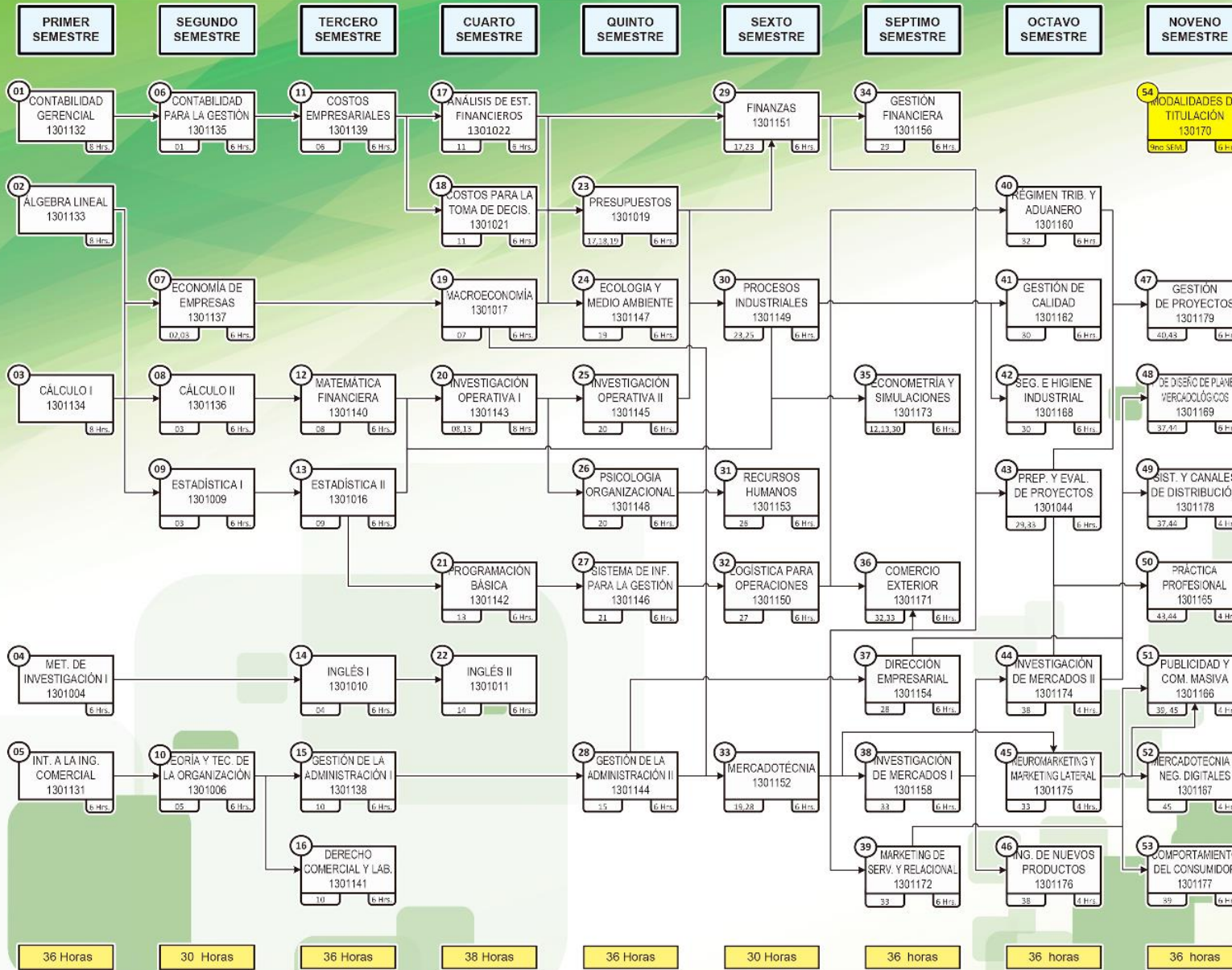


# CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

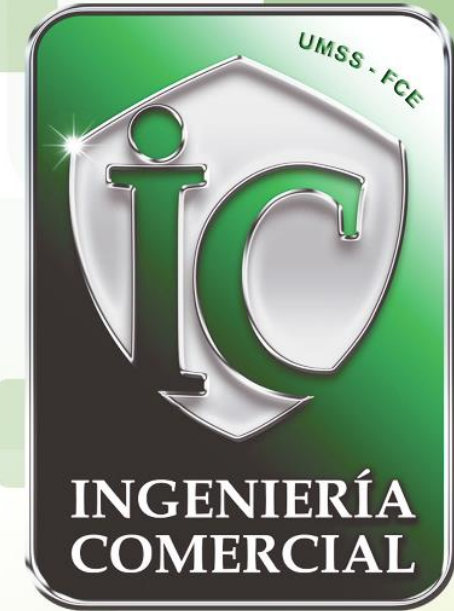
# MALLA CURRICULAR



© Designed by Saul Garcia Mejia 2018



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN SIMÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA



CARRERA

# Ingeniería Comercial

[www.fce.umss.edu.bo](http://www.fce.umss.edu.bo)

Cochabamba - Bolivia

## MODALIDAD DE ADMISIÓN

Examen de Ingreso

## CURSOS INTERSEMESTRALES

El estudiante puede avanzar o nivelarse en una o dos asignaturas, optando por tomar los cursos intersemestrales de Verano e Invierno, que se ofrecen en la Carrera.

## EXAMEN DE MESA

Instancia de evaluación académica por la que el alumno puede nivelarse y/o avanzar en su plan de estudios (al inicio y al final del semestre).

Calle Calama (final este)  
Casilla N° 992  
Teléfono: 4540245-4540248-4540261-  
Interno: 31077  
Fax: 591-4-4540257  
[www.fce.umss.edu.bo](http://www.fce.umss.edu.bo)  
<http://sacad.fce.umss.edu.bo>  
[www.facebook.com/fceconomia](http://www.facebook.com/fceconomia)

## 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 empresamercado, con una formación científica con alto contenido social, que contribuya sostenidamente al desarrollo socio económico de la comunidad, basado en la investigación y en la calidad académica de su equipo docentes y administrativos 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 orientan dicha formación son: el desarrollo humano sostenible y la conservación de los recursos naturales.

## OBJETIVOS

Formar un profesional competitivo:

- ✓ Con alto sentido ético y espíritu emprendedor.
- ✓ Con una sólida formación teórica y práctica que responda a las necesidades del campo empresarial.
- ✓ Con sólidos conocimientos y manejo adecuado del mercado nacional e Internacional.
- ✓ Capaz de contribuir con investigación, análisis y propuestas de solución a una eficiente gestión de cualquier tipo de organización tanto a nivel Nacional como internacional.
- ✓ Orientado al marketing estratégico y/o negocios internacionales, de acuerdo a sus intereses o inclinaciones profesionales.

## ACTIVIDADES BÁSICAS DE LA PROFESIÓN

- ✓ Desarrollar iniciativas para motivar y generar negocios con empresas en el marco de una economía dinámica.
- ✓ Aplicar el proceso administrativo a las operaciones comerciales internas o locales y externas o internacionales, con pertinencia a la misión empresarial.
- ✓ Desempeñar tareas directivas con responsabilidad, ética e iniciativa para lograr la eficiencia de las relaciones mercantiles orientadas al desarrollo económico.

## PERFIL PROFESIONAL

El Ingeniero Comercial es un profesional cuyas capacidades le permiten:

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.

Experto en Marketing estratégico y operativo.

## PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios de la Carrera de Ingeniería Comercial comprende un total de 53 materias y 1 de Titulación, el mismo que se detalla a continuación:

### PRIMER SEMESTRE

- Metodología de Investigación I
- Introducción a la Ingeniería Comercial
- Contabilidad Gerencial
- Álgebra Lineal
- Cálculo I

### SEGUNDO SEMESTRE

- Teoría y Técnicas de la Organización
- Estadística I
- Contabilidad para la Gestión
- Cálculo II
- Economía de Empresas

### TERCER SEMESTRE

- Inglés I
- Estadística II
- Gestión de la Administración I
- Costos Empresariales
- Matemática Financiera
- Derecho Comercial y Laboral

### CUARTO SEMESTRE

- Inglés II
- Macroeconomía
- Costos para la Toma de Decisiones
- Análisis de Estados Financieros
- Programación Básica
- Investigación Operativa I

### QUINTO SEMESTRE

- Presupuestos
- Gestión de la Administración II
- Investigación Operativa II
- Sistema de Información para la Gestión I
- Ecología y Medio Ambiente
- Psicología Organizacional

### SEXTO SEMESTRE

- Procesos Industriales
- Logística para Operaciones
- Finanzas
- Mercadotecnia
- Recursos Humanos

### SÉPTIMO SEMESTRE

- Dirección Empresarial
- Gestión Financiera
- Investigación de Mercados
- Comercio Exterior
- Marketing de Servicios y Relacional
- Econometría y Simulaciones

### OCTAVO SEMESTRE

- Preparación y Evaluación de Proyectos
- Régimen Tributario y Aduanero
- Gestión de Calidad
- Seguridad e Higiene Industrial
- Investigación de Mercados II
- Neuromarketing y Marketing Lateral
- Ingeniería de Nuevos Productos

### NOVENO SEMESTRE

- Gestión de Proyectos
- Mercadotecnia y Negocios Digitales
- Taller de Diseño de Planes Mercadológicos
- Práctica Profesional
- Comportamiento del Consumidor
- Publicidad y Comunicación Masiva
- Sistemas y Canales de Distribución

### DÉCIMO SEMESTRE

- Modalidades de Titulación

## 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.

## MODALIDADES DE TITULACIÓN

Las modalidades de Titulación vigentes en la Carrera de Ingeniería Comercial son las siguientes:

### Trabajo de Investigación (TESIS)

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.

### 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.

### 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.

### 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.

### 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.