

FCEAE**Facultad de
Ciencias Económicas
Administrativas y
Empresariales**

Propicia, fundamenta y consolida un proceso de crecimiento profesional para diseñar estrategias exitosas sustentadas en una gestión comercial recursiva que califique al profesional con altos estándares de competencia y desempeño.

Características Competitivas

- ▶ Malla curricular que permite una fundamentación conceptual para el mejor hacer en la práctica dentro de un campo tan competitivo y cambiante como es el de las ventas; posibilitando una visión estratégica para actuar con resultados.
- ▶ Horarios y días de clases que permiten la actividad laboral de manera que no se obstaculiza el espacio de trabajo sino por el contrario se fortalece gracias a la formación.
- ▶ Docencia altamente calificada, no solo conocedora de la teoría sino además con experiencia en sus ámbitos prácticos vinculados a las materias que dictan. Un alto componente para suscitar aprendizajes mediante una actitud y práctica interactiva docente/estudiante.
- ▶ Red de contactos con personas afines vinculadas con la actividad comercial de manera que se enriquece el estudio y se posibilitan iniciativas en común.

TÍTULO QUE OTORGA
Licenciado(a) en Comercio



la información de este tríptico

Duración

- ▶ 8 semestres (Incluido el Trabajo de Integración Curricular)

Perfil de egreso

- ▶ Los profesionales en comercio ejercen su profesión en todas las empresas pública o privadas, sean estas comerciales, etc.; ocupando cargos a nivel gerencial, direcciones o jefaturas. Están en capacidad de trabajar en la gestión comercial, están presentes en todo tipo de organizaciones y en relación con el ámbito de las ventas, siendo un factor fundamental en la promoción de algún producto.
- ▶ El perfil del profesional en el Área Comercial está caracterizado por ser una persona con principios morales, capacitado tanto en el aspecto científico, tecnológico y social. Constituyéndose en un líder para dirigir los procesos de la gestión comercial, ejecutar de manera adecuada los procesos administrativos, esto es planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de venta, contribuyendo al desarrollo empresarial, así como al desarrollo del país.

Campo ocupacional

Las principales funciones de las diferentes posiciones comerciales y el cargo a ejercer en el mismo:

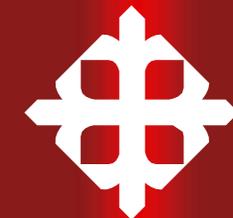
- ▶ Director comercial
- ▶ Director nacional de ventas
- ▶ Ventas regional/director regional
- ▶ Responsable de cuentas clave
- ▶ Key Account nacional
- ▶ Delegado comercial
- ▶ Delegado en punto de venta

CARRERA DE COMERCIO

(En Línea)

Líderes en dirección comercial

FORMANDO LÍDERES SIEMPRE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INFORMES: ☎ 0995339694 - 0968462601 - 0999339058

Av. C.J. Arosemena Km 1.5 / • e-mail: admision.comercio@cu.ucsg.edu.ec / info@cu.ucsg.edu.ec / contactcenter@cu.ucsg.edu.ec

www.ucsg.edu.ec

facebook.com/UCSGye

twitter.com/ucaticoligaye

instagram.com/UCSGye

flickr.com/photos/ucsgye

youtube.com/UCSGye



Objeto: PROCESOS COMERCIALES

CAMPOS DE FORMACIÓN

| UOC | CICLO | Fundamentos teóricos | Praxis profesional | Práctica pre profesional | Epistemología y metodología de la investigación | Integración de saberes, contextos y cultura | Comunicación y lenguaje | Total horas | Créditos | Total Materias | |
|-------------|-------|-------------------------------|---|--------------------------|---|---|---|---------------------------------|----------|----------------|---|
| BÁSICA | I | Matemáticas Financieras (144) | Marketing (192) | | | | Lenguaje y Pensamiento I (144) | 720 | 15 | 5 | |
| | | Contabilidad Financiera (144) | | | | | Ofimática para la Educación Superior (96) | | | | |
| | II | | (*) Técnicas Comerciales I (144) | Servicio al Cliente (96) | (*) Prácticas Comunitarias (96) | Metodología de la Investigación (96) | | Lenguaje y Pensamiento II (144) | 720 | 15 | 5 |
| | | Administración (144) | | | | | | | | | |
| | III | Derecho Empresarial (144) | Comercio al por Mayor y Menor (144) | | | Estadística (144) | Humanismo Integral I (96) | | 720 | 15 | 5 |
| | | | Estrategia de Producto y Precio (192) | | | | | | | | |
| | IV | Economía (144) | (*) Técnicas Comerciales II (144) | Ética y Liderazgo (96) | (*) Práctica Laboral I (144) | | | Humanismo Integral II (96) | 720 | 15 | 5 |
| | | | | | | | | Culturas Contemporáneas (96) | | | |
| PROFESIONAL | V | | Comportamiento del Consumidor (144) | | | | | 720 | 15 | 5 | |
| | | | Gestión del Crédito y Cobranzas (96) | | | | | | | | |
| | | | Administración del Tiempo y Territorio (144) | | | | | | | | |
| | | | Promoción de Ventas y Merchandising (144) | | | | | | | | |
| | | | Gestión de Equipos Comerciales (192) | | | | | | | | |
| | VI | | Manejo de Cuentas Claves (96) | | (*) Práctica Laboral II (96) | | | | 720 | 15 | 5 |
| | | | Gestión de Compras (144) | | | | | | | | |
| | | | Negociación y Resolución de Conflictos (96) | | | | | | | | |
| | | | (*) Estrategia de Trademarketing (144) | | | | | | | | |
| | | | Negocios Electrónicos (144) | | | | | | | | |
| | VII | Comercio Internacional (144) | Estrategia de PosVenta y Fidelización de Clientes (144) | | | Unidad de Integración Curricular * | | 720 | 15 | 5 | |
| | | Análisis Financiero (144) | M-commerce y Redes Sociales (144) | | | Planificación Estratégica y Control (144) | | | | | |
| | VIII | | Simulación de Negocios (96) | | | Trabajo de Integración Curricular (240) | | | 720 | 15 | 5 |
| | | | Dirección y Gerencia Comercial (96) | | | | | | | | |
| | | | Evaluación Financiera de Proyectos (144) | | | | | | | | |
| | | | Comercio Electrónico (144) | | | | | | | | |

Prácticas Comunitarias asociada a la asignatura Técnicas Comerciales I
 Práctica Laboral I asociada a la asignatura Técnicas Comerciales II
 Práctica Laboral II asociada a la asignatura Estrategia de Trademarketing

Observaciones:

Requisito de nivel de inglés B1 según el Marco Común Europeo para ingresar a octavo ciclo