantes por paralelo:	50 estudiantes.
N° de cohortes:	2
Convenio con otras entidades:	CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO CHINA CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS CIATEITE UNICOMER
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.
APROBAR EL PROCESO DE ADMISIÓN
LAS IES ACEPTARÁN LOS TÍTULOS DE BACHILLER OBTENIDOS EN EL EXTRANJERO, RECONOCIDOS O EQUIPARADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO CON COMPETENCIAS SOBRE LA GESTIÓN DEL MARKETING, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD, Y COMERCIO ELECTRÓNICO, CAPACES DE DESARROLLAR PLANES ESTRATÉGICOS INNOVADORES, MEDIANTE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE BIENES O SERVICIOS DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DEL MERCADO, QUE USEN HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LOS PROCESOS INTERVINIENTES DEL MARKETING, RECONOCIENDO LOS PROCESOS DE DIFERENCIACIÓN, GENERACIÓN DE VALOR, BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES, GESTIÓN DE MARCA Y POSICIONAMIENTO NACIONAL E INTERNACIONAL.

Perfil de ingreso:

- CAPACIDAD DE LECTURA COMPRENSIVA
- CAPACIDAD DE RAZONAMIENTO LÓGICO
- CAPACIDAD DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA.
- CAPACIDAD DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS
- CAPACIDAD DE AUTOESTIMA Y DECISIÓN DE PROFESIONALIZACIÓN
- HABILIDAD EN EL MANEJO DE TIC S
- OBSERVACIÓN Y PRÁCTICA DE VALORES ÉTICOS Y MORALES
- PENSAMIENTO CRÍTICO Y CAPACIDAD DE DISCERNIMIENTO
- HABILIDADES DE OBSERVACIÓN ORIENTADAS HACIA LA BÚSQUEDA DE SOLUCIONES FRENTE A UN PROBLEMA PLANTEADO.
- HABILIDADES DE ORGANIZACIÓN Y PLANEAMIENTO DEMOSTRADAS EN SU VIDA ESTUDIANTIL
- CAPACIDAD DE CRECIMIENTO INTELLECTUAL Y COGNOSCITIVO CONTINUO
- MOTIVACIÓN PARA SERVIR A LOS DEMÁS.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?
- INVESTIGAR LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR EN EL ENTORNO EN MEDIO TRADICIONALES Y DIGITAL. - ELABORAR Y GESTIONAR PLANES INNOVADORES, TECNOLÓGICOS Y ESTRATÉGICOS DEL MARKETING. - ANALIZAR LAS CONDICIONES DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL PARA DESARROLLAR PROYECTOS INNOVADORES, QUE OFREZCAN SATISFACCIÓN DE LOS CONSUMIDORES DEL ENTORNO DIGITAL. - COORDINAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CREANDO VALOR A LAS MARCAS E IMAGEN INSTITUCIONAL, EJERCIENDO SU LABOR CON ÉTICA PROFESIONAL. - DESARROLLAR LA INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL EN CADA UNA DE LAS CAMPAÑAS REALIZADAS, FORMANDO UNA MENTALIDAD ESTRATÉGICA PARA EL ANÁLISIS Y TOMA DE DECISIONES. - IDENTIFICAR HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, PARA AUTOMATIZAR LOS PROCESOS COMERCIALES Y PUBLICITARIOS QUE SOPORTARÁ LA TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS.

¿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?
- ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA GENERAR VALOR INSTITUCIONAL. - PARTICIPAR EN EL DESARROLLO DE PROYECTOS QUE IMPLIQUEN EL TRABAJO, INTERDISCIPLINARIO APLICANDO TEORÍAS MERCADOLÓGICA PERTINENTES. - PROPICIAR EL TRABAJO COLABORATIVO Y DE ARTICULACIÓN PROFESIONAL EN EL ÁMBITO DE LA COMERCIALIZACIÓN, TÉCNICAS DE VENTAS E IMAGEN CORPORATIVA DE MANERA INTEGRAL, INNOVADORA Y TECNOLÓGICA. - ANALIZAR LA INFORMACIÓN DEL MERCADO, LOS COMPORTAMIENTOS Y TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES PARA LA TOMA DE DECISIONES ADECUADAS. - DEMOSTRAR COMPETENCIAS Y HABILIDADES EN EL MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CREANDO VALOR A LAS MARCAS E IMAGEN INSTITUCIONAL, EJERCIENDO SU LABOR CON ÉTICA 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?
- ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS ADECUADAS PARA LA GENERACIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS EN LA PRODUCCIÓN NACIONAL, MOSTRANDO RESPONSABILIDAD CON EL MEDIO AMBIENTE. - IDENTIFICAR PROBLEMAS EXISTENTES EN LA REGIÓN POR MEDIO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO QUE DETERMINEN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE IMPULSO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CADA SECTOR. - DESARROLLAR COMPORTAMIENTOS ÉTICOS Y DE TRABAJO EN EQUIPO PARA LA EFECTIVA ACTIVIDAD PROFESIONAL EN EL CAMPO

MERCADOLÓGICO. ¿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?

VALORES - ÉTICA - TRANSPARENCIA - HONESTIDAD - AMABILIDAD - RESPONSABILIDAD - PROACTIVIDAD - JUSTICIA - SOLIDARIDAD PRINCIPIOS - EXCELENCIA ACADÉMICA - HONESTIDAD - RESPETO - TRABAJO EN EQUIPO - RESPONSABILIDAD SOCIAL - EFICIENCIA - INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD - CONCIENCIA SOCIAL

Objeto de estudio:

EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA CARRERA EN MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO, ES FORMAR PROFESIONALES CAPACES DE IDENTIFICAR LAS NECESIDADES TECNOLÓGICAS Y DE SOLUCIÓN DIGITAL PARA LAS EMPRESAS EN LAS ÁREAS DE MARKETING, COMUNICACIÓN, COMERCIAL DE UNA EMPRESA PARA DISEÑAR MODELOS DE SERVICIOS DIGITALES Y ESTRATÉGICOS GENERADORES DE VENTAJAS COMPETITIVAS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES DEL MERCADO ACTUAL.

Modalidad titulación:

EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO
DESARROLLO DE UN TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR