

Licenciatura en
**INGENIERÍA
COMERCIAL**



● Perfil profesional



● Modalidad de
Admisión



● Modalidad de
Titulación



● Malla Curricular





Perfil Profesional



- Manejar técnicas, procedimientos, modelos, métodos, etc., para tomar decisiones acertadas bajo condiciones de riesgo e incertidumbre en la empresa, con el objetivo de conseguir oportunidades de negocios y/o solucionar problemas de las organizaciones.
- Diseñar estrategias de liderazgo para coordinar con eficiencia los componentes empresariales (recursos humanos, materiales y sistemas) y generar actividades de comercio local, nacional e internacional.
- Dirigir y participar en grupos multidisciplinarios, con solvencia técnica y ética profesional, para promover y facilitar la supervivencia y fortalecimiento de las organizaciones públicas y privadas.
- Utilizar instrumentos teóricos y prácticos de las ciencias cuantitativas, económicas y administrativas en los campos de la inversión, la gerencia y marketing, que permitan detectar, comprender y resolver asuntos de la problemática.



Misión Visión



Misión

Es la Carrera de mayor proyección y ejecución en el diseño, innovación y desarrollo de los procesos comerciales que requieren las empresas, para lograr los niveles de competitividad y sostenibilidad acordes con las necesidades de internacionalización y globalización.

Ser una Carrera de proveedores de herramientas cuantitativas y cualitativas que permiten adecuar la relación empresa mercado, con una formación científica con alto contenido social, que contribuya sostenidamente al desarrollo socioeconómico de la comunidad, basado en la investigación y en la calidad académica de su equipo docente y administrativo en la búsqueda permanente de la excelencia académica.

Visión

Formar profesionales científicos y humanistas, críticos y creativos en el manejo de herramientas cuantitativas y cualitativas que ayuden a diseñar, innovar y desarrollar procesos comerciales empresariales competitivos y sostenibles, acordes a las necesidades de internacionalización y globalización. Los valores que orienten dicha formación son: el desarrollo humano sostenible y la conservación de los recursos naturales.



Modalidad de Admisión



El Licenciado(a) en Ingeniería Comercial tiene las siguientes modalidades de admisión de estudiantes:

- Examen de ingreso.**
- Curso propedéutico semipresencial.**
- Admisión directa u otra universitaria.**
- Convenios.**
- Becas.**





Modalidad de Titulación



Trabajo de Investigación

Esta modalidad consiste en realizar un trabajo de investigación, que cumpla con exigencias de metodología científica, a objeto de conocer y dar respuesta a un problema, planteando alternativas aplicables o proponiendo soluciones prácticas y/o técnicas.

Trabajo de Adscripción

La adscripción se refiere a la incorporación de alumnos no graduados a la realización de actividades en los ámbitos académicos, de investigación, de interacción y/o de gestión universitaria en la Universidad Mayor de San Simón.

Plan de Negocios

Un plan de negocios o también conocido como emprendimiento es la creación y puesta en marcha de una unidad productiva, creación de una empresa o negocio.

Trabajo Dirigido

El trabajo dirigido es la realización de una investigación, que consiste en trabajos prácticos evaluados y supervisados en instituciones, empresas públicas y privadas.





Modalidad de Titulación



Examen de Grado

Consiste en un ciclo académico en el cual se efectuará una valoración de la formación académica global del alumno (escrita y oral) del conocimiento que adquirió en la carrera tanto en áreas básicas, administrativas y de especialización.

Excelencia Académica

La excelencia académica se establece como un sistema que permite al alumno graduarse cuando el promedio de calificaciones, resultado de la producción intelectual durante el periodo del pregrado, ha alcanzado niveles de excelencia académica.

Proyecto de Grado

Es un trabajo de investigación, programación y diseño, el mismo que se puede realizar en diferentes áreas como ser RRHH, finanzas, gerencia, producción, marketing.



Ámbito de Acción



El Ingeniero Comercial podrá desempeñarse laboralmente en:

- Funciones directivas, ejecutivas y/o asesoras en las áreas de planificación, dirección, coordinación y control de todo tipo de unidades económicas, sean públicas o privadas.
- Creación, gestión y desarrollo de empresas.

El Ingeniero Comercial puede trabajar en el ámbito financiero, comercial, de relaciones humanas, de alta gerencia o de organización en:

- Instituciones financieras.
- Compañías de Seguros.
- Empresas dedicadas a la producción, distribución y/o comercialización de productos y/o servicios.
- Empresas consultoras y de intermediación financiera, etc.

También podrá actuar como:

- Promotor de negocios y empresas.
- Consultor de empresas para analizar, estudiar e interpretar el entorno económico.
- Especialista en la creación de estrategias comerciales y manejo de productos y servicios.
- Investigador de mercados de bienes y servicios.
- Docente académico de profesión.



Malla Curricular



1º Semestre	1 Metodología de Investigación I	2 Introducción a la ingeniería comercial	3 Contabilidad gerencial	4 Álgebra lineal	5 Cálculo I			
2º Semestre	6 Teoría y técnicas de organización	7 Estadística I	8 Contabilidad para la gestión	9 Cálculo II	10 Economía de empresas			
3º Semestre	11 Inglés I	12 Estadística II	13 Gestión de la administración I	14 Costos empresariales	15 Matemática financiera	16 Derecho comercial y laboral		
4º Semestre	17 Inglés II	18 Macroeconomía	19 Costos para la toma de decisiones	20 Análisis de estados financieros	21 Programación básica	22 Investigación operativa I		
5º Semestre	23 Presupuestos	24 Gestión de la administración II	25 Investigación operativa II	26 Sistema de información para la gestión I	27 Ecología y medio ambiente	28 Psicología organizacional		
6º Semestre	29 Procesos industriales (producción)	30 Logística para operaciones	31 Finanzas	32 Mercadotecnia	33 Recursos humanos			
7º Semestre	34 Dirección empresarial	35 Gestión financiera	36 Investigación de mercados	37 Comercio exterior	38 Marketing de servicios y relacional	39 Econometría y simulaciones		
8º Semestre	40 Preparación y evaluación de proyectos	41 Régimen tributario y aduanero	42 Gestión de calidad	43 Seguridad e higiene industrial	44 Investigación de mercados II	45 Neuromarketing y marketing lateral	46 Ingeniería de nuevos productos	
9º Semestre	47 Práctica profesional	48 Publicidad y comunicación masiva	49 Mercadotecnia y negocios digitales	50 Taller de diseño de planes mercadológicos	51 Comportamiento del consumidor	52 Sistema y canales de distribución	53 Gestión de proyectos	
10º Semestre	54 Modalidades de titulación (según orden)	Tesis	Trajejo Dirigido	Proyecto de Grado	Exercina Académica	Adscripción	Planes de Negocio Emprendimiento	Examen de Grado





@umssboloficial
www.umss.edu.bo