

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

Impresión realizada el: 16-07-2022

**Detalle de la carrera**

**IES:** INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PARTICULAR SUDAMERICANO  
**Siglas:** ITS  
**Código sniese:** 2024  
**Tipo de financiamiento:** PARTICULAR  
**Sitio web:** SIN DATOS  
**Tipo de IES:** ISTT

**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  
**Título que otorga:** TECNÓLOGO/A SUPERIOR EN MARKETING  
**Codificación:** 2024-550414A02-L-0101  
**Lugar de ejecución:** SEDE MATRIZ  
**Provincia:** AZUAY  
**Cantón:** CUENCA  
**Ciudad:** CUENCA  
**Duración:** 4  
**Periodo académico:** ORDINARIO  
**Semanas de periodo académico:**16  
**Modalidad:** EN LÍNEA  
**Valor de la matrícula:** \$ 70,00  
**Valor del arancel:** \$ 700,00  
**N° de resolución del CES:** RPC-SO-22-NO.330-2022  
**Estado actual:** APROBADO POR EL CES  
**Fecha de aprobación:** 2022-06-08  
**Año de aprobación:** 2022  
**Años de vigencia:** 5 años.  
**Vigente hasta:** 2027-06-08  
**N° de estudiantes por paralelo:** 30 estudiantes.  
**N° de cohortes:** 2  
**Convenio con otras entidades:**  
- KAIZEN  
- BUCLE AGENCIA DE PUBLICIDAD  
- MAGAZINE  
- ASINM  
- CANDO SPORT  
- EMPRESA SOINGER  
**N° de horas:** 3.200 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 EXAMEN DE APTITUD Y EXONERACIÓN.
- SOLICITUD DE ADMISIÓN AL RECTOR DE LA INSTITUCIÓN.
- COMPROBANTE DE PAGO DEL DERECHO RESPECTIVO.
- CÉDULA DE CIUDADANÍA
- TITULO DE BACHILLER DEBIDAMENTE REFRENDADO Y CERTIFICADO DEL ACTA DE GRADO
- TRES FOTOGRAFÍA TAMAÑO CARNÉ
- COMPROBANTE DE PAGO DEL DERECHO RESPECTIVO INSCRIPCIÓN.

LAS IES ACEPTARÁN LOS TÍTULOS DE BACHILLER OBTENIDOS EN EL EXTRANJERO, RECONOCIDOS O EQUIPARADOS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN

**Objetivo general:**

LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING TIENE COMO OBJETIVO GENERAL FORMAR PROFESIONALES OPERATIVOS DE CALIDAD A TRAVÉS DE LOS CONOCIMIENTOS INTERDISCIPLINARIOS ADQUIRIDOS EN SU CURRÍCULO, CAPACES DE RESPONDER A LOS CAMBIOS CONTINUOS E IMPREDECIBLES DEL MERCADO REGIONAL Y A LAS NECESIDADES DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES, ATENDIENDO ASPECTOS DE RESPONSABILIDAD AMBIENTAL Y DE COMPROMISO SOCIAL, A TRAVÉS DE LA MODALIDAD EN LÍNEA.

BUSCA FORMAR PROFESIONALES CAPACES DE PLANIFICAR Y EJECUTAR POLÍTICAS APROPIADAS DE MERCADEO EN FUNCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y DE LOS DIFERENTES MERCADOS DE CONSUMIDORES, DESARROLLANDO Y MANTENIENDO RELACIONES DURADERAS CON LOS CLIENTES.

ASIMISMO, PREPARARLOS PARA DISEÑAR Y APLICAR ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE PRODUCTOS, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN, VENTAS, DISTRIBUCIÓN, PRECIO, SERVICIO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN EMPRESAS COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS QUE COMPITAN EN UN CONTEXTO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL Y GLOBAL

**Perfil de ingreso:**

- CAPACIDAD DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA
- CAPACIDAD DE RAZONAMIENTO ABSTRACTO
- CAPACIDAD DE RAZONAMIENTO LÓGICO MATEMÁTICO
- CONOCIMIENTO Y APLICACIÓN DE VALORES MORALES Y ÉTICOS
- CONOCIMIENTO BÁSICO DE INGLES
- HABILIDADES BÁSICAS EN EL MANEJO DE LAS TIC

**Perfil de egreso:**

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

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS DE LOS FUTUROS TECNÓLOGOS DE MARKETING SON:

- ESTABLECEN ESTRATEGIAS DE VENTAS QUE DEN RESPUESTAS SATISFACTORIAS A LAS DEMANDAS DEL COMERCIO.
- CUENTAN CON LA DISPOSICIÓN PARA EL ESTABLECIMIENTO DE RELACIONES HUMANAS COOPERATIVAS.
- IDENTIFICAN LOS RIESGOS Y LAS OPORTUNIDADES DE LOS DIFERENTES MERCADOS.
- DESARROLLAN PLANES Y ESTRATEGIAS ACORDES CON LA SITUACIÓN, POSIBILIDADES Y RECURSOS DE LAS EMPRESAS.
- ASUMEN EL LIDERAZGO EN EL DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y CONDUCCIÓN DE ORGANIZACIONES DE VENTAS EFICIENTES Y COMPETITIVAS.
- EVALÚAN OBJETIVAMENTE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN LA ORGANIZACIÓN.
- DISEÑAN, IMPLEMENTAR Y EVALUAR ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO.
- EJERCE SU PROFESIÓN COMO COLABORADOR RESPONSABLE Y EFICIENTE, EN ORGANIZACIONES PRIVADAS Y PÚBLICAS.
- DESEMPEÑAN SU PROFESIÓN DE FORMA CREATIVA
- EL TECNÓLOGO TIENE TODOS LOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA CREAR SU PROPIO EMPRENDIMIENTO.

¿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?

- DOMINA LOS DIFERENTES COMPONENTES DEL MARKETING MIX.
- POSEE UNA DISPOSICIÓN PARA EL TRABAJO EN EQUIPO. CUENTA CON UNA AMPLIA CULTURA GENERAL Y HUMANÍSTICA.

- IDENTIFICA LA ESTRUCTURA DEL MERCADO Y EL PROCESO DE ANÁLISIS PREVIO A LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES EN LA MERCADOTECNIA.
- ENTIENDE EL PAPEL DEL PRODUCTO EN EL MERCADO Y ABSTRAE TODOS LOS ATRIBUTOS DE VALOR QUE DEMANDAN LOS DISTINTOS GRUPOS DE CONSUMIDORES.
- LOGRA LA OPTIMIZACIÓN EN LA PLANEACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA MEZCLA PROMOCIONAL PARA CUALQUIER EMPRESA.
- CONOCE Y ANALIZA LOS FACTORES PSICOLÓGICOS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR.

SE IDENTIFICA COMO UN PROFESIONAL ÉTICO Y RESPONSABLE CAPAZ DE INTEGRARSE EN CUALQUIER ÁREA FUNCIONAL DE UNA EMPRESA.

¿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?  
 CON LA GLOBALIZACIÓN Y LA APERTURA DE MERCADOS, LOS FUTUROS TECNÓLOGOS EN MARKETING CONTRIBUIRÁN A LA SOCIEDAD: COMO PROFESIONALES ALTAMENTE COMPETITIVOS CON CONOCIMIENTOS INTEGRALES TANTO TEÓRICOS COMO PRÁCTICOS EN EL ÁREA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS E IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR LOCAL, REGIONAL, NACIONAL, EL TECNÓLOGO EN MARKETING TIENE UN AMPLIO CAMPO DE TRABAJO CON MUY BUENAS PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO PROFESIONAL Y ECONÓMICO.

PUEDE TRABAJAR EN EL SECTOR PRIVADO O EN PÚBLICO, Y EN DIVERSIDAD DE EMPRESAS TALES COMO INDUSTRIAS, COMERCIO E INSTITUCIONES DE SERVICIO. NUESTROS TECNÓLOGOS EN MERCADOTECNIA, SE RELACIONAN CON OTRAS ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA TALES COMO; CONTABILIDAD, RECURSOS HUMANOS, FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN.

PUEDE DESEMPEÑARSE EN LOS SIGUIENTES PUESTOS: EJECUTIVOS, GERENTES, DIRECTIVOS, EMPRESARIOS Y CONSULTORES EN ÁREAS DE MARKETING, COMERCIALIZACIÓN, VENTAS, SERVICIOS, DESARROLLO DE PRODUCTOS, DISEÑO Y APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS EN LA MEZCLA DE MARKETING (PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN).

¿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?

- RECONOCIMIENTO DE LA CIUDADANÍA.
- RECONOCIMIENTO DEL DERECHO A EJERCER LA IDENTIDAD ORIGINARIA DE LOS PUEBLOS.
- COMPRENSIÓN DE LAS CULTURAS COMO FENÓMENOS DINÁMICOS.
- RESPETO: TRATO CON DIGNIDAD, TRATO COMO SUJETOS AMIGABLES.
- ESCUCHA RESPETUOSA Y LIBRE EXPRESIÓN DE PERCEPCIONES Y CREENCIAS.
- DIÁLOGO HORIZONTAL: INTERACCIONES CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.
- RECONOCIMIENTO DE QUE NO HAY UNA VERDAD ÚNICA.
- EMPODERAMIENTO.
- COMPRENSIÓN Y ENRIQUECIMIENTO MUTUO.
- CAPACIDAD Y DISPOSICIÓN PARA COMPRENDER E INCORPORAR LO PLANTEADO POR EL OTRO EMPATÍA.
- SINERGIA.
- VALOR DE LA DIVERSIDAD

**Objeto de estudio:**

EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING ESTÁ EM LAS CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN, EN ESPECIAL LO QUE RESPECTA A LA GESTIÓN DE VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS QUE GENERAN LAS EMPRESAS.

SE REQUIERE PROFESIONALES CON ALTA COMPETITIVIDAD EN EL MUNDO DEL MERCADEO, TANTO EN LA PERSPECTIVA NACIONAL COMO INTERNACIONAL.

LAS DISCIPLINAS FUNDAMENTALES DE ESTUDIO EN LA CARRERA SON: MARKETING, ADMINISTRACIÓN, FINANZAS, HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y DESARROLLO EMPRESARIAL, CON UNA ADECUADA ARTICULACIÓN ENTRE TEORÍA Y PRÁCTICA, EN FUNCIÓN DE SÓLIDAS COMPETENCIAS PARA INTERACTUAR EN LOS PROCESOS DEL MERCADEO. LOS PROFESIONALES EN MERCADEO SERÁN COMPETENTES EN LA FORMULACIÓN, EJECUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE MERCADEO, POSEEDORES DE HABILIDADES COMERCIALES Y DE NEGOCIACIÓN Y CON UN AMPLIO CONOCIMIENTO DEL MEDIO, QUE LES PERMITA CONTRIBUIR AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA REGIÓN Y EL PAÍS.

**Modalidad titulación:**

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