

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

Impresión realizada el: 16-07-2022

**Detalle de la carrera**

IES: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ESPÍRITU SANTO
Siglas: TES
Código sniese: 2107
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: DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL
Título que otorga: TECNÓLOGO/A SUPERIOR UNIVERSITARIO/A EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL
Codificación: 2107-560414C01-L-0901
Lugar de ejecución: SEDE MATRIZ
Provincia: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Ciudad: GUAYAQUIL
Duración: 6
Periodo académico: ORDINARIO
Semanas de periodo académico:16
Modalidad: EN LÍNEA
Valor de la matrícula: \$ 50,00
Valor del arancel: \$ 1.200,00
N° de resolución del CES: RPC-SO-19-NO.290-2022
Estado actual: APROBADO POR EL CES
Fecha de aprobación: 2022-05-18
Año de aprobación: 2022
Años de vigencia: 5 años.
Vigente hasta: 2027-05-18
N° de estudiantes por paralelo: 30 estudiantes.
N° de cohortes: 1
Convenio con otras entidades:
- COMPAÑÍA AZUCARERA VALDEZ.
- GUAYAQUIL CITY FUTBOL CLUB.
- CLUB DEPORTIVO ATLÉTICO PORTEÑO.
- REAL CASA DE VALORES GUAYAQUIL.
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:

- TÍTULO DE BACHILLER O TÉCNICO SUPERIOR O TECNÓLOGO SUPERIOR APROBAR EL PROCESO DE CONVALIDACIÓN DE MATERIAS PARA ESTUDIANTES DE OTROS CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE ACUERDO AL MARCO LEGAL VIGENTE.
- COPIA A COLOR DE CÉDULA DE CIUDADANÍA.
- PARTIDA DE NACIMIENTO ORIGINAL.
- COPIA DE CERTIFICADO DE VOTACIÓN.
- RENDIR LA PRUEBA INSTITUCIONAL DE APTITUDES Y/O APROBAR EL SISTEMA DE NIVELACIÓN PRE-INGRESO CON LOS PROCESOS ACADÉMICO DE INGRESO INSTITUCIONAL.
- PRESENTAR COPIA DE PASAPORTE NOTARIADA (ESTUDIANTES EXTRANJEROS).
- EN EL CASO DE LOS TÍTULOS DE BACHILLER, OBTENIDO EN EL EXTRANJERO DEBE ESTAR RECONOCIDO O EQUIPARADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.
- ENTREVISTA CON EL DIRECTOR/A DE CARRERA.

Objetivo general:

FORMAR PROFESIONALES, TECNÓLOGOS SUPERIORES UNIVERSITARIOS EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL DE ALTA CALIDAD, COMPETENTES Y COMPETITIVOS QUE IMPULSEN ESTRATEGIAS COMERCIALES E INNOVADORAS EN ENTORNOS FÍSICOS Y VIRTUALES, COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y EN CADA UNA DE SUS ÁREAS, EMPRENEDORES, CRÍTICOS, OBJETIVOS, CREATIVOS, ENTUSIASTAS, SOCIALMENTE RESPONSABLES CON HABILIDAD GERENCIAL Y PRODUCTIVA, CONDUCTA ÉTICA Y DISPUESTOS A CONTRIBUIR A LOS DESAFÍOS DEL MERCADO Y SU ENTORNO GLOBALIZADO, COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO DEL PAÍS.

Perfil de ingreso:

CONOCIMIENTOS INFORMÁTICA:
APLICACIONES INFORMÁTICAS BÁSICAS: PROCESADOR DE TEXTO, HOJA DE CÁLCULO, BASE DE DATOS. APTITUDES Y CAPACIDADES BÁSICAS.
RAZONAMIENTO LÓGICO: CAPACIDAD PARA ENTENDER LAS RELACIONES ENTRE LOS HECHOS Y ENCONTRAR LAS CAUSAS QUE LOS PRODUJERON, PREVER CONSECUENCIAS Y ASÍ PODER RESOLVER PROBLEMAS DE UNA MANERA COHERENTE.
CAPACIDAD DE PERCEPCIÓN: CAPACIDAD PARA ADQUIRIR CONOCIMIENTO DEL MUNDO QUE NOS RODEA POR MEDIO DE LAS IMPRESIONES QUE TRANSMITEN LOS SENTIDOS. PERCEPCIÓN VISUAL DE FORMAS Y DETALLES DESDE DISTINTAS DISTANCIAS Y ESPACIOS.
CAPACIDAD DE ATENCIÓN Y CONCENTRACIÓN: CAPACIDAD DE CENTRAR LA ATENCIÓN VOLUNTARIAMENTE SOBRE UN OBJETO O UNA ACTIVIDAD QUE SE ESTÁ REALIZANDO DEJANDO FUERA DEL PROCESO, HECHOS QUE OCURREN ALREDEDOR COMO SONIDOS Y RUIDOS DEL AMBIENTE.
PERSONALIDAD ABIERTA Y CREATIVA: DISPUESTO A COOPERAR, LE GUSTAN LAS TAREAS QUE EXIGEN CONTACTOS CON LA GENTE Y LA RELACIÓN SOCIAL Y QUE EXIGEN TRABAJO EN EQUIPO, POCO TEMEROSO DE LAS CRÍTICAS Y PUEDE LLEGAR A SER EXCELENTE NEGOCIADOR.
LÍDER: MUY SEGURO DE SÍ MISMO, DE MENTALIDAD INDEPENDIENTE, LE GUSTA EL PROTAGONISMO, Y DIRIGIR UN GRUPO.
RESPONSABLE: PREPARADO PARA HACER LAS COSAS CORRECTAMENTE, CENTRADO EN EL TRABAJO, PERSEVERANTE A LA HORA DE RESPONDER ANTE GRANDES RETOS DISPUESTO A AFRONTAR DIVERSAS SITUACIONES DEL ENTORNO.
PRAGMÁTICO: CENTRADO EN LOS PROBLEMAS PRÁCTICOS, SERENO EN LA TOMA DE DECISIONES FRENTE A SITUACIONES DE EMERGENCIA.
DINÁMICO: EMPRENEDOR, LUCHADOR, CON CURIOSIDAD POR LOS NUEVOS AVANCES, DISPUESTO A LA ACCIÓN.

Perfil de egreso:

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?
DESARROLLAR INVESTIGACIONES EFECTIVAS QUE PERMITAN EL DESARROLLO DE NUEVAS ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS. APLICAR LAS TÉCNICAS DE VENTAS BASADOS EN LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES. DESEMPEÑAR LA FUNCIÓN DE VENTAS, CONSULTOR/ASESOR EN LAS ÁREAS DE VENTAS, GERENCIA DE VENTAS, DISTRIBUCIÓN, ÁREA DE MERCADEO COMPARTIDO (TRADE MARKETING), LOGÍSTICA Y OPERACIONES DE VENTAS. DEMOSTRAR HABILIDADES DE COACHING, NEGOCIADOR DE PRESUPUESTO Y LIDERAZGO. ELABORAR LOS PLANES ESTRATÉGICOS DEL ÁREA DE MARKETING, VENTAS Y COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS. INTEGRAR LAS COMUNICACIONES Y TODAS SUS VARIANTES COMO HERRAMIENTA CLAVE DENTRO DEL DISEÑO ESTRATÉGICO DEL PLAN DE MARKETING Y LOS OBJETIVOS DEL 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?

DESARROLLAR EL PLAN DE MARKETING CON ENFOQUE ESTRATÉGICO UTILIZANDO LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS. UTILIZAR MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA DESARROLLAR. ADMINISTRAR LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES, PROVEEDORES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. DISEÑAR LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS. ELABORAR PROCESOS Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON POLÍTICAS DE PUBLICIDAD, DISTRIBUCIÓN, PRECIOS Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS. EMPLEAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFICAZMENTE Y TRABAJAR EN EQUIPO. UTILIZAR DIFERENTES SOLUCIONES TECNOLÓGICAS Y ELEGIR LAS ALTERNATIVAS QUE OPTIMICEN SU DESEMPEÑO. EMPRENDER PROYECTOS O NUEVOS RETOS QUE TIENEN UN CARÁCTER INNOVADOR IDENTIFICAR LAS ACCIONES Y ESTRATEGIAS DIGITALES QUE SE DESARROLLAN PARA LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS A TRAVÉS DE INTERNET. DESARROLLAR CAMPAÑAS DE MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES EFECTIVOS CON UN AMPLIO RETORNO.

¿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?

- PRACTICAR VALORES CIUDADANOS, ÉTICOS COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE, CON ENFOQUE SISTÉMICO, PENSAMIENTO ESTRATÉGICO, INNOVADOR, EMPRENDEDOR Y SER A SU VEZ CAPAZ DE DISEÑAR Y CREAR CONDICIONES PARA MODIFICAR EL AMBIENTE O CREAR NUEVOS ESPACIOS DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

- ADAPTAR LOS PROCESOS DE GESTIÓN COMERCIAL A LAS NUEVAS TENDENCIAS TECNOLÓGICAS QUE ORIENTAN AL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA Y EL PRODUCTO EMPRESARIAL, QUE LE PERMITEN IDENTIFICAR OPORTUNIDADES Y PROYECTOS ORIENTADOS A ENCAUZAR A LAS ORGANIZACIONES EN LA DIRECCIÓN ADECUADA PARA UN CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN CONSTANTE.

- PROPONER UNA ACTITUD DE RESPETO ANTE LA IDEOLOGÍA DE GÉNERO, CREDO, SABERES Y CULTURAS, PERMITIENDO UNA CONVENCÍA ARMÓNICA DENTRO DE LOS ENTORNOS SOCIALES Y LABORALES.

¿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?

- PROPONER EL PENSAMIENTO CRÍTICO, LA EXCELENCIA ACADÉMICA Y LA CONCIENCIA SOCIAL RESPONSABLE, CON UN ENFOQUE INTERCULTURAL CON SÓLIDOS VALORES ÉTICOS Y MORALES, PROCLIVE A LA INVESTIGACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO, Y LA INNOVACIÓN, COMPETITIVO, CAPAZ DE ESTABLECER SOLUCIONES A LAS PROBLEMÁTICAS SOCIALES, HASTA CONDUCIRLOS A SU OPTIMIZACIÓN PRODUCTIVA, QUE PROPENDA HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA, EN MARCO DE LOS DERECHOS, IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD.

Objeto de estudio:

CON LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL FORMAMOS JÓVENES PROVENIENTES DEL BACHILLERATO, GRADUADOS DE TÉCNICOS SUPERIORES, TECNÓLOGOS SUPERIORES EN ÁREAS AFINES, ASÍ COMO TRABAJADORES DEL CAMPO DEL MARKETING, VENTAS GESTIÓN COMERCIAL, SIN TITULACIÓN, INTERESADOS EN CONVERTIRSE EN PROFESIONALES TECNÓLOGOS SUPERIORES UNIVERSITARIOS, QUE ENGLOBEN UN CONJUNTO DE ACTIVIDADES Y PROCESOS QUE SON LLEVADOS A CABO PARA CUBRIR DEMANDAS, DESEOS Y NECESIDADES DEL CLIENTE O DE UN GRUPO EMPRESARIAL, A TRAVÉS DE CONOCIMIENTOS EN INTERCAMBIO DE PRODUCTOS, MANEJO DE TERRITORIO Y PERSONAS, CONSTRUYENDO PLANES Y ESTRATEGIAS CON PRESUPUESTOS ALCANZABLES, ATENDIENDO AL MERCADO Y LOS COMPONENTES DEL SECTOR PRODUCTIVO EN EL CONTEXTO LOCAL, TERRITORIAL Y NACIONAL LLEVÁNDOLOS A POSICIONAR SU NOMBRE O MARCA EN UN ESTATUS COMPETITIVO AL MERCADO.

Modalidad titulación:

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